

En el lugar del hecho

CD: TEVI

/ Medios de comunicación electrónicos /

/ Televisión /

/ Noticias televisadas /

EL REPORTERO DE T. V.

/ Reportajes /

/ Entrevistas /

/ Serenata /

1er. Premio en el Concurso Latinoamericano del Libro de Comunicación Social, organizado por CIESPAL con ocasión de su XXVI aniversario.

José Luis Saez

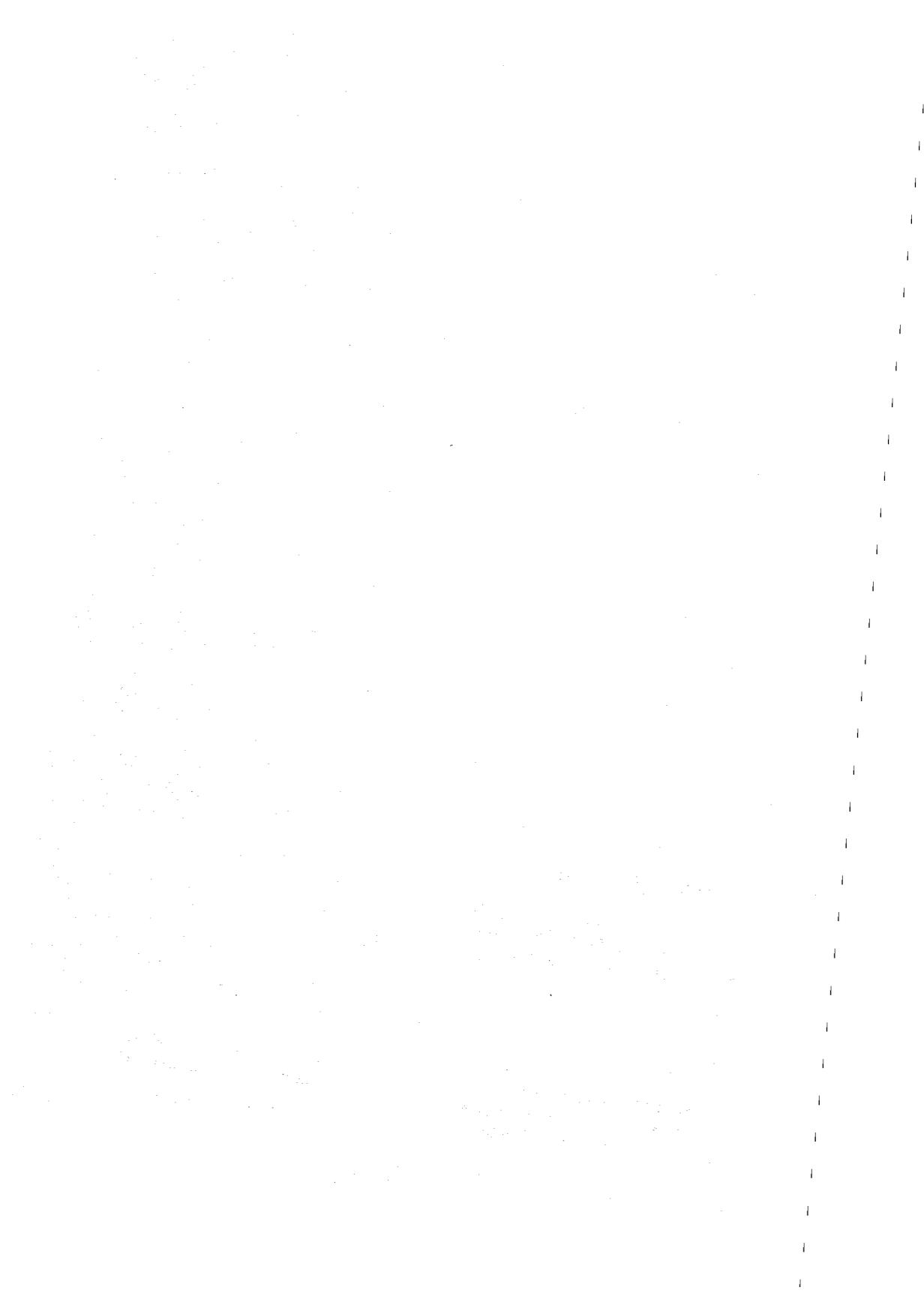
1ra. Edición Julio de 1986

Este libro se publica con la colaboración de la Fundación Friedrich Ebert, de la República Federal de Alemania.

**Derechos reservados por CIESPAL.
La reproducción total o parcial
no puede hacerse sin autorización.**

**Portada: Rodrigo Aguirre.
Impreso: Imprenta Marvin.**

Quito - Ecuador



JOSE LUIS SAEZ

Nació en 1937 en Valencia (España), pero desde su adolescencia vive en Santo Domingo (República Dominicana), cuya nacionalidad adquirió en 1967.

Estudió Humanidades en la Universidad de Fordham (N. Y.) y posteriormente obtuvo el Master en Teología en Woodstock College (Maryland), siendo ordenado sacerdote en 1970.

Desde 1963, se ha dedicado al estudio y la práctica del cine y la televisión, después de estudiar en la Escuela de Artes de Columbia University (N. Y.). Ha ejercido la crítica de cine.

Entre sus publicaciones se cuentan 'Teoría del Cine: apuntes sobre el arte de nuestro tiempo' (Santo Domingo, 1974); "La Prensa de Celuloide: lecciones de Periodismo Cinematográfico" (Santo Domingo, 1983); "Historia de un sueño importado", ensayos sobre el cine en Santo Domingo (Santo Domingo, 1983); y dos trabajos de carácter histórico: "Un mártir brotó en El Cabo" (Santo Domingo, 1978), y "Testigos de la esperanza", historia de la vida religiosa en Santo Domingo (Santo Domingo, 1979).

*A la memoria de
Darío Solano García,
maestro y hombre sin tacha,
amigo sin tregua.*

INDICE

Indice	7
Introducción	11
Estructura Didáctica del Manual	17
CAPITULO I	
BREVE HISTORIA DEL PERIODISMO TELEVISIVO	
	19
El antecesor de más experiencia: el noticiero de cine	26
Desde el lugar del hecho: inmediatez y espectáculo de los años sesenta	34
Los grandes momentos de la historia de la televisión	55
CAPITULO II	
ANALISIS DE UN NOTICIERO	71
CAPITULO III	
LECTURA CRITICA DE UN NOTICIERO	81
Bases para una lectura ideológica	84
Metodología para decodificar contenidos	86
Biografía técnica del medio	90

CAPITULO IV	
EL GUION DE UN NOTICIERO	97
Diferentes modalidades del guión	102
CAPITULO V	
EL "STORYBOARD"	131
Una forma de simplificar el guión	133
El "storyboard" en el cine de ficción	134
El "storyboard" en publicidad	139
CAPITULO VI	
MODALIDAD DE PERIODISMO POR TELEVISION	147
Géneros o modalidades del periodismo televisado	152
CAPITULO VII	
EL REPORTAJE DE TELEVISION	161
Códigos del reportaje de televisión	163
Técnica del reportaje de televisión	166
CAPITULO VIII	
TIPOS DE REPORTAJE	181
CAPITULO IX	
MORFOLOGIA DEL REPORTAJE	191
CAPITULO X	
LA ENTREVISTA EN TELEVISION	209
CAPITULO XI	
EL REPORTAJE EXTRANJERO	221
Usos de material no producido en el país	223
La videoteca y sus usos	225
Programas especiales	227

CAPITULO XII	
PRACTICA DEL REPORTAJE	245
Recapitulación	249
APENDICES	
Vocabulario técnico de televisión	253
Suplemento del vocabulario técnico	267
Indicaciones manuales para televisión	277
BIBLIOGRAFIA	281

“Si en el mundo de las comunicaciones de masas hay una ley de la que pueda uno fiarse, es la que dice que aquellos que tienen más probabilidades de buscar información, son los que están ya mejor informados”.

Angus Campbell



Introducción

Hace apenas tres años, un cronista español de televisión anunciaba con satisfacción que acababa de nacer en su país el "telediario" verdaderamente televisivo. "Por fin, —decía Juan Cueto en las páginas del Suplemento de *El País* de Madrid— han entendido los responsables del invento el viejo truco del huevo de Colón para mantener en pie la resbaladiza atención espectadora: un simple plano del escenario de la noticia explica bastante más que treinta o sesenta líneas a doble espacio emitidas por un busto, ni siquiera parlante, recitando, incluso aunque se trate de líneas excelentes, redactadas por grandes especialistas".

"Simplemente ocurre —continuaba el comentarista— que la mayor parte de esas noticias que articulan la actualidad son, ante todo, hechos visuales, acontecimientos de escaso soporte literario en un principio, sucesos que entran por los ojos en el área de la información: las acciones represivas del general Jaruzelski, la guerrilla salvadoreña, las ruinas criminales de Beirut, la teología-espectáculo de Wojtyla, el fanatismo de Beguin o los cíclicos rumores golpistas que apasionan desde hace un lustro a ciertos influyentes cenáculos madrileños".

Los sucesos que llenan el espacio de un noticiero nocturno de televisión en la mayoría de nuestros países son "fenómenos sin texto, acontecimientos sin escritura, eventos analfabetos". Las imágenes deberían hablar por sí solas, pero nuestra cultura, predominante-

mente verbal, se ve en la obligación de "ilustrarlas" con un texto escrito, recitado por un locutor a una velocidad superior a nuestro ritmo de captación auditiva, para convertirlo en algo propio de una cultura que no se ha desprendido aún de los moldes literarios, a pesar de estar inmersa en una nueva forma de comunicación desde hace casi tres décadas.

La reflexión apresurada de Juan Cueto en su columna "La Cueva del Dinosaurio", abre una serie de interrogantes de importancia capital para el periodista que se dedica a la televisión y que, de una forma u otra, trabaja en la producción de los noticieros de cualquiera de nuestros canales. El periodismo televisivo tiene un lenguaje propio, obedece a un código bien definido, y no tiene por qué pedir prestados elementos significantes a otros medios de expresión en que predomina la palabra en vez de la imagen.

Aunque la televisión sea un medio "mixto" en que deban articularse dos códigos, el visual y el sonoro, no debe primar el uno sobre el otro. Prueba de que no ha llegado a desarrollar aún su verdadero lenguaje es la atracción que ejerce un subgénero híbrido como la telenovela, en la que predomina lo verbal sobre lo visual. En ese, como en muchos otros casos, a la televisión le cuadra perfectamente la descripción, un tanto despectiva, de Marshall McLuhan en la década de los sesenta: la televisión no es más que "una radio a la que le han salido ojos". Y es, precisamente, en el periodismo televisivo, donde se manifiesta con toda claridad ese carácter incompleto de nuestra televisión: los noticieros no son más que recortes de periódico ilustrados con imágenes en movimiento. Para comprobarlo bastaría con comparar el texto escrito de una noticia cualquiera emitida por radio, transmitida por televisión o impresa en uno de los diarios: la redacción es prácticamente la misma, aunque esté hecha para medios diferentes, con "sintaxis" diferente, y hasta para públicos diferentes.

Es verdad que un público, sobre todo tratándose de un ámbito cultural auditivo, no se adapta fácilmente a un nuevo lenguaje. El lector silencioso de la prensa plana, no se adaptará fácilmente a ser espectador pasivo de imágenes o simplemente oyente de textos escritos, como si se tratase de un teatro casero en que los actores no se han podido aprender el papel y se lo leen a desconocidos y lejanos espectadores, asomándose a través de una ventanita iluminada.

También es verdad que no disponemos en todos los países de escuelas especializadas en que se entrene al periodista en la redacción, elaboración y edición final de reportajes para la televisión o

cualquiera de las modalidades del periodismo televisado. La mayoría de nuestras escuelas de Periodismo, se han reducido a preparar escritores para la prensa plana, aunque gran parte de los egresados se dedique luego al periodismo radial, y muchos encuentren más fácil trabajar en un noticiero de televisión.

Unidas estas dos razones —la predisposición del televidente, y la falta de preparación profesional o técnica del periodista de televisión—, se comprenderá con más facilidad que el periodismo televisado sea deficiente en muchos de nuestros países, y que en algunos esté aún por empezar. Se entiende así mismo que algunas escuelas especializadas en comunicación social, sobre todo a nivel universitario, se hayan planteado hace ya tiempo, la necesidad de incorporar a su curriculum dos nuevas áreas de especialización o concentración: periodismo radial y periodismo televisado.

Se ha hablado hasta la saciedad de que vivimos en una nueva era marcada por la electrónica, la inmediatez, el predominio de la imagen sobre el lenguaje escrito, en fin, en un retorno inesperado a cierto concepto de “aldea global”, tan del gusto de los “macluhanitas” de la última hornada. Todos sabemos, sin embargo, que gran parte de nuestros países no disponen de luz eléctrica en amplias zonas rurales, no tienen acceso al cine o la televisión, y por su alto grado de analfabetismo, la prensa escrita les está vedada.

Sin embargo, de una forma u otra, los medios de comunicación electrónica han variado el concepto de la noticia, y algunos investigadores se plantean ahora, en la década de los ochenta, *qué tipo de verdad* está buscando el perceptor de la comunicación masiva, y en pos de qué verdad trabaja el profesional de la comunicación.

Por eso, en un artículo reciente de Roger Rosenblatt, del equipo de la revista *Time*, se discutía el papel que desempeña el periodismo en la sociedad actual, y cómo es posible que algunos teóricos e incluso profesionales de los medios exijan la búsqueda de la *verdad completa*. “El periodismo, decía el autor en su artículo, pocas veces se lanza a la búsqueda de la verdad completa, porque los reporteros no hacen más que salir a cazar pequeñas piezas de información. Un artículo, como una semilla, solamente nos deja ver su verdadero significado por partes. El periodismo, además, reduce sus temas en términos de política: las cosas se definen según dónde está el poder, quién se opone a quién o a qué, dónde se esconden los intereses verdaderos. Como consecuencia de todo esto, la verdad total, con frecuencia, se

pierde o se ignora por completo. Por su naturaleza misma, el pensamiento o razonamiento político limita el razonamiento especulativo"¹

El periodismo, y el periodismo televisado con mayor razón, tienen entre manos cosas efímeras, desconocidas o simplemente interrumpidas después que pasan de moda en el mundo de la noticia. Como dice Roger Rosenblatt, "nunca habíamos oído hablar de las islas Falklands. Y, de pronto, las Falklands se convierten en el centro del mundo, y sabemos todo lo que hay que saber sobre los "Kelpers", y Port Stanley, y hasta hacemos chistes de las ovejas. Pero, cuando todo pasó, igual que cuando comenzó, nadie sabe nada acerca de las islas, excepto que una guerra las hizo célebres de la noche a la mañana. No sabemos nada acerca de la población después de la guerra, sus problemas, su abandono, o la verdadera relación que tienen con Argentina o la Gran Bretaña."²

Es decir que, el periodismo a que estamos acostumbrados pone de moda lugares, personas, hechos y hasta guerras, pero una vez que ya no son noticia, nos quedamos tan ignorantes como antes, y, lo que es peor tan alejados como estábamos de otro mundo que se nos abrió ante los ojos en las páginas de los periódicos o en la pantalla de la televisión.

Y el problema se agudiza, en el caso de la televisión, cuando el telespectador queda abrumado con una cantidad de noticias de todos los rincones de la tierra habitada, sin posibilidad de abarcarlo todo, ni de tener una noción clara de qué está pasando verdaderamente alrededor nuestro. Y, sin embargo, el periodismo existe para informarnos de hechos, y ayudarnos a comprender mejor el retazo de tierra en que nos ha tocado vivir, y en el momento en que nos ha tocado vivirlo.

Estos y otros muchos problemas nos plantea la televisión, desde que el satélite, el cable y el videotape casero entraron a formar parte del "equipaje" de ciertos sectores de la población de nuestros países. Por eso, precisamente por eso, el profesional de la información, tiene que estar consciente, ahora más que nunca, de los retos

NOTAS:

- 1 Roger Rosenblatt, "Journalism and the Larger Truth", *Time*, vol. 124, n. 1. (July 2, 1984), p. 48.
- 2 *Ibid.*, p. 48.

que le presenta su oficio y el mundo en que nos ha tocado vivir, cercanos ya al siglo XXI.

Las páginas que siguen no tienen otra motivación que servir de manual para el estudiante de periodismo televisado, ya sea en un curso especializado en la materia o como parte del pensum de cualquiera Facultad o Escuela de Comunicación Social.

Con la dirección imprescindible de un profesor ducho en la materia, y el necesario complemento de horas y más horas delante de un televisor en análisis y práctica, el periodista se familiarizará con la técnica del reportaje y otras formas de periodismo informativo por televisión.

El manual y, por supuesto, el curso, recorre las fases de la elaboración de un reportaje —planificación e investigación, diseño del guión, grabación, redacción y edición final—, así como la preparación de una entrevista, una mesa redonda, y un programa de análisis noticioso o “revista de noticias”.

Además de algunas notas históricas acerca del periodismo televisado, el manual incluye un apéndice bibliográfico, y una lista de recursos televisivos, sin olvidar un glosario de términos técnicos propios de la profesión.

Dado que en muchos programas de la carrera de Periodismo, se hace énfasis en el análisis ideológico de los medios de comunicación masiva como parte imprescindible de la preparación de un buen profesional de los medios, este manual, y el curso a que sirva de apoyo, dedica también tiempo y espacio suficientes al estudio, lectura y discusión de la base ideológica y el fin propagandístico del periodismo televisado.

Estructura Didáctica del Manual

Como decíamos en la introducción, este manual recorre las fases principales de la elaboración de reportajes para la televisión, sin olvidar una sólida fundamentación teórica e incluso una historia de la evolución del medio.

Sin embargo, la práctica de la docencia nos ha convencido de que las cosas se aprenden haciéndolas. Por esa razón, después de repasar la historia del periodismo televisado, y antes de adentrar al estudiante en la teoría y la práctica del reportaje y sus modalidades, conviene dedicar varias horas al estudio detenido de modelos, buenos y malos, de periodismo televisado. Así, una vez sentadas las bases —modalidades, técnica y morfología del reportaje, etc.— el estudiante volverá a repasar los “modelos”, confrontar su apreciación con la primera “visión”, e incluso a modificar su patrón de análisis.

No creo que sea necesario aclarar que este manual persigue preparar al periodista que ha de trabajar, o trabaja ya, en un noticiero de televisión. Y la preparación incluye, por supuesto, la práctica, y no sólo la teoría o la reflexión. Por eso, todas las lecciones concluyen con un repaso de conceptos básicos y una serie de ejercicios. Al terminar las lecciones, como es obvio, el grupo docente debe emplear el resto del tiempo a la preparación, elaboración y crítica colectiva de reportajes u otro tipo de subgéneros del periodismo televisado.

Por último, sería de suma utilidad, al concluir el curso, dedicar una o dos sesiones, a repasar los primeros modelos empleados en clase y que aparecen bajo el título genérico de "Análisis de un noticiero", que incluso podrían servir a modo de examen final o recapitulación de todo lo visto durante las semanas que se emplearon en el curso.

Si quisiéramos dividir el curso y el manual en unidades didácticas, podríamos esquematizar su contenido de la siguiente manera:

Primera Unidad: HISTORIA DEL MEDIO

Breve historia del periodismo televisado.
Los grandes momentos de la historia de la televisión.

Segunda Unidad: LECTURA Y ANALISIS

Revisión y análisis de modelos de noticieros de televisión.
Lectura crítica y análisis de contenido de un noticiero de televisión.

Tercera Unidad: INSTRUMENTAL DEL MEDIO

El guión de un noticiero de televisión: estructura y formatos.
El "storyboard": una forma de simplificar el guión.

Cuarta Unidad: MODALIDADES DEL PERIODISMO EN TV

El reportaje de televisión.
Tipos y estilos de reportaje en TV.
Morfología del reportaje para TV.
La entrevista en Televisión.

Quinta Unidad: CONSERVACION Y RECURSOS

Usos de material no producido en el país.
La videoteca y sus usos.
Programas especiales.

Sexta Unidad: PRACTICA Y EVALUACION.

I

BREVE HISTORIA DEL PERIODISMO TELEVISIVO

La historia del periodismo por televisión es relativamente reciente. Mientras sus parientes cercanos, el periodismo radiofónico y el cinematográfico, cuentan ya con sesenta y cinco y ochenta y cuatro años respectivamente, el periodismo por televisión no ha cumplido aún sus cuarenta y cinco.

Si hemos de creer a la historia pintoresca del periodismo televisivo en los Estados Unidos, el primer espacio que podría denominarse como "periodismo televisivo" se transmitió el 7 de diciembre de 1941, a través de la estación WCBW de New York, instalada tres meses antes por la Columbia Broadcasting System en el enorme edificio de la Grand Central Station.

Aunque cinco meses antes, ya se había intentado abrir un espacio informativo por televisión, de apenas quince minutos, en dos emisiones diarias, cinco días a la semana, la emisión del 7 de diciembre fue decisiva para el afianzamiento de esa nueva modalidad de periodismo, que pretendía "hacer visibles las noticias" y adelantarse, sobre todo, a la prensa plana, que le llevaba ya cuatro siglos de ventaja en la tarea de informar y cientos de miles de receptores, que tardarían aún mucho tiempo en readaptarse a un nuevo estilo de información.

La emisión del 7 de diciembre de 1941 fue, en términos modernos, un espacio noticioso especial, sobre todo por su duración, La CBS a sus periodistas Richard Hubbell y Gilbert Seldes frente a una de sus enormes cámaras, y, durante nueve horas ininterrumpidas,

facilitó en otros términos **lingüísticos** y con la mayor inmediatez posible, las noticias que llegaban a través del teletipo de United Press, acerca del ataque sorpresivo de los japoneses a la base de Pearl Harbor. Con ayuda de mapas, y la intervención de un mayor del ejército norteamericano y de dos analistas políticos, la transmisión de la CBS no sólo informó inmediatamente de los hechos, sino que facilitó detalles de fondo ("background"), interpretación política y trascendencia militar del suceso, y hasta posible líneas futuras de acción por parte del Ejército Imperial y, por supuesto, por parte de los aliados y el gobierno mismo de los Estados Unidos ante ese acto de agresión.

A pesar de la experiencia que habían acumulado durante los meses precedentes con su "periódico en el aire" los periodistas Richard Hubbell y Robert Skedgell, sobre todo en el uso de mapas, planos y gráficos —no había otro recurso disponible, y el "telecine" no se había incorporado aún a la televisión—, la transmisión histórica del 7 de diciembre de 1941 tuvo mucho de improvisación y, por supuesto, una dosis muy alta de aventura. El mismo Hubbell recuerda que el programa fue "una cacería de noticias, junto con los boletines de última hora y los antecedentes que les daban perspectiva". Y ahí precisamente estriba el valor indiscutible de esa emisión y del periodismo a que daría origen con el paso del tiempo y forzado por las mismas circunstancias históricas,

El experimento de traducir en imágenes los noticieros de radio y dotar de movimiento a la letra muerta del periódico, duró poco tiempo. El 1ro. de junio de 1942, la Comisión Federal de Comunicaciones de los Estados Unidos, redujo drásticamente el tiempo que se permitía a la televisión para la transmisión de noticias de quince a cuatro horas semanales, con lo cual el noticiero de la CBS se vio obligado a interrumpir sus emisiones temporalmente para reanudarlas cuatro años después con un formato ligeramente distinto.

El presidente del Consejo de Dirección de la CBS, William S. Paley, auguraba lo que sería el futuro del periodismo televisado, a pesar de considerar la interrupción de su noticiero como "una baja de guerra" más.

"El cuerpo de ingenieros de la CBS está dedicado casi exclusivamente a proyectos especiales de investigación bélica... Tanto la experiencia, la habilidad y las técnicas desarrolladas en este terreno, como los ingenieros en electrónica que están haciendo frente a los críticos problemas de la guerra moder-

na, es seguro que desempeñarán un papel importantísimo en el desarrollo que ha de tener la televisión en la posguerra".¹

En 1945, una nueva empresa se incorporaba a la futura carrera de la televisión en los Estados Unidos: la American Broadcasting Corporation (ABC) abría su canal de televisión e iniciaba sus transmisiones en New York. Un año después, a fines de 1946, la Comisión de Comunicación ampliaba el tiempo de transmisión de noticias a diez horas semanales. Aunque no había aún noticieros regulares, tal como los conocemos en la actualidad, gran parte del tiempo se dedicaba a eventos deportivos o a reportajes especiales, preferentemente transmisiones en vivo. Destacaron ese mismo año las transmisiones de las pruebas atómicas de Bikini, denominadas "Operación Encrucijada", realizadas por la CBS en nueve emisiones.

En 1947 se inicia el despegue de la televisión norteamericana con la ampliación de sus facilidades, el incremento en la producción de receptores y el inicio de las transmisiones a control remoto. La misma CBS inicia la construcción de un estudio de unos 20,000 metros cúbicos de espacio en el mismo edificio de Grand Central Station, en Manhattan, y allí acomodó el mayor estudio de televisión del país. Mientras la producción de televisores en 1946 había sido de 6,475 unidades en los Estados Unidos, al año siguiente se vendieron 178,571. Ese mismo año de 1947, se transmitió por primera vez desde la Casa Blanca, a control remoto, una comparecencia del presidente Harry Truman, y, al año siguiente, la televisión informativa se vistió de largo con la transmisión de las convenciones políticas de los partidos republicano y demócrata.

"Las ricas enseñanzas de las agitadas convenciones; los grandes nombres que se barajan en ellas; el espectáculo en sí, con todo su colorido y estrépito; la historia que se evoca, y todo lo que la política norteamericana tiene de bueno y sutil, de audaz y de bronco, de noble y chispeante, todo ello iba a conocerse no sólo a través de relatos o referencias; aquel famoso verano, la televisión llevó al pueblo norteamericano las convenciones políticas. Las conferencias de los delegados, el impetuoso surgir de una manifestación, las salas llenas de humo, los grandes hombres y los hombrecitos, todo ello cobraba vida".²

Es decir, la televisión había dado el gran paso que la convertiría en el medio de comunicación de masas más atractivo, si no el más

influyente, y el periodismo había encontrado una nueva forma de convertir la noticia en espectáculo.

A estas alturas, ya disponían de televisión Francia, la Gran Bretaña, la Unión Soviética y, por supuesto, estaban en operación dos de las principales redes de televisión de los Estados Unidos. Además se habían hecho los primeros experimentos de televisión en color a cargo del escocés John L. Baird en 1928, y la BBC había iniciado las transmisiones del sistema Emitron.

Por fin, en 1949 se inician los primeros **diarios televisados** en Estados Unidos y en Francia, casi simultáneamente, y de manera estable. En la CBS de New York, el programa se transmitiría de lunes a viernes, durante quince minutos y a partir de las siete y media de la noche, con el título de "Douglas Edwards with the News", mientras la RTF iniciaba un programa similar el 29 de junio de 1949.

El título del programa, aunque se ha vuelto a utilizar en diferentes ocasiones, sobre todo en la televisión local norteamericana, da una idea del papel predominante que se otorgaba al periodista por encima de la empresa productora. Es posible que la elección del título también tenga que ver con la credibilidad que se adjudicaba a un periodista conocido, quizás, a través de otro medio, y que resultaría un reclamo decisivo en la captación de la teleaudiencia, tratándose de un medio aún joven y, para muchos, un advenedizo en el periodismo a pesar de su indudable atractivo espectacular.

La guerra de Corea, que se inicia con la invasión del sur por parte de los ejércitos del norte con apoyo soviético en junio de 1950, fue la oportunidad de oro que esperaba la televisión norteamericana para demostrar las potencialidades del periodismo televisual. Como dicen los mismos técnicos de la CBS, los noticieros de televisión,

"...llevaron a los hogares de Norteamérica todos aquellos factores que constituyen la guerra. Las calles de Seúl se convirtieron en algo real. Los rostros de hombres, mujeres y niños a quienes la guerra había dejado en la miseria, pudieron verse en toda su lacerante desesperanza. Las cámaras de televisión fueron al frente y regresaron cargadas de películas en las que se veía la violencia y la destrucción de los combates. Los combatientes hablaban desde la línea de batalla en un lenguaje sincero y magnífico dentro de su sencillez, exponían sus deseos y sus sentimientos. En la lejana patria se escuchó el sonido de sus voces y se vio lo que les hacía reír, sonrojarse y bromear; lo que les hacía llorar y lo que les

llenaba sus pechos de enojo. Las cámaras de la televisión estaban allí para ver, oír y transmitir las noticias de una guerra en un rincón del mundo llamado Corea.³

Como es de suponer, las cámaras de televisión no fueron verdaderamente al frente de batalla. Eran aún demasiado pesadas, y además no existía aún el nuevo sistema de videotape portátil. Todo el material de que se nutrieron los noticieros de televisión durante ese largo período era directamente filmado en 16 mm. y transmitido luego a través del **telecine** o **film-chain**. Como es natural, las dificultades de transporte, revelado y edición, hacían perder actualidad, en muchas ocasiones, al material suministrado por los reporteros y camarógrafos destacados en los frentes de batalla. En resumen, la televisión estuvo presente en una guerra por vez primera, pero lo hizo a través del cine y siguiendo la lección que este medio había acumulado desde 1914, cuando desempeñó el mismo papel.

A partir de esa fecha, es decir, coincidiendo con la guerra de Corea, se incorporaron a las ventajas de la televisión países como México (1950), Cuba (1951), Santo Domingo y Canadá (1952), España y Japón (1953), y se realizan los primeros experimentos exitosos de transmisión en colores en Estados Unidos (1951), y poco después de televisión por cable en el mismo país. Tres años después, la Gran Bretaña establecía la Independent Television Authority (ITA), y poco después era una realidad Eurovisión.

Dos transmisiones trasatlánticas dieron al periodismo televisado una nueva conquista en su corta carrera. La primera, realizada en 1953, hizo llegar a millones de televidentes los actos de la coronación solemne de Isabel II de Inglaterra. La segunda fue la comparecencia del Papa Pío XII, desde su despacho del Vaticano, dirigiéndose a toda Europa. Era la segunda vez que un Papa estrenaba un medio de comunicación nuevo. La primera fue en 1898, cuando las cámaras de Biograph, probablemente operadas por W.K.L. Dickson filmaron al Papa León XIII, trazando en el aire la señal de la cruz. Pío XII se dirigió a todos los fieles de Europa el 6 de junio de 1954, fiesta de Pentecostés. Era la segunda vez que la televisión transmitía una fiesta religiosa. La primera fue el 24 de diciembre de 1948, cuando las cámaras de la RTF se instalaron en la nave central de Notre Dame en París y transmitieron la misa de Navidad oficiada por el Cardenal Suhard. Un sucesor de Pío XII inauguraría el satélite de comunicaciones denominado "Early Bird" o **Pájaro madrugador** el 2 de mayo de 1965. La figura de Pablo VI apareció en las pantallas de todo el mundo en

un corto mensaje inaugurando así las transmisiones del segundo satélite de comunicaciones

A pesar de ser cada vez más frecuentes las transmisiones a control remoto en la televisión, tanto en Estados Unidos como en el resto del mundo, pasaron varios años para que el periodismo televisado se independizara de su predecesor inmediato, el periodismo cinematográfico. Una muestra fehaciente de esa independencia plena fue la transmisión, casi ininterrumpida de los tres días que siguieron al asesinato del presidente norteamericano John F. Kennedy en noviembre de 1963. Pero, antes de analizar con detenimiento ese importante suceso de la televisión informativa, es preciso detenernos a hacer una breve historia de la evolución del periodismo cinematográfico.

EL ANTECESOR DE MAS EXPERIENCIA: EL NOTICIERO DE CINE

Antes de la aparición del primer "periódico en imágenes" en 1909, los operadores de la Casa Lumière se habían dedicado a filmar sucesos de importancia histórica, como la coronación del Zar Nicolás II en el mes de mayo de 1896, o simplemente escenas curiosas de todo el mundo en lo que luego llamarían los ingleses "travelong". Por ese afán de conservar la historia en cortometrajes de entretenimiento para el público de principios de siglo, conservamos aún en celuloide la boda del Rey Alfonso XIII de España en la iglesia de San Jerónimo el Real de Madrid, la inauguración del canal Kiel, la guerra anglo-boer, el entierro del presidente francés Félix Fauré, la campaña política del presidente norteamericano William McKinley y el terremoto de 1906 en la ciudad de San Francisco.

A pesar de la difusión que tenían ya las "actualidades reconstruidas", y hasta del desgaste que sufrían esas "escenas naturales" ante un público que pedía algo más del cinematógrafo, el primer periódico filmado tuvo tanta aceptación que pronto se tradujo al inglés, instaló sucursales en Estados Unidos, y amplió su cobertura y frecuencia.

El **Pathé Journal**, producto del genio comercial de Charles Pathé, apareció en 1909, bajo la dirección de Armand Verhulle y Lucien Doublon. Cada entrega del periódico cinematográfico estaba compuesta a base de fragmentos o reportajes incipientes, filma-

dos por los corresponsales de Pathé destacados en todo el mundo. Dos años después, el **Pathé Journal** inició su versión norteamericana, que circulaba todos los martes y competía con los noticieros ingleses ("Warwick Chronicle", "Topical Budget" y "The Williamson News"), el francés, "Eclair Journal" y los norteamericanos "The Vitagraph Monthly of Current Events", "The Mutual Weekly" y "Kinograms", además de la versión norteamericana del francés "The Gaumont Animated Weekly", que en su edición internacional se editaba simultáneamente en New York, Londres y París.

Con esa proliferación de noticieros cinematográficos, apareció también en escena la censura. Aunque ya se tenía noticia de algunos casos aislados de prohibición de películas o de "pintar" algunas escenas para evitar la exhibición en público de algunas partes menos honestas del cuerpo humano, la censura de prensa cinematográfica no ocurre hasta el año 1909. Se cuenta que los camarógrafos-reporteros del "Pathé Journal" habían filmado una ejecución en la cárcel, y el ministro del Interior de Francia prohibió la película. De nuevo en 1914, y a consecuencia de la guerra, tanto en Francia como en los Estados Unidos, se estableció la censura por razones de seguridad, y, en muchos casos se prohibió a los reporteros el acceso al frente de batalla.

Aunque el formato y el estilo de esos primeros "periódicos en movimiento" no difiere tanto de los que hemos conocido en los años cincuenta y sesenta en las salas de cines, e incluso la televisión incluye con frecuencia en su programación documentales elaborados a base de material entresacado del archivo de noticieros de los años diez y veinte, puede resultar enriquecedor el estudio de la estructura o la "fórmula" periodística de esos noticieros.

Cada productor de noticieros mantenía corresponsales en varias ciudades de las más importantes de Europa o las dos Américas. El material recibido, tanto de los corresponsales fijos como de los "flotantes", pasaba al departamento de edición o montaje, establecido en la casa central (París, Londres, New York, etc.), y un director decidía los temas y el orden en que aparecerían los reportajes en cada entrega del noticiero. Así, un suceso de importancia exigía destacar varios camarógrafos al lugar del hecho, y estos debían ajustarse al estilo de filmación del noticiero, que se fijaba hasta en el tipo de encuadres utilizados. Se encomendaba encarecidamente a los corresponsales que debían tener sentido de lo sensacional, y filmar sus reportajes sabiendo que su material iba a ser montado jun-

to a otros temas en un noticiero que debía conservar un sentido unitario.

Una vez montadas esas "actualidades", se sometían a la censura de los departamentos correspondientes. En Francia, por tomar un ejemplo, el Ministerio del Interior y el de Información se encargaban de revisar el noticiero antes de autorizar su exhibición en las salas de cine. En muchos casos, la misma casa productora se imponía una especie de auto-censura, evitando rozar ciertos temas, revisando el texto o los títulos para que no resultaran ofensivos a este o aquel sector social. De esa manera, evitaban que el Estado y sus organismos censores le impusieran sus temas o sus "protagonistas", como sucederá en el caso del cine de propaganda en los regímenes totalitarios de Alemania y en general en Europa Occidental.

El director, que raras veces aparecía en los créditos, debía montar un noticiero que fuese, ante todo, ameno y ágil. Por eso, debía incluir deportes, sucesos mundiales, catástrofes, amenidades, "trivia" y, sobre todo, noticias acerca de las figuras políticas de mayor realce en el momento. Los problemas sociales, como es de suponer, eran cosa inusitada en los noticieros de principios de siglo, por lo menos hasta la aparición de los reportajes monográficos en los años treinta bajo la influencia de la Escuela Documentalista Británica.

Unas semanas antes de la tragedia de Sarajevo, el 8 de junio de 1914, la Casa Pathé —convertida prácticamente en una "multinacional" del periodismo cinematográfico— convirtió su noticiero semanal en diario, facilitando a los exhibidores material más reciente en carretes de unos cinco minutos de duración. En realidad, la Casa Pathé había encontrado serias dificultades al aparecer otros competidores en el mercado y ampliar su circulación y distribución. El competidor más cercano y peligroso era nada menos que el "Hearst-Selig News Pictorial", que aparecía dos veces a la semana, para luego convertirse en "The Hearst-Vitagraph Weekly News", y, cuatro años más tarde en "Hearst-Pathé News", rompiendo la competencia de una vez por todas.

En los años que siguen a la primera guerra mundial, los noticieros se habían convertido en un negocio próspero. En algunas salas de París y New York, por citar sólo dos ejemplos, la programación se elaboraba a base de noticieros exclusivamente. El hecho de que apareciera un noticiero diario —si sacamos la cuenta de la frecuencia y cantidad de noticieros que existían en esa primera década del si-

glo,—prueba suficientemente la aceptación del público y la prosperidad de la industria. Pathé, Hearst, Universal, Fox son los nombres que dominarán en la primera década del siglo. Una vez concluida la primera guerra mundial, se unirán Paramount y Metro-Goldwing-Mayer, desplazando parte de su capital de cine de ficción a la producción de noticieros.

Es preciso destacar la aparición de un nuevo tipo de noticiero en 1922 en la Unión Soviética, con fines distintos a los noticieros franceses y norteamericanos, y, sobre todo, con una base estética e informativa distinta. La labor del documentalista y teórico soviético Dziga Vertov (1896-1954), y sus noticieros "Kino-Nedelia" (1918-1919), "Kino-Pravda" (1922-1925), "Kino-Kalendar" (1923-1925), y "Novosti Dnia" (1944-1954), constituye uno de los ejes principales en torno al cual gira la historia del periodismo audiovisual de este siglo. Su valor como instrumento de concientización en la propaganda política, merece un estudio aparte, una vez que algunos documentalistas modernos —Santiago Alvarez entre ellos— han vuelto a rebuscar en los experimentos de Vertov para elaborar un estilo y una modalidad novedosa de propaganda e información.

Aparte del trabajo de los documentalistas ingleses en los años veinte y treinta, y los "magazines" norteamericanos de la época de la segunda guerra mundial ("The March of Time" y "This is America"), conviene estudiar el impacto que supuso la aparición de los noticieros en Alemania, Italia y España, sobre todo, por su carácter propagandístico.

Aunque antes de 1939, Alemania ya producía noticieros regulares, fue el Ministerio de Propaganda del Tercer Reich el encargado de incrementar el uso de los noticieros de propaganda, sobre todo, a partir de septiembre de 1939. Traducidos a dieciséis idiomas, y distribuidos en todo el mundo, sobre todo en los países que mostraban cierta inclinación a la causa nazi, el noticiero de la UFA (Universum Film Aktiengesellschaft), y lo mismo el Tobis, se editaban diariamente en los primeros años, ateniéndose a tres principios fundamentales:

1. Los noticieros debían ser **fieles a la realidad**. Es decir, en lugar de recurrir a escenas reconstruidas, insistían en escenas tomadas en el mismo campo de batalla y con el mayor verismo posible. Como la mayor parte de los reporteros y camarógrafos eran soldados regulares, el material tenía todo el color de la veracidad, y las estadísti-

cas de bajas, victorias militares, etc., era ampliamente difundido en todos los medios de comunicación masiva con mayor prontitud.

2. Los noticieros debían ser de **larga duración**. Mientras los noticieros norteamericanos se referían a muchos y variados sucesos —a modo de postales turísticas baratas—, y no duraban más de veinte minutos, por regla general, los noticieros nazis tenían una duración aproximada de cuarenta minutos. El objetivo era el mismo de Hitler con el uso de repeticiones en sus discursos, extremadamente largos y cargados de datos y cifras. Como dice el historiador alemán Sigfried Kracauer, esto no era más que “uno de los muchos artificios que sirvieron para transformar a los espectadores alemanes en grupos encadenados de almas esclavas.”⁴

3. Los noticieros debían ser **editados y distribuidos lo más rápidamente posible**. Era preciso que los comunicados de guerra “no se hubieran olvidado ya en el momento en que su contenido apareciera en la pantalla”. Además, como decía el ministro de propaganda Joseph Goebbels, la propaganda debe llegar al pueblo antes que la competidora, y aprovechar el momento óptimo de credibilidad. Para conseguir eso, se disponía de aviones que transportaban los negativos filmados en el campo de batalla, y el mismo día podían ser editados, copiados y enviados a las salas de cine de toda Alemania, y reforzar así los informes radiofónicos del frente de batalla. Las versiones en dieciséis idiomas eran exportadas inmediatamente, aunque se hiciesen reediciones especiales, con miras propagandísticas muy particulares a los países ocupados.

En cuanto a la estructura y el estilo, los noticieros alemanes, se caracterizaban por el énfasis analítico de los hechos, el tono intelectual de la narración, el uso de “etiquetas” lingüísticas para calificar los hechos y las personas, y sobre todo, el formato dramático-periodístico. Mientras el noticiero norteamericano abría cada número con la noticia más destacada de la semana o la quincena, no importa de qué índole, dejando para más adelante los temas vanales (deportes, modas, curiosidades, etc.), uno de los noticieros nazis, como “Die Deutsche Wochenschau” (El Noticiero Alemán), introdujo un esquema periodístico distinto: con cierta dosis de “suspense” hábilmente manejada, comenzaba con los sucesos de menor importancia noticiosa, para concluir el número con una escena en el campo de batalla, cuidadosamente montada y estratégicamente reservada para el

cierre del noticiero con un tono patriótico excitante.

Los noticieros norteamericanos, sobre todo los "magazines", separaban un tema de otro a base de títulos en negro, puntuados por el tema o "puente" musical propio de cada "sección" (deportes, modas, etc.), mientras que los noticieros alemanes prescindían de los títulos y las secciones fijas, y, únicamente dividían un tema de otro a base de encadenados o disolvencias, que el mismo narrador enfatizaba o justificaba, apoyado en un sencillo corte musical a modo de transición.

Por supuesto, en todos los filmes de propaganda nazi e incluso en los noticieros, las imágenes eran cuidadosamente seleccionadas, convencidos como estaban sus productores de su valor como elemento expresivo y los códigos que estructuraban su lenguaje. De ahí, el énfasis en el uso de mapas con líneas de movimiento y flechas, que indicasen al público la estrategia alemana y la situación real de la guerra. Así mismo el uso de "leit-motivs" para identificar al enemigo y distinguirlo claramente del compatriota. Mientras los aliados se identificaban en primeros planos, y se destacaba sobre todo su brutalidad, el soldado alemán siempre muestra un rostro apacible, que inspire confianza en el espectador. En resumen, los noticieros nazis, además de informar de los hechos triunfales, dejando a un lado las derrotas, son toda una obra maestra de orquestación psicológica propagandística.

El caso de Italia y España dista mucho de la perfección y la calidad técnica nazi. Sin embargo, muchas de las lecciones aprendidas en esa época contagiaron al periodismo cinematográfico y probablemente al televisivo más adelante en esos países; y eso sólo merece que lo mencionemos, aunque sea brevemente.

Con el interés casi exclusivo de recuperar el mercado cinematográfico mundial, Italia fundó en el año 1922, por órdenes expresas del Duce Mussolini y bajo la dirección de su hijo, "L' Instituto Nazionale Luce", una institución dedicada, ante todo a la edición del noticiero titulado "Cinegiornale Luce", cuya exhibición era obligatoria en todos los cines de Italia desde 1930.

Sin artificio ni refinamientos estéticos, el "Cinegiornale" destacaba los aparatosos discursos operáticos de Mussolini o la recepción de dignatarios nazis. Con encuadres sencillos, prácticamente en ángulo normal, prescindiendo de montaje o trucos ópticos, la cámara del "Cinegiornale" se limitaba a conservar en celuloide los



hechos históricos más notables, en apenas ocho minutos de duración.

Aunque el estilo del periodismo cinematográfico español de esa época, no se diferencie tanto del italiano, sin embargo, las circunstancias de la guerra civil española y, posteriormente, del afianzamiento de la dictadura del general Franco, imprimen cierta tónica al cine documental español, y posteriormente, al periodismo televisivo, como decíamos más arriba.

Entre 1936 y 1939, se editaron en España más de diez noticieros semanales, tanto en la llamada "zona nacional" como por parte de los organismos de propaganda del gobierno legítimo o de los grupos sindicales, como la Confederación Nacional del Trabajo (CNT) o el Consejo Obrero de la República Española.

En ese período (1936-1939), aparecieron los noticieros "España Gráfica", editado por el Comité Regional de Cataluña de la CNT, "España al día", noticiero semanal de Film Popular (Barcelona), "Por todo el mundo", noticiero quincenal de la misma empresa, pero centrándose en las noticias extranjeras, además de ediciones en francés e inglés de "España al día".

Por su parte, el gobierno provisional de Franco, establecido en Burgos, lanza en abril de 1938 el "Noticiero Español", editado por el Departamento Nacional de Cinematografía. Este noticiero de propaganda del recién establecido régimen militar, se procesaba y montaba en los laboratorios Geyer (Berlín), por no disponer aún de los laboratorios de Madrid o Barcelona, en manos del gobierno en esa fecha.

El "Noticiero Español", que luego se convertiría en el "NO-DO", tenía una duración de siete a diez minutos, y cesó de editarse al llegar a su número 19, prácticamente al terminar la guerra civil española. Desde esa fecha y hasta 1943, el público español se vió obligado a importar los noticieros de la UFA, que completaban la programación de las salas de cine.

El 1.º de enero de 1943, aparece en las pantallas españolas el primer número del noticiero "NO-DO" (Noticiarios y Documentales Cinematográficos), que seguiría produciendo un número semanal de actualidades hasta 1947, para aumentar su salida a dos números por semana —al menos en las salas de estreno— con un pomposo lema: "El mundo entero al alcance de los españoles".

Después de haber intentado en tres ocasiones abrir el mercado latinoamericano y portugués con ediciones especiales, lanzó en los

años cincuenta un nuevo noticiero, el "NO-DO Color", a base de reportajes únicamente, alternando con un magazine mixto nacional-internacional, que salía cada semana con el nombre de "Imágenes", y que llenaba la primera media hora de la programación de cualquier sala de cine española.

Además de ser vocero de la "España oficial", como decían los críticos más discretos de la época, el "NO-DO" se centraba casi exclusivamente, al menos en los primeros diez o quince años del régimen, en la figura de Franco, alternándola con un partido de fútbol, una corrida de toros o alguna catástrofe ocurrida, naturalmente, en el extranjero.

El aparato de propaganda del régimen español de posguerra, utilizaba el "NO-DO" para matar dos pájaros de un tiro, como vulgarmente se dice: "Se sustituyó a los noticiarios extranjeros que llegaban a España por aquel entonces inflados de propaganda, y quedó garantizada una 'información' destinada a perpetuar los logros del régimen. Su estilo un tanto triunfalista, a veces con las mismas voces que narraban los partidos de fútbol, el "NO-DO" nunca llegó a sugestionar ni a enfurecer a los espectadores".⁵

Hasta su desaparición definitiva el 10 de enero de 1980, se produjeron 3,994 noticiarios y revistas o "magazines", y un total de 9,689 ediciones, si se incluyen las ediciones especiales y hasta las "revistas" preparadas para la exhibición en los vuelos de Iberia. La televisión y, sobre todo, la desaparición del régimen de fuerza, hacían obvia la desaparición misma del "NO-DO" como arma de propaganda. Sin embargo, todavía en 1961, los críticos españoles se quejaban de que los espacios noticiosos de la televisión española —establecida definitivamente en 1956, aunque las primeras transmisiones datan de 1953— no eran más que la versión televisada de los "diarios hablados", es decir, los noticieros radiales de Radio Nacional de España, que, a su vez, eran la reminiscencia de los "partes" de la época de guerra. De ahí que el habla popular designase con el nombre de "parte" al noticiero "Telediario" de Radio Televisión Española.

Sólo a partir de un cambio político, los noticieros de televisión se han desligado del estilo "canonizado" por el noticiero cinematográfico de los años cuarenta, y han adoptado un formato más parecido al noticiero norteamericano en cuanto a ritmo, redacción y locución, prescindiendo incluso de las interrupciones comerciales, al estar en manos del Estado la televisión.

DESDE EL LUGAR DEL HECHO: INMEDIATEZ Y ESPECTACULO EN LOS AÑOS SESENTA

La historia de la formación o conformación del lenguaje, estructura y estilo propiamente televisivo, es también la historia de la liberación del medio de otras modalidades de periodismo, y sobre todo del cinematográfico, tanto en el estilo como en la técnica.

El punto culminante de esa liberación ocurre en los años sesenta, pero no se realiza plenamente hasta tanto no aparecen en el mercado los aparatos portátiles de videotape, y concretamente el sistema de videocassette, introducido definitivamente en 1969. Lo liviano de las cámaras y grabadores, las facilidades de edición y hasta la transmisión vía satélite, y, por supuesto, el bajo costo de operación y producción, desterraron casi definitivamente al celuloide en la producción de los noticieros de televisión, y agilizaron su estructura y su estilo.

A pesar de que el periodismo televisivo tenía ya acostumbrado al público norteamericano a la cobertura de los eventos políticos (Convenciones, vistas públicas del Caso McCarthy contra la industria de Hollywood entre los meses de abril a junio de 1954, etc.), artísticos (entrega de premios de la Academia de Hollywood, por ejemplo) o deportivos de mayor importancia noticiosa, sin embargo, las cincuenta y cinco horas que siguieron al asesinato del presidente John F. Kennedy el 22 de noviembre de 1963, convirtieron a la televisión en un medio de probada eficacia y eficiencia informativa.

Como decía el presidente de la CBS, Frank Stanton, en diciembre del mismo año, el asesinato del presidente norteamericano "planteó al periodismo electrónico el reto más exigente de su historia. Exigente porque fue algo inesperado, y porque se trataba de un evento de esa importancia e impacto mundial, y algo profundamente conmovedor, aun en el plano personal, para todos los norteamericanos".⁶

Todo comenzó con la interrupción, a la 1:40 p.m. (EST), de la telenovela o "soap-opera" titulada "As the World Turns", transmitida en vivo por CBS desde su estudio de New York. Un "flip-card" negro anunciando un avance ("CBS News Bulletin"), apareció en la pantalla durante diez segundos, y Walter Cronkite, el principal locutor de noticias de CBS, en mangas de camisa y desde la misma sala de redacción, anunció: "En Dallas (Texas), la caravana del presidente Kennedy recibió tres impactos de bala esta tarde. Los primeros informes aseguran que el presidente fue herido de grave-

dad, que se inclinó sobre la Señora Kennedy, y dijo '¡Oh, no!' mientras la caravana seguía su ruta. Las heridas, probablemente, sean mortales..."⁷

La telenovela siguió inmediatamente después en la pantalla. Los actores no se dieron cuenta de la interrupción, hecha en otro estudio y directamente desde el "control master", y el público empezó a cambiar de canal para escuchar en la ABC y NBC un avance noticioso similar al de la CBS. Así comenzaba la larga vigilia de un pueblo frente a sus televisores, sobre todo tratándose de una sociedad que no sospechaba que una tragedia semejante sucediera en su propio país. La televisión norteamericana empezaba, a su modo, a escribir una de sus mejores páginas.

"Lo que siguió durante esos cuatro días —dice Frank Stanton— fue ciertamente la más larga e ininterrumpida transmisión en la historia de la televisión, y probablemente de la radiodifusión en general"⁸ Cuando concluyeron la noche del lunes 25 de noviembre, los trágicos sucesos, se habían cubierto cincuenta y cinco horas, de noticias, avances, transmisiones en vivo desde lugares variados y distantes, incluyendo comparecencias vía satélite de algunos dignatarios extranjeros, a un costo total de cuatro millones de dólares, sin contar lo que supuso el enlace con las cuatrocientas emisoras afiliadas a la CBS. Participaron en las transmisiones más de seiscientos sesenta personas, entre periodistas, locutores, investigadores, camarógrafos, editores y técnicos. Además, la CBS hizo llegar por avión más de trece horas de película en color a unos treinta y ocho países para distribuirla en todo el mundo.

A partir del primer "avance" de la CBS a la 1:40 p.m. (EST), el horario de la tragedia vivida por primera vez en televisión, es aproximadamente el siguiente, en sus momentos principales:

VIERNES 22

2:01 p.m. Se anuncia por primera vez que un sospechoso, que había disparado contra un policía a la salida de un cine, ha sido capturado, junto con la que podría ser el arma asesina. El nombre de Lee Harvey Oswald se menciona por primera vez en esa larga vigilia.

2:32 p.m. En transmisión directa desde la entrada del Hospital Parkland (Dallas), dos sacerdotes aseguran que el Presidente ha fallecido en emergencia.

2:35 p.m. Ron Cochran, de la ABC, anuncia al país la muerte del Presidente Kennedy, ocurrida treinta y cinco minutos antes.

3:00 p.m. El ataúd del Presidente es depositado en el avión que lo llevará a Washington. A bordo del avión presidencial, el vicepresidente Lyndon B. Johnson es juramentado como 36to. Presidente de los Estados Unidos. Continúan las transmisiones en vivo desde Dallas, y, más tarde, desde Washington.

6:00 p.m. El avión presidencial llega a Washington. Breve discurso de Lyndon Johnson en el aeropuerto Andrews, de la Fuerza Aérea.

7:30 p.m. Se transmite por primera vez la imagen del sospechoso Lee Harvey Oswald, capturado a primera hora de la tarde en un cine de Dallas.

SABADO 23

4:30 a.m. (EST) El ataúd del Presidente es colocado en el Salón Oriental de la Casa Blanca.

11:36 a.m. Transmisión directa desde la estación de policía de Dallas. Entrevista al jefe de policía, Jesse Curry. El sospechoso Lee Harvey Oswald grita a los periodistas que ha sido maltratado, y pide un abogado.

DOMINGO 24

12:20 p.m. Transmisión directa desde la cárcel de Dallas. Lee Harvey Oswald es trasladado a otra prisión, cuando un desconocido sale de entre el público, se avalanza a él, y le hace un disparo a quemarropa.

12:35 p.m. El cortejo fúnebre empieza a salir de la Casa Blanca, y, cinco minutos después, el féretro enfila la Avenida Pennsylvania hacia el Capitolio, en cuya rotonda será colocado hasta el lunes.

9:30 p.m. La Orquesta Filarmónica de New York ofrece un concierto fúnebre en honor al Presidente Kennedy. La transmisión es interrumpida para captar la llegada al aeropuerto Dulles la llegada del Príncipe Felipe y el primer ministro Alec Douglas Home, de la Gran Bretaña.

LUNES 25

9:00 a.m. Sigue la llegada de dignatarios al aeropuerto Dulles (Washington).

10:15 a.m. La familia Kennedy llega al Capitolio.

10:28 a.m. El cortejo fúnebre sale del Capitolio, y, siete minutos más tarde, enfila la ruta hacia la Casa Blanca, a donde llega cuarenta y cinco minutos después.

11:43 a.m. La familia Kennedy, los diecisiete jefes de estado, tres reyes, dignatarios extranjeros y el presidente L.B. Johnson y su esposa, empiezan la caminata desde la Casa Blanca a la Catedral de St. Matthew, donde se celebra la Misa Pontifical a cargo del Cardenal Richard Cushing.

La transmisión ininterrumpida incluye la salida del cortejo hacia el Cementerio Nacional de Arlington (Virginia), y la ceremonia de despedida. Aproximadamente 41,553,000 receptores de televisión estaban conectados durante el curso de esta última transmisión.

2:00 p.m. La bandera a media asta, en el techo de la Casa Blanca pone fin a la transmisión en vivo de los tres días y medio.

Para la televisión norteamericana, y, a su modo para la televisión mundial, esos tres días y medio significaron mucho, y fueron la señal de algo que comenzaba. Como decía un comentarista, "el medio demostró de lo que era capaz bajo presión", y dio pruebas más que suficientes de que tenían razón los que lo llamaban "la ventana del mundo", una ventana que sabía reflejar algo más que las trivialidades de la vida, y profundizar en lo más hondo de la experiencia humana."⁹

Sobre todo, en términos "lingüísticos", la televisión norteamericana nos facilitó un nuevo concepto de la inmediatez, de lo inesperado, de la noticia como espectáculo, y no sólo como recuento del pasado. En fin, en esos tres días y medio, el periodismo electrónico demostró con creces su capacidad e impacto. A partir de entonces, la televisión no sería una advenediza del periodismo, sino que constituiría, con pleno derecho, una forma nueva de periodismo. Lo que cuatro periodistas de radio habían improvisado una tarde de diciembre de 1941, acababa de graduarse con honores en una crisis que requería de pericia técnica, de creatividad aventurera y, sobre todo, de un profundo sentido del papel que le tocaba desempeñar en esa coyuntura a la comunicación masiva.

Muchos otros sucesos habían puesto a prueba a la televisión informativa años antes de la muerte del presidente Kennedy. El golpe de estado contra el general Batista en la madrugada del primero de enero de 1959 en La Habana, la crisis de los misiles en las Naciones Unidas en octubre de 1962, el lanzamiento al espacio del "Sigma 7" el 3 de octubre de 1962, la primera caminata en la luna, el 20 de ju-

lio de 1969, a cargo de los astronautas del Apolo 11, Neil Armstrong y Edwin Aldrin; y un sin número de eventos más que, antes y después de la histórica transmisión de noviembre de 1963, dotaron a la televisión y al periodismo electrónico en general de un lenguaje propio y de un estilo informativo peculiar, cuyo conocimiento es básico para la preparación y formación del periodista que se dispone a trabajar en cualquiera de las fases de producción de un noticiero de televisión.

NOTAS:

- 1 CBS News. *Técnica de las noticias en televisión*. (México: Ed. Trillas, 1968), pp. 16-17.
- 2 *Ibid.*, pp. 18-19.
- 3 *Ibid.*, pág. 19.
- 4 Sigfried Kracauer, *De Caligari a Hitler: Historia Psicológica del Cine Alemán*. Trad. esp. (Buenos Aires: Ed. Nueva Visión, 1961), pág. 329.
- 5 Carlos M. Tosantos, "Adiós NO-DO, adiós", *La Calle* (Madrid). n. 173 (14-20 julio 1981), pág. 57.
- 6 *CBS Newsletter* (December 12, 1963), p. 3.
- 7 "America's Long Vigil", *TV Guide* (Philadelphia), vol. 12, n. 4 (January 25, 1964), p. 23.
- 8 Frank Stanton, *op. cit.*, p. 3.
- 9 *TV Guide*, p. 45.

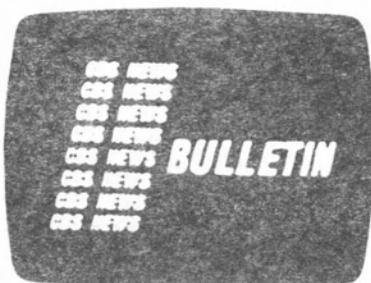
PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Cuál fue la primera transmisión de lo que podría denominarse "noticiero de televisión"? ¿En qué consistió?
2. ¿Qué recursos "lingüísticos" utilizó esa primera transmisión noticiosa?
3. ¿Qué importancia tuvieron las convenciones políticas en el desarrollo del periodismo televisado en los Estados Unidos?
4. ¿Qué significó la guerra de Corea para el progreso y afianzamiento de los noticieros de televisión como una forma de periodismo?
5. ¿Qué técnicas se usaron en la elaboración de los reportajes de la guerra de Corea?
6. ¿Qué países disponían ya de televisión en la época que rodea a la guerra de Corea?
7. ¿Qué importancia tiene el noticiero cinematográfico en el desarrollo del periodismo televisado?
8. ¿En qué consistía un noticiero como el "Pathé Journal"? ¿Cómo era su formato y su producción?
9. ¿Qué diferencia había entre los noticiarios tradicionales y el nuevo formato de "revista" del noticiero norteamericano "The March of Time" o el soviético "Kino-Pravda"?
10. ¿Cuáles son los tres principios fundamentales de los noticieros alemanes de los años treinta?
11. ¿Qué estructura y recursos "lingüísticos" utilizaban los noticieros alemanes de los años treinta?
12. ¿Qué valor tienen esos noticieros como instrumento de propaganda política?
13. ¿Qué características tienen los noticieros y "revistas" del fascismo italiano?
14. ¿Cuáles son las características principales de los noticieros aparecidos durante la época del "franquismo" en España?

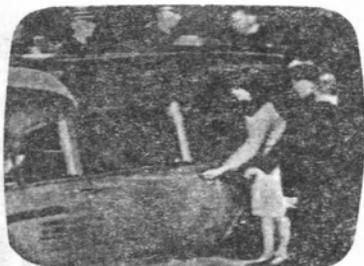
15. ¿Qué huella dejaron los noticieros de propaganda en el periodismo televisado español?
16. ¿Qué factores determinan la "liberación" del periodismo televisado en la década de los sesenta?
17. ¿En qué consiste la importancia del asesinato de John F. Kennedy para el periodismo televisado?
18. ¿Qué significa la afirmación siguiente: "... la televisión norteamericana nos facilitó un nuevo concepto de la inmediatez, de lo inesperado, de la noticia como espectáculo, y no como recuento del pasado"?
19. ¿Qué otros sucesos fueron cubiertos por la televisión en la década de los sesenta? ¿Qué sentido tuvieron para el desarrollo del periodismo televisado?
20. ¿Por qué es preciso conocer y estudiar estos "momentos" en la historia de la televisión informativa?

EJERCICIOS

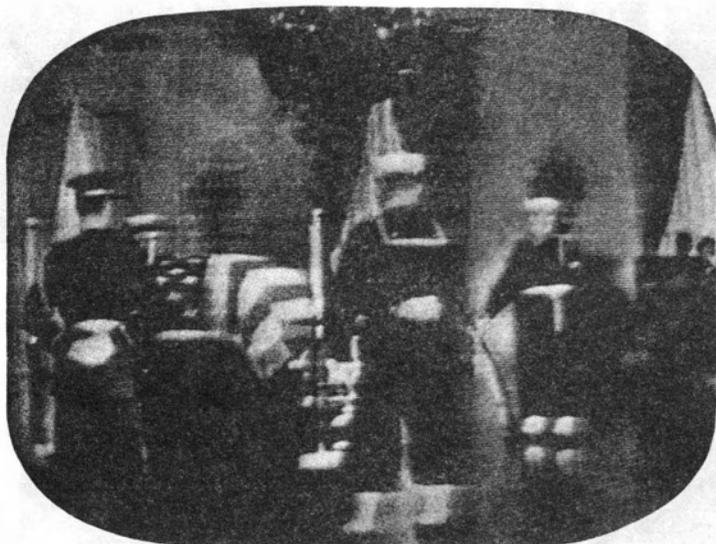
1. A la vista del modelo adjunto de historia de la televisión, diseñe en un cuadro sinóptico los momentos más destacados de la televisión en nuestro país.
2. De un modo semejante, enumere los principales momentos del periodismo televisado.



Nancy (Helen Wagner) y Grandpa (Santos Ortega) en la escena de la "telenovela" interrumpida exactamente a la 1:40 p.m., la tarde del viernes 22 de noviembre con el "flip-card" de la CBS.
 David Brinkley, de la NBC, describe la juramentación del nuevo presidente en el avión que llevaba los restos de Kennedy a Washington.



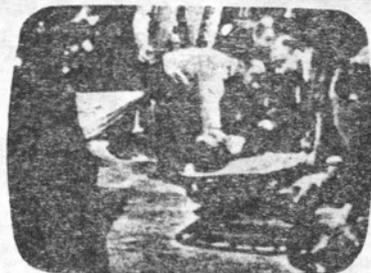
La viuda del presidente Kennedy, con el vestido aún manchado de sangre, llega a Washington con el cadáver del presidente. Robert Kennedy la acompaña a la ambulancia. El nuevo presidente y su esposa hacen breves declaraciones al llegar al aeropuerto Andrews en Washington, poco después de la seis de la tarde del viernes 22 de noviembre.



En la madrugada del sábado 23 de noviembre, el cadáver del presidente es colocado en el Salón Oriental de la Casa Blanca. El presidente Johnson cruza desde el edificio contiguo bajo la lluvia. El ex-presidente Harry Truman hace declaraciones a la prensa.



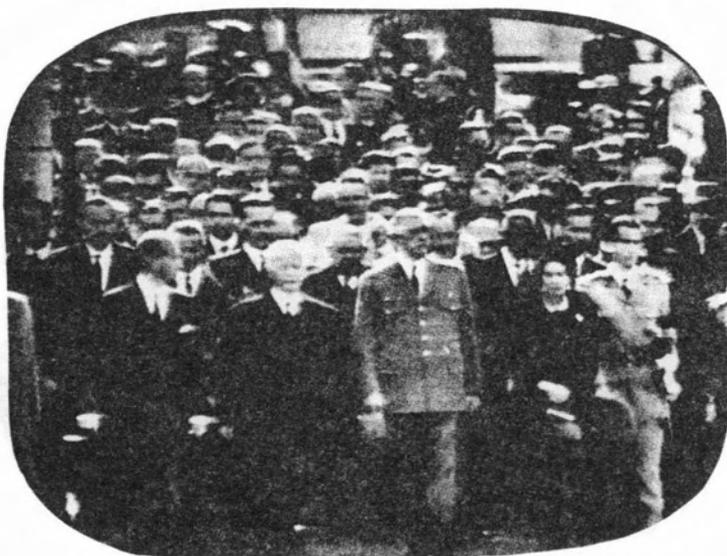
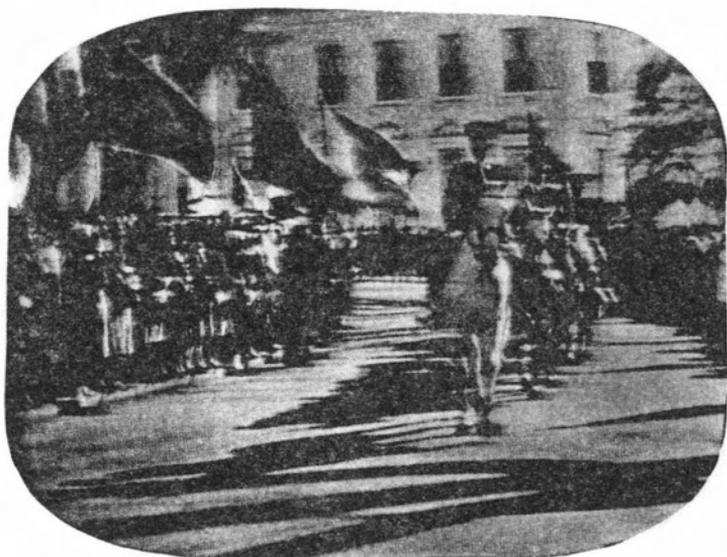
La viuda del presidente Kennedy y sus hijos a la puerta de la Casa Blanca, antes de salir hacia el Capitolio. El cortejo fúnebre enfilea la Avenida Pennsylvania hacia el Capitolio.



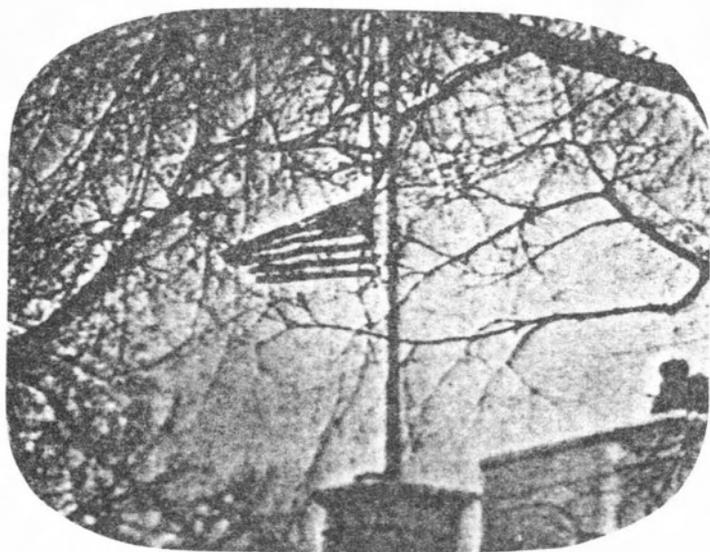
El domingo 24 de noviembre, alcanzó su "climax" el espectáculo histórico de la televisión norteamericana: Lee Harvey Oswald recibe un disparo a quemarropa, y es trasladado inmediatamente en una camilla, mientras la policía forcejea con el atacante, Jack Ruby.



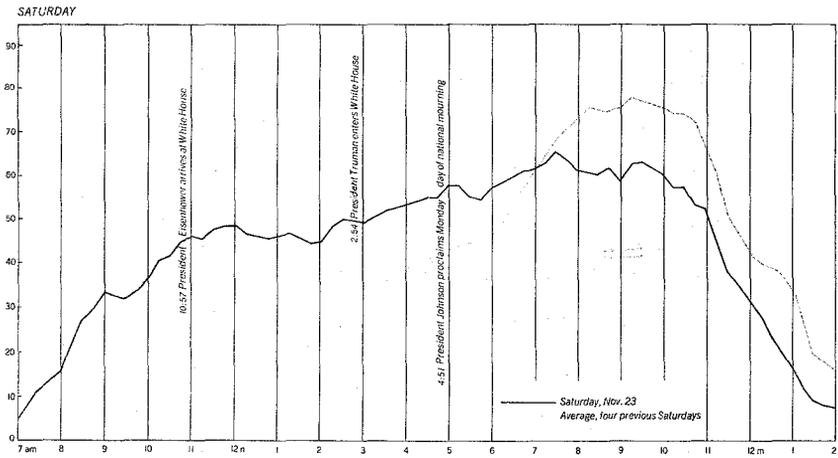
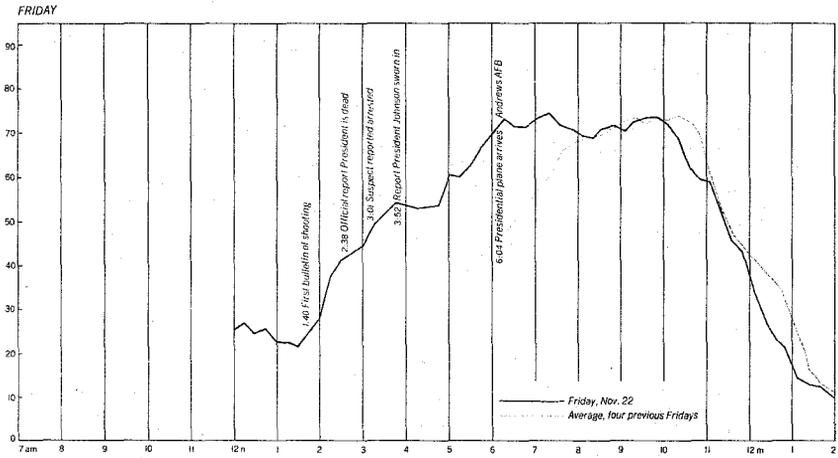
Mientras se celebraban las honras fúnebres en la rotonda del Capitolio, las redes de televisión, resumían al final del día los sucesos anteriores al fatal atentado de la tarde del viernes en Dallas.



El lunes 25 de noviembre, el cortejo partió del Capitolio hacia la Catedral St. Matthew para celebrar los funerales. Una vez concluidos, se inicia la caminata hacia el Cementerio Nacional de Arlington. Al frente el general De Gaulle, la reina Federica de Grecia y el emperador de Etiopía, Haile Selassie.

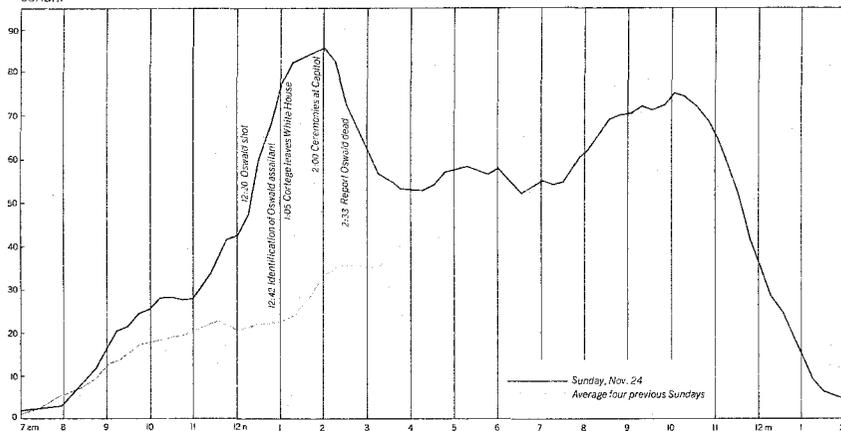


La familia Kennedy se retira del Cementerio de Arlington después de la ceremonia. El presidente Johnson saluda a Anastas Mikoyan. La bandera a media asta cierra la transmisión de los tres días y medio (22 - 25 de noviembre de 1963).

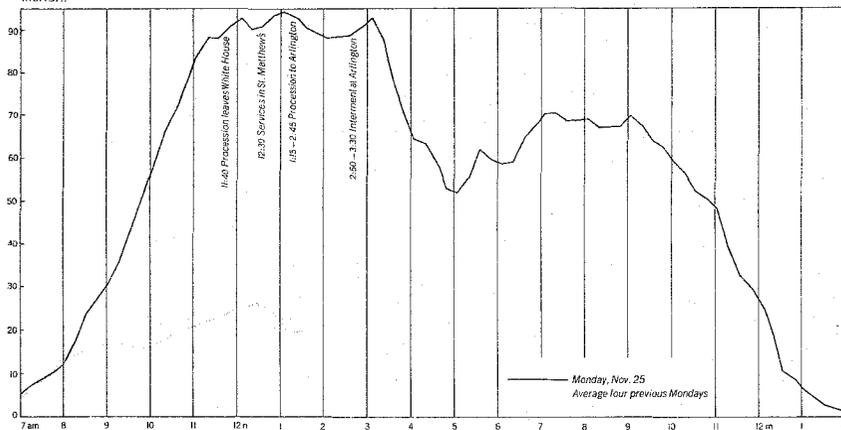


PORCENTAJES DE AUDIENCIA en el área de NEW YORK, desde las doce del mediodía del viernes 22 de noviembre hasta las dos de la madrugada del lunes 25.

SUNDAY

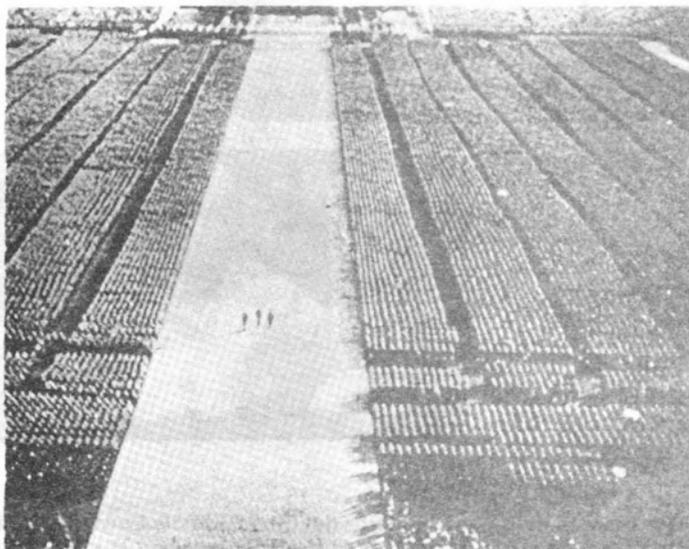


MONDAY





El Papa Pablo VI aparece en la pantalla en la primera transmisión del satélite de comunicaciones "Early Bird", el día de Pentecostés de 1965.



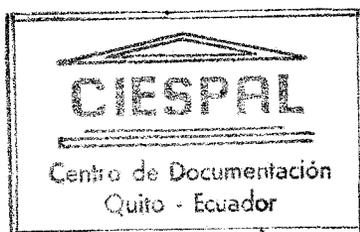
Dos imágenes típicas de los noticieros alemanes de los años treinta: el protagonista y las masas.



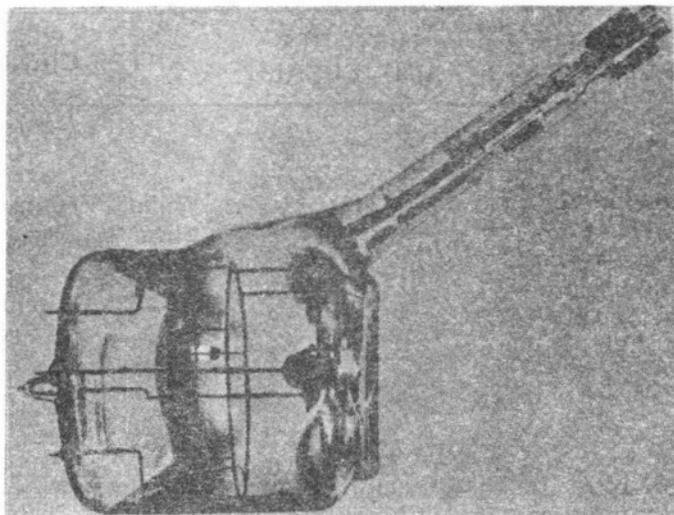
**Dos escenas de sendos números del Cine Giornale Luce, de Italia:
Un reportaje sobre la visita de Hitler a Florencia, y el discurso de
Mussolini en Bari en 1934.**

LOS GRANDES MOMENTOS DE LA HISTORIA DE LA TELEVISION

Para que sirva al estudioso del periodismo televisado como referencia histórica o simple material de repaso, se resumen aquí, en forma de cuadro sinóptico, los momentos principales de la prehistoria y el desarrollo de la televisión a partir de 1901, con la invención de un sistema de televisión sin hilos por parte del físico norteamericano Reginal Aubrey Fessender (1866-1932), que por esa misma época había transmitido la palabra humana por medio de telegrafía sin hilos, iniciando de esa manera la era de la radio.

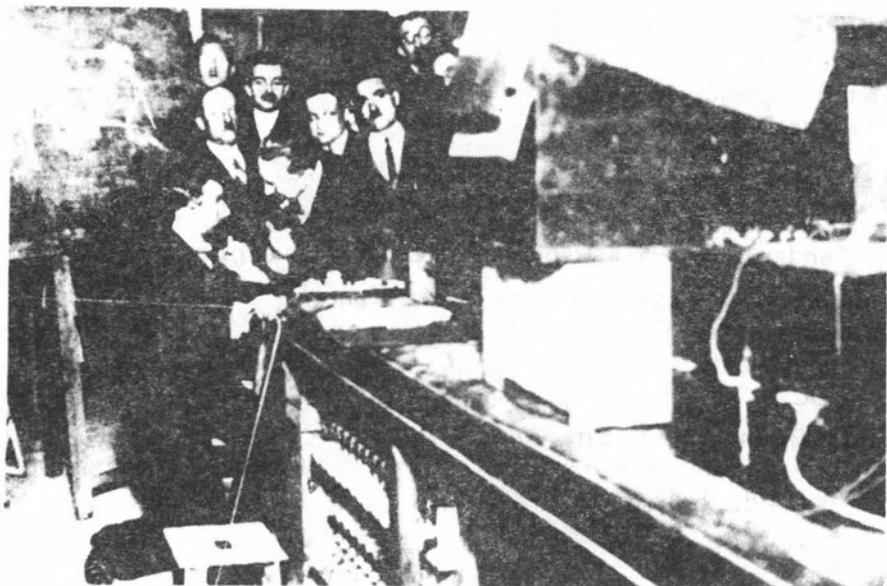


HISTORIA DE LA TELEVISION	HISTORIA UNIVERSAL	ARTES-CIENCIAS
1901		
Reginal Aubrey Fessenden (1866-1932) inventa un sistema de TV sin hilos, pero no tiene éxito práctico.	T. Roosevelt Presidente USA. Muere reina Victoria de Inglaterra. Empieza reinado de Alfonso XIII (España).	Ivan Pavlov inicia experimentos sobre reflejos condicionados humanos. Muere G. Verdi "Epo-ca Azul" de Pablo Picasso. Maxim Gorki estrena "Los bajos fondos".
1923		
Vladimir Kosma Zvorykin (1899) descubre en USA el iconoscopio , con el que se pueden reproducir imágenes en movimiento.	Dictadura de Primo de Rivera en España. Muerte de Pancho Villa (México). Conferencia Panamericana (Santiago de Chile).	Se establecen las emisiones de onda corta en Inglaterra. Transmisiones regulares de radio en USA, URSS, Francia e Inglaterra.
1925-26		
Primer sistema de televisión electromecánica práctica, que utiliza electrones en amplificadores y osciladores.	Ocupación de Nicaragua por tropas USA. Chiang Kai-Chek se revela contra los militares en el poder.	Muere arquitecto Antonio Gaudí. Ernest Hemingway publica "Fiesta".
Se instalan emisoras en Inglaterra, Francia, Alemania y la URSS.	El Reich alemán admitido en la Sociedad de Naciones.	



El inoscopio de Zvorykin (1923), y uno de los primeros ensayos de transmisión de televisión con un foco móvil, en Montrouge (1930).

HISTORIA DE LA TELEVISION	HISTORIA UNIVERSAL	ARTES-CIENCIAS
1926		
<p>El escocés John L. Baird (1888-1946) presenta un sistema de televisión de pronta utilización (27 de enero).</p>		<p>William Faulkner publica "La paga de los soldados". Ricardo Güiraldes publica "Don Segundo Sombra".</p>
1928		
<p>John L. Baird realiza el primer intento de televisión en color, y transmite por primera vez a través del Atlántico una imagen de TV.</p>	<p>Unificación de China bajo Chiang Kai-Chek. 1er. Plan Quinquenal en URSS.</p>	<p>Alexander Fleming descubre la penicilina. Federico G. Lorca publica "Romancero Gitano". Maurice Ravel compone su "Bolero".</p>
1929		
<p>La BBC (Londres) inicia transmisiones regulares con el sistema Baird, aunque la imagen no tiene aún buena definición. (30 de septiembre).</p>	<p>León Trotsky es expulsado de la URSS. Derrumbe de la Bolsa de Valores (New York). Campaña de la sal en la India, encabezada por Mahatma Gandhi, contra el gobierno colonial británico.</p>	<p>Ortega y Gasset publica "La Rebelión de las Masas". W. Faulkner publica "El Ruido y la Furia". Rómulo Gallegos publica "Doña Bárbara". Se descubre el procedimiento para congelar alimentos.</p>



Primera demostración en público de la televisión perfeccionada por René Barthélémy en Francia, en la Ecole Supérieure d'Electricité el 14 de abril de 1931.

HISTORIA DE LA TELEVISION	HISTORIA UNIVERSAL	ARTES-CIENCIAS
1930		
<p>Se empieza a usar la cámara de televisión de V.K. Zvorykin.</p> <p>En Inglaterra se desarrolla la cámara Emitron, según el aparato de Zvorykin.</p>	<p>Dimite el gobierno de Primo de Rivera (España).</p>	<p>Juana de Ibarbourou publica "La Rosa de los Vientos".</p> <p>Se construye el edificio Empire State en New York.</p>
1931		
<p>Primera emisión de TV en la URSS.</p> <p>La CBS inaugura su estación en New York, y más adelante surge la NBC.</p> <p>René Barthélémy demuestra su cámara en París (14 de abril).</p>	<p>Proclamación de la República en España.</p> <p>Abdicación de Alfonso XIII.</p> <p>Pío XI publica la encíclica "Quadragesimo Anno".</p>	<p>Walter Gropius realiza el proyecto para el Palacio del Soviet (Moscú).</p> <p>F. García Lorca publica "Poema del Cante Jondo".</p> <p>Nicolas Guillén publica "Sóngoro Cosongo".</p> <p>Muere Thomas Edison.</p> <p>RCA lanza al mercado el disco de 33 1/3 rpm, de quince minutos de música por cara.</p>
1935		
<p>Primera emisión electrónica pura de TV en los Estados Unidos.</p> <p>Francia realiza por esa época las primeras transmisiones.</p>	<p>Leyes antisemitas en Alemania.</p>	<p>Jorge Luis Borges publica "Historia Universal de la infamia".</p> <p>León Felipe publica su "Antología".</p>

**HISTORIA DE
LA TELEVISION**
**HISTORIA
UNIVERSAL**
ARTES-CIENCIAS

1936

Se construyen en la URSS las estaciones de TV de Leningrado y Moscú.

Se televisan los Juegos Olímpicos (Berlín).

La BBC (Londres) inicia transmisiones con el sistema Emitron.

Estalla guerra civil (España).

Italia se anexiona Etiopía.

Roosevelt reelegido presidente USA.

Muere Maxim Gorki. Alemania e Italia reconocen gobierno rebelde de Franco en España.

Gobierno del Frente Popular de León Blum en Francia.

La Unión Soviética inicia las purgas contra ex-dirigentes del Partido Comunista.

Comienza el eje Roma-Berlín.

Pacto entre Alemania y Japón.

Alemania ocupa Rumania.

Margaret Mitchell publica "o que el viento se llevó".

Miguel Hernández publica "El rayo que no cesa".

Asesinato de Federico García Lorca en Granada.

Muere el pensador vasco Miguel de Unamuno.

Georges Bernanos publica "Diario de un cura de aldea".

Muere L. Pirandello.

Serge Prokofiev estrena "Romeo y Julieta".

Jorge Luis Borges publica "Historia de la eternidad".

1939

F. Fisher inventa la primera pantalla gigante de TV, llamada

Termina la guerra civil en España y se inicia la dictadura de

Se fabrican las materias sintéticas perlon y nylon.

HISTORIA DE LA TELEVISION	HISTORIA UNIVERSAL	ARTES-CIENCIAS
<p>da eidóforo de más de 100 metros cuadrados de superficie. En España (Burgos) se realizan los primeros experimentos de TV con el sistema alemán.</p>	<p>Franco. Pacto germano-soviético. Se inicia la Segunda Guerra Mundial al invadir los alemanes Polonia. Conferencia Panamericana en Panamá. Eistein escribe a F. D. Roosevelt sobre la posibilidad de construir una bomba atómica. Eugenio Pacelli elegido Papa (Pío XII).</p>	<p>James Joyce publica "Finnegans Wake". John Steinbeck publica "Las uvas de la ira". Se hacen las primeras pruebas positivas con DDT. Muere Sigmund Freud. Muere en el exilio Antonio Machado. Joaquín Rodrigo compone el "Concierto de Aranjuez".</p>
1941		
<p>Primer espacio noticioso a través de la WCBW (New York).</p>	<p>Ataque japonés a la base de Pearl Harbor. Intervención de los EE.UU. en la 2da. Guerra Mundial. Alemania invade la URSS. La guerra se amplía en Europa hasta Yugoslavia, Grecia y Creta. También al norte de Africa y a Irán e Irak, en Asia.</p>	<p>J.C. Orozco decora el Palacio de Justicia (México). Se estrena el film de Orson Welles "Citizen Kane". J.C. Onetti publica "Tierra de nadie". Bertolt Brecht estrena "Madre Coraje y sus hijos".</p>

**HISTORIA DE
LA TELEVISION**
**HISTORIA
UNIVERSAL**
ARTES-CIENCIAS

1946

Se reanudan los noticieros de TV en USA, después de una suspensión en 1942, a causa de la 2da. Guerra Mundial.

Se crean las repúblicas populares de Hungría, Bulgaria y Albania.

Perón sube al poder en Argentina.

1ra. Asamblea General de la ONU (Londres).

Se inician los procesos de Nüremberg.

Bertrand Rusell publica "Historia de la Filosofía Occidental".

Miguel A. Asturias publica "El Señor Presidente".

Muere Manuel de Falla.

Muere Gertrude Stein.

1947

Auge de la TV en Estados Unidos.

Primera transmisión a control remoto:

El presidente Truman habla desde la Casa Blanca (Washington).

Al año siguiente, se transmiten las convenciones de los Partidos Republicano y Demócrata en los EE.UU.

Se lanza el Plan Marshall para la reconstrucción económica europea.

India obtiene su independencia de Gran Bretaña.

Se descubren los manuscritos del Mar Muerto.

Albert Camus publica "La Peste".

Thomas Mann publica "Doctor Fausto".

Nicolas Guillén publica "El son entero", y León Felipe su "Antología rota".

Serge Prokofiev estrena "Guerra y Paz".

HISTORIA DE LA TELEVISION	HISTORIA UNIVERSAL	ARTES-CIENCIAS
1949		
<p>Los noticieros de TV tienen transmisiones estables. CBS lanza su programa "Douglas Edwards with the News", de lunes a viernes, a las 7:30 p.m.</p>	<p>Alemania queda dividida en dos países. Se inicia el primer experimento atómico soviético. Triunfo de Mao Tse-Tung en China. Fundación de la OTAN.</p>	<p>Simone de Beauvoir publica "El segundo sexo". Jorge Luis Borges publica "El Aleph", y Georges Orwell, "1984".</p>
<p>Se inicia el primer diario televisado en Francia.</p>	<p>Columbia y CBS comercializan los discos de larga duración (LP) en 33 1/3 rpm.</p>	
1950		
<p>Se inicia la TV en México. Los noticieros de cine y TV envían corresponsales al frente de batalla en Asia.</p>	<p>Estalla la guerra de Corea. El senador McCarthy inicia los procesos contra los izquierdistas en los medios de comunicación en Estados Unidos.</p>	<p>Pablo Neruda publica su "Canto General", y Octavio Paz, "El laberinto de la soledad".</p>
1951		
<p>Se realizan en U.S.A. los primeros experimentos de televisión en color. (NTSC). Se inician las transmisiones de TV en Cuba, y un año después en Santo Domingo.</p>	<p>Se inicia la "era de la computadora" con el lanzamiento de la máquina Univac I. Muere el mariscal Philippe Pétain (Francia).</p>	<p>Albert Camus publica "El Rebelde", y Alberto Moravia, "El Conformista". Muere Arnold Schönberg.</p>

**HISTORIA DE
LA TELEVISION**
**HISTORIA
UNIVERSAL**
ARTES-CIENCIAS

1953

Se inicia la TV en Canada y Japón, y se hacen los primeros experimentos en España, aunque no se establece definitivamente hasta 1956.

Se transmite, por vía transatlántica, la coronación de Isabel II de Inglaterra.

Muere José Stalin.

Se ejecutan los supuestos espías norteamericanos Julius y Ethel Rosenberg en USA.

Armisticia en la guerra de Corea.

Ampex lanza al mercado el modelo de videotape en color, pero no se pone en uso hasta más de diez años después.

Roland Barthes publica "El grado cero de la escritura".

Samuel Becket estrena "Esperando a Godot".

1954

Desde Roma, Pío XII habla a toda Europa por TV.

Se establece la ITA (Independent TV Authority) en Gran Bretaña.

Se inicia la transmisión por cable, sobre todo en lugares con obstáculos.

Se constituye en Europa "Eurovisión".

Nasser ocupa la presidencia de Egipto.

El senado de USA condena al senador McCarthy, que inició la "caza de brujas" en 1950.

Se inicia la lucha por la liberación de Argelia.

Derrota francesa en la guerra de Indochina, en la batalla de Dien Bien Fu.

Muere Henri Matisse.

William Golding publica "El señor de las moscas".

Comienza el uso de anticonceptivos por vía oral.

Francois Sagan publica "Buenos días, Tristeza".

Primer Festival de Jazz en Newport (Rhode Island, USA).

HISTORIA DE LA TELEVISION	HISTORIA UNIVERSAL	ARTES-CIENCIAS
1962		
<p>Se establece la Televisión en Argelia, Nigeria, Egipto, Irak y otros diez países.</p> <p>Se realiza la primera transmisión intercontinental de TV con el satélite "Telstar" (USA).</p>	<p>El Papa Juan XXIII inaugura el Concilio Vaticano II.</p> <p>Incidente entre la URSS y los EE.UU. por la presencia de cohetes soviéticos en Cuba. (USA).</p> <p>Conferencia del desarrollo en Ginebra.</p> <p>Se proclama la independencia de Argelia.</p>	<p>Alejo Carpentier publica "El siglo de las luces", y Mario Vargas Llosa, "La ciudad y los perros".</p>
1965		
<p>Se pone en funcionamiento el sistema de satélites "Intelsat".</p>	<p>Marcha de los derechos humanos, encabezada en Washington por Martin Luther King.</p> <p>Estalla la guerra civil en Santo Domingo. Intervención de las tropas de la OEA.</p> <p>Escalada norteamericana en la guerra de Vietnam.</p> <p>Muere Winston Churchill.</p> <p>Charles de Gaulle elegido presidente de Francia.</p>	<p>Surge la moda "Op Art".</p> <p>León Felipe publica "Oh, este viejo y roto violín".</p>

**HISTORIA DE
LA TELEVISION**
**HISTORIA
UNIVERSAL**
ARTES-CIENCIAS

1967

La BBC (Londres) inicia transmisiones en color, con la transmisión del Campeonato de tenis de Wimbledon.

La RFA, Francia y la URSS, inician transmisiones en color.

Golpe de estado militar en Grecia.

Guerra de los seis días entre árabes e israelíes.

Conferencia de Punta del Este (Uruguay) para la integración económica.

En Bolivia, las tropas del gobierno matan al Che Guevara.

Primer transplante de corazón en Africa, a cargo del Dr. Barnard.

G. García Márquez publica "Cien años de soledad".

Marshall McLuan publica "El medio es el mensaje".

Muere André Bretón.
Regis Debray publica "Revolución en la Revolución".

1969

Se inventa el video-cassette.

Aumenta la actividad terrorista y la represión militar en Uruguay, Argentina, Brasil, Colombia, México, el Congo, Ceilán y Turquía.

Charles de Gaulle dimite como presidente de Francia. Le sucede Georges Pompidou.

José Donoso publica "El obscuro pájaro de la noche" y Mario Vargas Llosa, "Conversación en la Catedral".

**HISTORIA DE
LA TELEVISION****HISTORIA
UNIVERSAL****ARTES-CIENCIAS**

1973

Primer satélite geostacional de comunicación y TV.

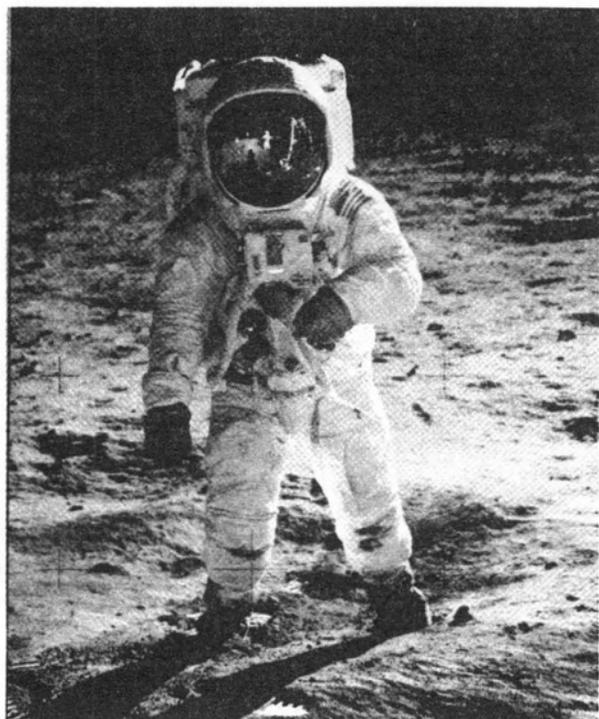
Comienza en USA el proceso "Watergate", que desembocará con la renuncia del presidente Nixon.

Golpe de estado en Chile. Asesinato de Allende y establecimiento de la dictadura militar de Pinochet.

Tercer gobierno peronista en Argentina.

Muere Pablo Picasso, Pau Casals y Ben Webster.

Jorge Edwards publica "Persona non grata".



Dos transmisiones históricas de televisión: la transmisión transatlántica de la coronación de Isabel II (1953), y la primera transmisión desde la luna, el 20 de julio de 1969.

II

ANALISIS DE UN NOTICIERO

Antes de entrar en la fase de producción de reportajes y, por supuesto, antes de embarcarse en la planificación y edición de un noticiero de televisión, los alumnos dedicarán, por lo menos, seis horas al análisis detallado de ejemplos tomados de la televisión local y de la extranjera.

El primer paso debe ser el estudio pormenorizado de un noticiero televisivo nacional, grabado en videotape (VHS o Betamax), preferiblemente la noche anterior a la clase, a no ser que convenga estudiar el tratamiento de un hecho concreto o la secuencia de una serie de reportajes.

Los alumnos, junto con el profesor o animador, verán el noticiero sin interrupción, como si se tratase de una transmisión en vivo. Inmediatamente después, el grupo verbalizará en común sus primeras impresiones de conjunto, al tiempo que podrá tomar notas escritas para el análisis más detallado que seguirá unos minutos después.

En esta segunda "visión" del noticiero, los alumnos deberán **reconstruir** el guión del mismo, es decir, un breve esquema que indique las noticias emitidas en la transmisión, aclarando su **origen** (nacional, regional o internacional), su **tratamiento** (lectura "a secas", lectura con foto fija en el fondo, reportaje con sonido directo o reportaje sin sonido), y enumerando las cuñas comerciales que se insertaron en cada pausa de la transmisión, y el producto que anunciaban. Así mismo, es preciso que los estudiantes cronometren la

duración exacta de la transmisión, e incluso de cada noticia, para determinar así la "jerarquía de valores" que usa ese noticiero.

Una vez concluida esta segunda revisión, los alumnos pondrán por escrito sus reflexiones, acompañadas del esquema que elaboraron durante la transmisión. Ante todo, es preciso que el alumno analice el ritmo general del noticiero, una vez determinado el tipo de público a quien va dirigido, así como su estructura orgánica. De estas reflexiones, y para concluir la sesión, podrán caer en la cuenta de la variedad de códigos empleados en el "lenguaje" televisivo. Una noticia enunciada en primer lugar en los "titulares" del inicio de algunos noticieros de televisión, y a la que se le conceden más de cinco minutos a través de la transmisión, ilustrada con reportaje en vivo y entrevistas, equivaldría al titular principal de la primera plana de un periódico standard. Por el contrario, una noticia sin ilustración gráfica, leída por uno de los locutores de planta, con no más de doce líneas de texto escrito, equivaldrá a una columna de ocho a nueve picas de ancho y tres párrafos de extensión, en la página cinco del tercer cuerpo de un diario standard, ahogada, por decirlo así, entre dos anuncios de licores, dos notas de divorcio y la foto de una boda.

En la segunda sesión de análisis, los alumnos, y en forma semejante a la anterior, revisarán y analizarán, junto con el profesor o instructor, un noticiero extranjero, grabado previamente la noche anterior. Puede utilizarse el noticiero "24 Horas" de México o, si los alumnos dominan el inglés, una de las versiones largas de la CNN News (Atlanta, Georgia) que llega a varios países a través del servicio de Tele-Cable.

La primera "visión", como sucedió en la clase anterior, terminará con un recuento de primeras impresiones orales, y, sobre todo, una visión de conjunto del noticiero. Durante la segunda revisión, los alumnos tomarán notas y reconstruirán el guión o esquema del noticiero, como se hizo en la sesión anterior con el noticiero local. Si la grabación incluye también los anuncios, —tratándose, por supuesto, de una estación comercial—, se estudiará brevemente el tipo de público al que va dirigido el noticiero en cuestión, así como la proporción de noticias por segmento, la cantidad y frecuencia de las pausas comerciales, en comparación con los resultados que se obtuvieron del análisis del noticiero local en la primera sesión de trabajo. En fin, con la dirección del profesor, los estudiantes prestarán especial atención al **ritmo** general del noticiero, antes de enfrascarse en otra sesión en el análisis de contenido e incluso en una

lectura ideológica más seria de la imagen televisada.

Un breve ejercicio escrito, a base de las notas recogidas durante la revisión del noticiero, completará esta segunda sesión de trabajo. Para este trabajo escrito, así como para cualquier otro análisis posterior, conviene seguir la siguiente "plantilla" de análisis:

1. **Locución:**

Vocalización (Clara / oscura)

Pronunciación (Correcta / incorrecta)

Ritmo de lectura (Acelerado / normal / lento)

"Contacto" con el público televidente:

Apego excesivo al apuntador mecánico o "teleprompter"

Apego visible al texto escrito en las cuartillas

Formalidad o frialdad excesiva en la expresión y presencia física

Facilidad de improvisación y soltura en las fórmulas de transición, presentación o despedida.

2. **Redacción:**

Gramática y Sintáxis

(Correcta / incorrecta)

Uso de tecnicismos o extranjerismos

(Indiscriminado / apropiado)

Adecuación al medio televisivo

Reiterativa del mensaje visual

Simple complemento escrito de las imágenes

Armonía entre el mensaje visual y el auditivo.

3. **Escenario o "set":**

Decorado de fondo (Distractivo, "barroco", discreto)

Ubicación de los locutores

Escritorio, "mostrador" o atril individual

Distancia: entre ellos mismos y con relación al "set"

Angulo de toma de los locutores

(Normal, picado, contrapicado)

Iluminación general (Excesiva, dispersa, centrada en los locutores, adecuada).

4. Estructura formal de la emisión:

Presentación y despedida

Cuñía grabada (Larga, adecuada, dinámica)

Títulos sobreimpuestos en el set en vivo

Adecuación al formato general de la emisión

Ritmo de la emisión

Proporción de los segmentos

(Reportajes, entrevistas, noticias leídas, publicidad)

Amenidad e interés: combinación armónica video-audio

Dirección y movimiento de cámaras

Cortes directos a cada locutor en el mismo plano.

Uso de movimientos de cámara

(Excesivo, apropiado, sólo en presentación y despedida).

5. Contenido noticioso del programa:

Cantidad total de noticias emitidas

Procedencia y porcentaje de noticias

(Nacionales, locales, regionales e internacionales)

Clasificación de las noticias por rubros: políticas, económicas, sociales, deportivas, artísticas, triviales

Espacio dedicado al periodismo analítico

(Nacional / internacional).

6. Reportajes y entrevistas:

Aspecto Periodístico:

Presentación o introducción del reportero "in situ"

(Larga, adecuada, innecesaria)

Participación del reportero

(Simple presencia, entrevista "activa", discreta, distractiva)

Armonía entre texto escrito y "declaraciones"

(Simple repetición, reiterativa, integrada)

Valor periodístico del reportaje o entrevista

¿Se justificaba su inclusión en el noticiero?

¿Qué valor concede el noticiero a esa noticia?

¿Qué categoría adquiere el reportaje en el

conjunto del noticiero?

Si se trata de una "serie", ¿qué valor tiene esta "entrega" dentro del conjunto de reportajes?

¿Se centró el reportaje o la entrevista en un solo tema?

Aspecto formal:

Angulación de cámara

(Normal, picado, contrapicado)

Variedad de planos y movimiento de cámara

(Discreta, adecuada, innecesaria)

Intervención del reportero

(Fuera de encuadre, demasiado patente, discreta)

Edición o montaje

¿Se alargan innecesariamente las "declaraciones", sobrepasando el punto de efectividad?

¿Se prescinde del montaje, pretendiendo poner al espectador frente a la realidad?

¿Se tergiversan las declaraciones a base de un montaje dinámico?

Identificación del entrevistado o "declarante"

Verbal (al inicio y al final por parte del reportero)

Con subtítulos superimpuestos (al menos, dos veces).

En la tercera sesión de análisis de modelos de noticiero de televisión, los estudiantes revisarán un ejemplo más de noticiero local, si es posible, como en la primera sesión, grabado la noche antes, aunque convendría que todos lo hubieran visto en su casa, para no alargar esta clase innecesariamente, y para que se acostumbren a este tipo de análisis aun fuera de las horas de clase o taller.

En realidad, si no se dispone de una nueva grabación, podría utilizarse la misma de la primera sesión de trabajo. Sin embargo, es conveniente que sea una "entrega" distinta para poder detectar cualquier cambio con respecto a la anterior, si se incurre en los mismos errores e incluso si la posición editorial del noticiero ha sufrido algún viraje forzada por las circunstancias sociales.

El método utilizado en esta tercera sesión de trabajo puede ser prácticamente el mismo. Si después de la primera revisión y los comentarios espontáneos, se observa que los alumnos ya dominan mejor el sentido de observación y de crítica, pueden suprimirse las observaciones escritas, y simplemente hacer una ronda de preguntas siguiendo la **plantilla** de análisis de la sesión anterior.

Antes de concluir la sesión, el profesor hará un breve preámbulo al tema de la sesión siguiente: análisis de contenido de un noticiero. A manera de prelección, enunciará los puntos principales del tema, elegirá la bibliografía más a propósito para el tema, y exigirá que los alumnos hayan dedicado varias horas a la preparación del tema, mediante la consulta de fuentes adicionales.

Además, será conveniente que, antes de reunirse al día siguiente, los alumnos hayan dedicado también algún tiempo a observar con detenimiento alguno de los noticieros locales de televisión. Estos servirán como ejercicios previo de "calentamiento" para la sesión siguiente.

PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Qué elementos deben aparecer en la "ficha de análisis" de un noticiero para identificarlos debidamente?
2. ¿En qué elementos hay que fijarse para hacer un análisis detallado de la **locución** de un noticiero de televisión?
3. ¿Cómo se detectan los defectos de redacción de un noticiero de televisión?
4. ¿Qué factores intervienen en la "estructura formal de la emisión" de un noticiero de televisión?
5. ¿Qué elementos determinan el contenido noticioso de un programa informativo de televisión?
6. ¿En qué consiste la "armonía entre el texto escrito y las declaraciones" en un reportaje preparado para un noticiero de televisión?
7. ¿Cómo se detecta el valor periodístico de un reportaje para un noticiero de televisión? ¿Qué factores hay que tomar en cuenta?
8. ¿Qué elementos entran en el aspecto formal o propiamente televisivo de un noticiero?
9. ¿Qué valor informativo e ideológico tiene el **montaje** en la realización de un reportaje para un noticiero de televisión?
10. ¿Qué importancia tiene la **identificación**, con cualquiera de los métodos, de un entrevistado o "declarante" en un noticiero de televisión?

EJERCICIOS

1. Revise la "plantilla" de análisis utilizada en esta lección, después de haberla usado en los dos o tres ejercicios propuestos, y, en caso de encontrarla incompleta o defectuosa, diseñe una nueva "plantilla" adaptable a diferentes modelos de noticiero de televisión.
2. Para la presentación de un trabajo de análisis completo, diseñe un cuadro estadístico para computar los totales de una transmisión informativa de televisión. Recuerde, ante todo, que es preciso computar la cantidad de noticias, según su procedencia, contenido, rubro, etc.
3. Repita el ejercicio de "lectura" de uno de los noticieros vistos en clase, y sométalo al modelo de "plantilla" diseñado por Ud. Recuerde que este ejercicio, así como la lección que le precede, tienen como finalidad principal el agudizar el sentido de observación para que el alumno sea capaz, posteriormente, de someter su trabajo a la autocrítica requerida.

III

LECTURA CRITICA DE UN NOTICIERO



Después de haber hecho varios ejercicios de lectura de noticieros de televisión, tanto locales como extranjeros, fijándose ante todo en la estructura y el aspecto formal de la transmisión, conviene que el alumno de comunicación social analice también el contenido del noticiero o de una serie de reportajes, e incluso haga una lectura ideológica de los mismos.

Sirviéndose de los conceptos adquiridos, y de los instrumentos de análisis empleados en materias como Introducción y Métodos de Investigación Social, Publicidad e incluso Historia del Pensamiento Político, tendremos una base, al menos elemental, para hacer unos cuantos ejercicios de **lectura ideológica**, tanto en el área **iconográfica** como en la literaria o **textual**.

Antes de adentrarnos en la misma lectura, conviene repasar una serie de conceptos claves. Para ello sería conveniente leer unos cuantos textos básicos en el área de **ideología** y, sobre todo, lectura de los medios de comunicación.

La bibliografía básica en este área podría ser la siguiente:

Marx, Karl. **La Ideología Alemana** (Barcelona: Ed. Grijalbo, 1970).

Silva, Ludovico, **Teoría y Práctica de la Ideología** (México: Ed. Nuestro Tiempo, 1971).

Verón, Eliseo. **El proceso ideológico** (Buenos Aires: Tiempo

Contemporáneo: 1971), pp. 251ss.

Conducta, estructura y comunicación (Buenos Aires: Ed. Jorge Alvarez, 1969).

Como resumen de las teorías de la ideología y de las corrientes de investigación de los medios, puede consultarse también:

Aguirre, Jesús María y Marcelino Bisbal. **La ideología como mensaje y masaje** (Caracas: Monte Avila Editores, 1981), sobre todo las pp. 159-188.

Para el estudio de la **iconografía** de la televisión, además de la obra de Aguirre y Bisbal, puede consultarse también:

Martínez Alberto, José L. **El Mensaje informativo** (Barcelona: A.T.E., 1977), pp. 219-238.

Como también es preciso manejar el concepto de **propaganda política**, convendría repasar alguna de las siguientes obras:

Domenach, Jean-Marie. **La Propaganda política** (Buenos Aires: Eudeba, 1962), pp. 47-89.

Sills, David L. (ed.) **Enciclopedia de las Ciencias Sociales**, vol. 8 (Madrid: Aguilar, 1976), pp. 568-576.

Si se desea profundizar un poco más en este tema de la propaganda y sus usos históricos, véase también:

Doob, Leonard W. "Goebbels y sus principios propagandísticos", en Miquel de Moragas (ed.). **Sociología de la Comunicación de Masas** (Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1979), pp. 381-404.

Lenin, V.I. "¿Qué hacer?" en **Obras Escogidas en doce tomos**, tomo II (Moscú: Editorial Progreso, 1975), pp. 51-52, 63-64, 84-85.

McCombs, Maxwell E. "La comunicación de masas en las campañas políticas: información, gratificación y persuasión", en Miquel de Moragas, *op. cit.*, pp. 36-380.

Si el tiempo de que dispone el instructor o el alumno, no es suficiente para dedicarse a la lectura de alguno de los textos indicados, bastaría con el repaso del concepto de **ideología** y la revisión del método para decodificar mensajes en los medios de comunicación social.

BASES PARA UNA LECTURA IDEOLOGICA

Para el lector de cualquier medio de comunicación, el **signo** posee dos planos de realidad:

- 1) lo que **representa** en sí, y
- 2) lo que **significa**.

Es decir, que el **signo** es capaz de una lectura **objetiva**, y de otra **subjetiva**, que depende de la situación modificante en que aparezca el signo.

Por esa misma razón, hay dos fases en la percepción de un signo. Percibir es tanto denotar como connotar el valor del signo. Y, por eso, hablamos de que los signos **explican** e **implican** a la vez, y hablamos de **denotación** y **connotación** o de lectura denotativa y lectura connotativa.

La **denotación** es la significación que surge de la relación entre el **signo** y el **objeto referente**.

Si el signo es de fácil lectura por su similitud con el **objeto referente**, es decir con la realidad que representa, sería fácilmente reconocible por el lector, aunque se trate de un bosquejo, una caricatura o un detalle en un cuadro impresionista. Es decir, la denotación **explica** el signo o el sistema de signos.

Por otro lado, la **connotación** es la significación que resulta de la relación que establecemos los lectores entre el signo, el objeto representado y nosotros, es decir, el sujeto perceptor. Esta triple relación, configurada por la cultura y el sistema social en que estamos inmersos, tiene una orientación subjetiva en alto grado. La connotación o designación relativa nos permite ver lo que **implica** el signo, y no sólo lo que explica.

En resumen, la **lectura denotativa** relaciona signos y objetos, significantes y significados. Su realidad es objetiva, aunque no se pueda independizar totalmente del sujeto lector, y su propósito es informar. Por su parte, la **lectura connotativa** supone la anterior, y añade la posición personal o cultural. Establece la relación que hay entre signo-objeto y sujeto.

Cuando pretendemos dar un paso más y hacer una **lectura ideológica**, lo que pretendemos en realidad es descubrir la organización implícita o no manifiesta de los mensajes.

La **lectura ideológica** no puede contentarse con la constatación de Harold Lasswell para la investigación de la comunicación social, y que los principiantes de las escuelas de periodismo memorizan con las preguntas "quién dice", "qué dice", "dónde se dice", "a quién" y "para qué"¹. Esas "etapas" del análisis de un mensaje están relativamente definidas. Lo que está bien definido es cómo los aspectos estructurales, posiciones e ideología se imponen en el mensaje.

La ideología, y por tanto la lectura ideológica, está en el nivel de lo que llamamos **metacomunicación**. Es decir, el emisor tiene

ante sí cierto número de opciones para construir su mensaje. Las formulaciones que elija para hacérmelo llegar, denotan, connotan o comunican y metacomunican. Y, precisamente, en el nivel de la connotación se transmite la ideología.

Por eso, decimos que los medios de comunicación masiva **metacomunican** —es decir, más allá de la simple lectura denotativa o connotativa— una imagen de la sociedad, basada en una cierta forma de ver la realidad para hablar de ella.

Metacomunicación es un sistema de reglas semánticas o combinatorias, preexistentes al mensaje, que puede **crystalizar en cualquier mensaje**, desde el artículo científico a la revista de modas².

Cualquier lectura ideológica nos llevará a la misma conclusión: en todo mensaje, ya sea icónico o cifrado, existe un sistema ideológico que constituye la red de categorías de codificación de lo real, que nos viene propuesta en cualquier medio de comunicación.

La **ideología** está presente en todos los actos del hombre, y llega a ser parte inseparable de su **experiencia**. Por eso, todo análisis de la experiencia humana está marcado por la ideología. En el nivel ideológico de la sociedad se incluyen las ideas o representaciones sociales y las actitudes o comportamientos sociales. Por eso, dicen algunos autores que la **ideología** es el conjunto de ideas, valores, concepciones u opiniones que cada individuo se forma del mundo existente, y que varía según el tipo de relaciones que tenga con los demás. Los mitos, las representaciones colectivas y los estereotipos sociales forman el entramado de que está compuesta la ideología, que Marx prefiere definir como el **pensamiento socialmente condicionado**.

METODOLOGIA PARA DECODIFICAR CONTENIDOS

Cualquier método que se emplee para hacer una lectura ideológica o un **análisis de contenido**, tiene que cubrir dos pasos previos imprescindibles:

- 1) Denotación de mensajes latentes, y
- 2) Connotación de mensajes implícitos.

Mediante estas dos operaciones que, a veces parecen inseparables en nuestra lectura de los medios, y el manejo de los códigos y subcódigos propios del medio en cuestión, estamos a mitad de cami-

no, y empezamos a descubrir el trasfondo ideológico o las **intenciones ocultas** del mensaje.

Como ya hemos apuntado en otro capítulo, la televisión dispone de tres códigos básicos:³

- 1) Código icónico,
- 2) Código lingüístico, y
- 3) Código sonoro.

Aunque el segundo y el tercer código podrían resumirse en uno solo —el código sonoro—, sin embargo, el código lingüístico, que algunos preferirían llamar “mensaje cifrado”, comprende tanto los mensajes auditivos como los visuales, siempre que se trate de información cifrada en la lengua en que se habla.

Dentro de cada uno de esos tres códigos básicos, existen —según Umberto Eco— una serie de subcódigos dependientes, que forman el **segundo nivel** de la connotación, como diría Erwin Panofsky.

Dentro del **código icónico**, se pueden aislar los siguientes subcódigos:

1) Subcódigo **iconológico**, es decir, el formado por imágenes cuyas formas percibidas, además de denotar un determinado objeto, connotan otras cosas, ya sea fruto específico de la tradición o la cultura.

2) Subcódigo **estético**, basado en las convenciones o costumbres con respecto al “buen gusto”, que consideran ciertas formas como bellas. De ese modo, la sola aparición de un objetivo o un lugar, adquiere un significado adicional de belleza.

3) Subcódigo **erótico**, es el fundado en “proposiciones convencionales”, parte de la sociología histórica, acerca de la sexualidad en la vida de relación. El mismo Umberto Eco, cita el caso de la jerarquía de valores que poseen algunas sociedades de Occidente con respecto a la mujer, sobre todo, en cuanto a su simple apariencia física, esbeltez, color o volumen.

4) Subcódigo **de montaje**, que ofrece una serie de “sintagmas prefijados”, de un modo semejante al que se da en el cine. La combinación de encuadres, escenas o secuencias, e incluso las superimposiciones u otros efectos especiales (pantalla múltiple, por ejemplo),

crean nuevas connotaciones, y pueden ser determinantes en la lectura ideológica.

El **código lingüístico** presenta dos variantes, como decíamos más arriba:

1) Variante **visual**, es decir, los signos lingüísticos en el cuadrante de la pantalla del televisor, como subtítulos, créditos, letreros, siglas, cifras, etc. y

2) Variante **auditiva** o sonora, es decir, las palabras leídas o pronunciadas en la transmisión, con sus variantes o "tonos" que alteran la significación dentro de cada país, sociedad, cultura, grupo especializado, etc., de acuerdo a los marcos de referencia de cada sociedad.

El **código sonoro**, comprende lo que los semiólogos llaman "serie paralingüística", que está integrada por los sonidos musicales y "las reglas combinatorias de la gramática tonal". Lo mismo que en el caso del cine con la banda sonora, el código sonoro de la televisión incluye tanto la música de fondo o **efectista**, como los ruidos realistas o dramáticos. Es decir, tanto los ruidos **referibles a ruidos icónicos reconocibles**, como los efectos sonoros que no se refieren a un ruido realista reconocible, o que combinan un sonido con una imagen ajena completamente al mismo o en contrapunto con ella.

El código sonoro comprende los subcódigos siguientes:

1) Subcódigo **emotivo**, que abarca una serie de sonidos, sobre todo musicales, que identificamos por costumbre o por cualquier determinante de índole cultural, con ciertos estados anímicos. El caso más común es el de la **música de misterio**, que no existe en realidad, puesto que ese tipo de música la identificamos como "de misterio" por pura convención, y por la costumbre de oírla siempre unida a escenas dramáticas que implican cierto misterio.

2) **Sintagmas estilísticos**: Se trata de un tipo de música o una clasificación que sirve para identificar o catalogar cualquier melodía como "clásica", "pop", "moderna", etc., e incluso "música rural" o "música urbana". Como en el subcódigo anterior, se trata de convenciones sociales o culturales.

3) **Sintagmas de valor convencional**: Aunque puedan fácilmente confundirse con el subcódigo anterior, esta serie organizada de sig-

nos auditivos tienen connotaciones o valores adquiridos que **evocan** a veces conceptos abstractos. Así, por ejemplo, un toque de trompeta, unas campanadas o el mismo silencio, asumen un valor connotativo especial que, muchas veces, se identifica con una clase social determinada, o con conceptos abstractos como "patria", "soledad", "guerra", "heroísmo", etc.

Una vez repasada esta lista de códigos y subcódigos del mensaje televisivo, conviene notar que **cada sintagma está conformado por la función ideológica oportuna**. Es decir, que tanto en el cine como en la televisión, la ideología no es algo superpuesto o ajeno al aspecto formal. Una vez más, se demuestra que el **medio** conforma de tal manera el contenido de la comunicación y su sentido, que se convierte prácticamente en **mensaje**. Y, por eso también, la operación de decodificación de mensajes es más complicada de lo que, a simple vista, podría parecer. Porque, describir o explicar el **sistema de codificación de la realidad** empleado por el emisor, es describir las condiciones que definen la relación del emisor con su mundo social.

Aunque sólo sea con fines didácticos, puede ser sumamente útil dividir la lectura ideológica en dos fases:

- 1) Detectar con precisión las **ideas latentes** en el mensaje, y
- 2) Ubicarlas en un **sistema coherente** político, filosófico, religioso, etc.

Es decir, tenemos que detectar las ideas que laten en el contexto del mensaje, fruto de simple exposición lingüística o a través de una complicada red de sintagmas de valor convencional pre-establecido. Pero, no basta con eso. Es preciso, descubrir a qué sistema de pensamiento, es decir, a qué ideología pertenecen o en qué sistema se ubican más cómodamente. Esta última operación equivale a **desenmascarar** al emisor, descubriendo sus intenciones ocultas.

Por eso, como decíamos al principio del capítulo, conviene que el alumno repase estos conceptos básicos, sobre todo, lo referente a la historia de las ideas políticas o filosóficas, una de las materias que forma parte del currículum de Comunicación Social en la mayor parte de los países.

Por último, quizás sea preciso refrescar las diferencias esenciales que hay entre el concepto de **ideología** y el de publicidad política o **propaganda**, puesto que pueden surgir dificultades en el manejo indiscriminado de esos términos o de sus manifestaciones.

Ante todo, hay que tener presente que la **ideología** está presente en todos los actos humanos, y por eso, todo análisis de la experiencia está marcado por la ideología, como decíamos antes. Por eso, cualquier tipo de propaganda responde a una ideología y está orientado a un fin ideológico definido. Pero, la propaganda en sí no es ideología.

La propaganda es, según la definición de Bruce L. Smith, la “manipulación relativamente deliberada, por medio de **símbolos** (palabras, ademanes, banderas, imágenes, monumentos, música, etc.), de los pensamientos y acciones de otras personas que se refieran a creencias, valores y comportamientos considerados por dichas personas (“reactores”) como controvertibles.”⁴

Mientras la **ideología** es todo un sistema de codificación de la realidad, como dice Eliseo Verón, lo esencial de la **propaganda** es la intención, el fondo. La propaganda, como sucede con la publicidad comercial, busca que los receptores acepten los deseos expuestos por los agentes. En este sentido, como dice el investigador español Juan Beneyto⁵, la propaganda se ofrece como “especie convertida en género”, y pretende “hacer comprar cosas o servicios, difundir ideas, lograr adhesiones”. Por eso, decimos que en una campaña política se **venden** candidatos a la presidencia, y hasta se los **envuelve** en papel de regalo para hacerlos atractivos. La propaganda se convierte entonces en una forma de **comunicación incitativa**, que pretende arrastrar a los receptores a la acción, mediante la inyección de determinada **ideología**.

BIOGRAFIA TECNICA DEL MEDIO

A la hora de iniciar la **lectura crítica** de un noticiero de televisión, es preciso presentar primeramente lo que algunos llaman la **biografía técnica** del medio⁶. Esta biografía o ficha técnica, consta de lo siguiente:

1. Título del programa.
2. Horario de emisión.
3. Duración total de la transmisión.
4. Frecuencia.
5. Nombre y siglas que designan al canal.

6. Sede de los estudios.
7. Cobertura del canal.
8. Potencia efectiva.
9. Localización de la antena emisora.
10. Cifras aproximadas (si existen estudios de audiencia) de la teleaudiencia del canal a la hora del Noticiero.
11. Estructura financiera de la emisora: estatal, privada, mixta.
12. Línea o tendencia ideológica.

Como se comprenderá fácilmente, este esquema propuesto por J.M. Casasús con ciertas modificaciones, debe usarse únicamente cuando se trata de una investigación pormenorizada de un medio de comunicación, sobre todo, si la investigación se hace con miras a la publicación o si se trata de un **diagnóstico** detallado del medio o de un programa en particular. Tratándose únicamente de un ejercicio didáctico, bastará con encabezar el análisis con una breve indicación del canal, el título del noticiero, su horario de transmisión y su duración y frecuencia.

Para tabular los resultados u organizar el material recogido en la observación del programa, convendría elaborar un cuadro estadístico, clasificando las noticias por rubros:

1. Económicas
2. Políticas
3. Laborales
4. Sociales
5. "Crónica roja"
6. Artísticas
7. Deportivas,

y por procedencia, es decir:

1. Nacionales
 - 1.1. Locales
 - 1.2. Regionales
2. Internacionales.

Una vez computados los resultados y debidamente tabulados, la tabla nos permitirá enunciar cierta **hipótesis de trabajo**, sobre todo, si el noticiero en cuestión dedica un porcentaje mayor de su tiempo de transmisión a las noticias internacionales que a las nacionales. Lo mismo sucederá si las noticias internacionales se concen-

tran casi exclusivamente en sucesos políticos referentes a la campaña electoral norteamericana, desechando otros de mayor trascendencia para el área, como los provenientes de Centroamérica.

La muestra recogida en la observación nos permitirá también detectar las **constantes formales** en la estructura del noticiero. Es decir, si el noticiero tiene un formato constante, hecho a base de **bloques** alternados de noticias y **comerciales**, e incluso si los bloques de noticias mantienen cierto ritmo, incluyendo el mismo número de informaciones nacionales e internacionales, en vez de variar ese orden de acuerdo a los sucesos más destacados del día o la misma orientación ideológica del noticiero.

Cada alumno puede preparar su **plantilla** o esquema de análisis, sin tener que ajustarse obligatoriamente a la división de **subcódigos** de Umberto Eco. Sin embargo, en algún momento, cuando se trata de un tópico de complicado análisis, será preciso recorrer el esquema anterior, sobre todo si se trata de algún elemento de la **imaginera política** o histórica, que requiera de un análisis más profundo y completo.

Si el noticiero incluye también un editorial leído o un comentario al margen, conviene estudiar su temática a través de la muestra escogida, y ver su coincidencia con la línea informativa del noticiero en su totalidad, así como con la de los reportajes recibidos a través de las agencias o vía satélite. Si además, se compara todo esto con la postura de la prensa escrita de una misma orientación política o ideológica, podremos enriquecer el análisis crítico y confirmar por medio del **estudio comparativo** de los medios el contenido y la orientación de los mismos.



NOTAS

1. Harold D. Lasswell. "Estructura y función de la comunicación en la sociedad", en Miquel de Moragas (ed.), *Sociología de la comunicación de masas* (Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1979), pp. 158-172.
2. Acerca de la noción de *metacomunicación* y su correspondiente ("metalenguaje"), véase: *La Comunicación y los Mass Media*, trad. esp. (Bilbao: Ediciones Mensajero, 1975), pág. 474; Roman Jakobson, *Essais de linguistique générale* (París: Ed. Minuit, 1963), p. 214, citado por Jesús M. Aguirre, *op. cit.*, pág. 143.
3. Umberto Eco. "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo", en *Los efectos de las comunicaciones de masas* (Buenos Aires: Ed. J. Alvarez, 1969), pp. 133-138.
4. Bruce L. Smith. "Propaganda" en David L. Sills (ed), *Enciclopedia de las ciencias sociales*, Vol. VIII, (Madrid: Aguilar, 1976), pp. 568-576.
5. Juan Beneyto. *El color del cristal: Mecanismos de manipulación de la realidad* (Madrid: Ediciones Pirámide, 1982), pág. 19.
6. José M. Casasús. *Ideología y análisis de los medios de comunicación* (Madrid: Dope-sa, 1974).

PREGUNTAS DE REPASO

1. Establezca la diferencia entre **lectura objetiva** y **lectura subjetiva**.
2. Explique bien qué se entiende por "organización implícita o no manifiesta de los mensajes".
3. ¿Qué se entiende por **metacomunicación**?
4. Analice el sentido que tiene la afirmación siguiente: "la ideología es un mensaje que, partiendo de una descripción factual, interna su justificación teórica —con pretensión de objetividad científica—, y gradualmente se incorpora a la sociedad como elemento del código".
5. ¿A qué llamaba Erwin Panofsky "segundo nivel de la connotación"?
6. Enumera varios ejemplos del **subcódigo iconológico** de la televisión latinoamericana, sobre todo en el ámbito de la iconografía política.
7. Explica bien las dos **variantes** del código **lingüístico** de la televisión.
8. ¿En qué se basa la clasificación de la música (música de misterio, música de acción) en el **subcódigo emotivo** sonoro de la televisión o el cine? ¿Existen diferencias entre la televisión latinoamericana y la norteamericana en este aspecto?
9. ¿En qué consisten los **sintagmas de valor convencional** en el código sonoro de la televisión?

10. Explica bien la diferencia que hay entre **propaganda** e **ideología**.
11. Enumera las **reglas** de la propaganda política enunciadas por Jean-Marie Domenach en su breve tratado **La propaganda política**.
12. Comenta la siguiente afirmación de Eliseo Verón:
"En un mensaje, el contenido no es lo único que **significa**. Cuando digo algo, la **manera** de decirlo y lo que **omito** y podría haber dicho, son aspectos inseparables de lo que digo".
13. ¿Qué diferencia encuentra entre **propaganda** y **agitación** en la concepción leninista?
14. Enumera los **cuatro elementos** que definen la propaganda, según el concepto de Bruce Smith en la **Enciclopedia de las Ciencias Sociales**.
15. ¿Por qué resulta insuficiente el esquema de Harold Lasswell para hacer un análisis crítico de los medios de comunicación?

EJERCICIOS

1. Con los conceptos repasados en este capítulo, haga su **propio diseño** de lectura de contenido de un programa de televisión, y en particular de un noticiero.
2. Escoja uno de los noticieros nacionales o extranjeros que ha visto durante el curso, y esté disponible en videotape, y haga una **lectura connotativa**, haciendo hincapié en el trasfondo ideológico del noticiero.

IV

EL GUION DE UN NOTICIERO

Cualquier diccionario de periodismo o de comunicación masiva en general, dirá que un guión de televisión es "el texto de un programa informativo, con indicaciones sobre las imágenes que acompañan a las palabras de los locutores y con los nombres propios de quienes intervienen en el programa"¹

Sin embargo, muchas veces se evidencia una brecha bastante amplia entre la definición, siempre ideal, y la realidad de un guión de televisión, sobre todo para un programa informativo. Cada noticiero tiene su estilo peculiar de hacer las cosas, y, por supuesto, sus limitaciones técnicas y de personal, y todo eso le impone un formato de guión determinado. Por eso, aunque todos los guiones de noticiero televisivo coincidan en lo mismo, cada uno tendrá sus variantes impuestas por la práctica, las necesidades del medio y, como decíamos antes, el estilo de periodismo televisado que caracteriza a cada noticiero.

Según los expertos de la Columbia Broadcasting System, un buen guión de noticiero deberá:

- 1) Referirse individualmente a todos los hechos del video en forma sencilla, y
- 2) Ser lo bastante uniforme para que el escritor pueda estimar su duración mientras transcurre, sin necesidad de leerlo en voz alta cronómetro en mano².

Hay que tener en cuenta que el guión de un noticiero de televisión es el producto final de un proceso que se inicia con la redacción de las noticias y elaboración de los reportajes que se incluirán en una emisión determinada, a una hora precisa y en función de un público lo más concreto posible. Es decir, el guión no es el primer paso, sino prácticamente el último, de la realización de una emisión de noticias.

El guión desempeña el papel de **guía** técnica para la salida al aire del noticiero. Por eso, debe incluir todos los cambios técnicos, el texto de las informaciones leídas en el estudio, los reportajes filmados o grabados previamente, las pausas para comerciales, etc. En realidad, el guión no está destinado al uso de los locutores, sino de los técnicos. Los locutores que han de aparecer en cámara, tienen escritas las noticias que han de leer en cuartillas más sencillas, en tipo de letra más grande, con espacios más anchos y sin indicación alguna que pueda ser distractiva. Naturalmente, cuando se usa el apuntador mecánico o **teleprompter**, no sería preciso que el locutor tuviera delante de su vista las noticias escritas, pero se mantiene en muchos noticieros el doble sistema, para dar mayor naturalidad a la lectura del **teleprompter**, y para que el locutor tenga un punto de referencia acerca de la marcha del programa, sobre todo, cuando está fuera de cámara.

El formato más generalizado de guión, parecido al que se reproduce a continuación, incluye tres columnas, que, a veces, se desdoblán en cuatro. La primera columna de la izquierda es la de **tiempo**, es decir, la que controla el tiempo total de transmisión. Los segundos y minutos van acumulándose en esta columna por segmentos, para poder saber en cualquier momento cuánto tiempo de transmisión se ha consumido ya.

Junto a esa columna, aparece la de **unidad**, que no es más que un desdoblamiento de la anterior, e indica el tiempo de cada segmento en particular. En algunos noticieros, ésta columna es la única que se incluye en el guión, una vez que tienen la práctica suficiente para no pasarse del tiempo límite del programa, y calcular sobre la marcha el tiempo agotado ya, sobre todo con miras a cambios de último minuto, tanto para añadir una noticia, como para excluir un reportaje excesivamente largo.

La tercera columna es la de **video**, e incluye todas las indicaciones de cámara, empleo de recursos gráficos y uso del videotape. En muchos casos, usa las mismas abreviaturas y siglas que el guión de cine.

Por último, la columna de la derecha es la de **audio**, e incluye todas las noticias —a veces, en forma esquemática—, así como las indicaciones que se refieren al sonido.

NOTAS:

1. López de Zuazo, Antonio. *Diccionario del Periodismo*, 3ra. ed. (Madrid: Ediciones Pirámide, 1981), pág. 100.
2. CBS News. *Técnica de las noticias en televisión*. trad. esp. 2da. reimpresión (México: Editorial Trillas, 1981), pág. 153.

título del programa:

.

Hora:

Fecha de transmisión:

.

TIEMPO	UNIDAD	VIDEO	AUDIO
00:00	:30	Set Noticiero LOCUTORES LUCES: DOWN	Tema musical
00:30		RUN Títulos	
00:30	1:15	CU Locutor 1 VIDEOTAPE 1421	Salutación Presidente Senado
01:45			SOT
01:45	1:00	MS Locutor 2	Alza precios
02:45			

DIFERENTES MODALIDADES DEL GUIÓN

Hay un resumen esquemático del guión, y un guión técnico más detallado. El primero contiene simplemente la lista de los elementos que conforman el noticiero del día. Es decir, enumera en orden los cortes en videotape, las noticias leídas en cámara por los locutores, y la duración de cada segmento. Esta hoja-esquema está destinada al ingeniero de sonido y al departamento de videotape, aunque también el director general puede tener un ejemplar para darse cuenta del tiempo total de transmisión, hacer cambios de última hora si sobrepasa una noticia el tiempo asignado, y tener una idea general de la estructura del programa.

El guión técnico detallado se entrega al director general del noticiero, y lo tiene encima de su mesa el director técnico, y en su mano el coordinador general o **floor manager**, para poder dar las órdenes pertinentes al control y al departamento de video-tape.

En el guión técnico se incluyen todas las noticias, tanto los textos leídos en cámara como los de los reportajes grabados en videotape, para que los técnicos sepan bien cuándo empieza y cuándo termina cada fragmento del programa.

En este segundo tipo de guión, sobre todo en la copia que va al **control master**, se suelen dejar espacios en blanco en uno y otro margen, para poder hacer acotaciones, enmiendas, etc., sin correr el riesgo de obscurecer la lectura del texto de cada noticia o los mandos técnicos al escribir a mano nuevas indicaciones tanto en la columna de video como en la de audio. Es preferible que el guión del noticiero tenga veinte o veintitres páginas, escritas con claridad y con espacios en blanco, que pretender reunir todas las indicaciones técnicas en una página, cuya lectura sea difícil, sobre todo en una cabina de iluminación deficiente, y con la tensión propia de un programa en vivo.

Naturalmente, cada canal y cada noticiero puede diseñar su patrón de guión, aunque todos se ajusten en lo básico al modelo que presentamos más arriba.

El guión técnico completo, a pesar de su formato y uso, se irá simplificando a medida que todos los técnicos que trabajan en el noticiero se compenetren mejor, y no sea preciso indicar los movimientos de cámara, los cortes o pasos de una cámara a la otra, e incluso las presentaciones de cada segmento y la despedida del programa. Una simple indicación al margen del guión bastará para que los cama-

rógrafos o el director técnico sepan lo que deben hacer. En la mayoría de los noticieros, una transmisión es prácticamente igual a la anterior, y sólo hay ligeras variaciones en cuanto al orden de los segmentos o la duración de los mismos, dependiendo de la importancia de las noticias que se incluyen en cada entrega.

Así mismo, no es preciso indicar en el segundo guión la sobreimposición de los nombres de los personajes que intervienen en los reportajes. El encargado del departamento de videotape, hace sus propias anotaciones en su ejemplar del guión, cuenta los segundos estipulados por el noticiero para identificar al personaje en cuestión, y controla la máquina, una vez que reciba las órdenes del director técnico.

A continuación presentamos un ejemplo de los dos tipos de guión que acabamos de mencionar: el esquema general y el guión técnico completo.

1.- presidente	video	0:10
2.- finanzas	video	1:38
3.- senado	video	1:12
4.- galenos	video	3:10
5.- COMERCIALES		
6.- profesores	video	1:55
7.- construcción	leída	
8.- ferreterías	video	2:30
9.- ministro ST	video	1:33
10.- deportes	video	2:15
11.- COMERCIALES		
12.- Pérdidas	leída	
13.- foresta	video	1:50

hernández 4-5-1984

Telenoticias

Guión esquemático de un noticiero de televisión. La transmisión duró en esa entrega un total de treinta y seis (36) minutos.

Las páginas que siguen constituyen el guión técnico completo del mismo noticiero. Como podrá apreciarse, se indica la duración de cada reportaje o segmento grabado en videotape en el centro de la página. No se indica, sin embargo, la cantidad ni la duración de cada uno de los **comerciales** que se incluyen en las dos pausas. Ese dato sólo es de interés para el técnico encargado de las pausas comerciales en el departamento de videotape. En su copia del guión-esquema, el técnico en cuestión anotará los comerciales que se incluyen en cada pausa, y los colocará en ese orden en el cassette destinado a ese fin.

Después de cada reportaje o segmento grabado, es cotumbre de este noticiero poner la **característica** del programa, a no ser que siga una pausa comercial. Sin embargo, como eso es una de las tantas rutinas técnicas del programa, no es preciso indicarlo en el guión técnico. Además, los segmentos grabados tienen ya esa identificación o característica incluida al final, para evitarle así trabajo al técnico y solucionar problemas por anticipado.

Como podrá observarse, el texto que debe ser leído por los locutores está escrito en una columna muy estrecha, y tratando de escribir las líneas sin interrumpir las palabras con guiones al final de cada renglón, dentro de lo posible. De esa manera, el técnico y hasta los mismos locutores, si tuviesen que echar mano del guión en algún momento fuera de cámara, pueden leer el texto con mayor facilidad, e incluso hacer sus propias acotaciones y correcciones al margen.

Para evitar confusiones en la lectura, todas las cifras, se escriben con números, excepto la palabra **mil**, que resulta más fácil en letra que en número, puesto que una cifra de tres o seis ceros, crearía cierta confusión a los locutores a la hora de leerla en sus cuartillas o en el **teleprompter**. Por eso, encontrarán con frecuencia en el guión completo "120 millones de pesos", "a las 10 ante meridiano", "más de 20 mil pesos", etc.

Fecha:

Página:

VIDEO**AUDIO**

1.- Presidente

LOCUTOR EN VIVO

El Presidente de la República defendió hoy el proyecto de aumento salarial que envió al Congreso Nacional, y aseguró que los técnicos del gobierno tomaron las previsiones necesarias para evitar que la medida trastorne la economía del país, como señalara el ex-presidente Joaquín Balaguer.

VIDEO CON SONIDO

0:10

2.- Finanzas

LOCUTOR EN VIVO

El secretario de Finanzas, licenciado José S. Taveras, rechazó hoy la afirmación hecha por el ex-presidente J. Balaguer en el sentido de que el gobierno ha emitido, en lo que va de año, más de 120 millones de pesos inorgánicos.

VIDEO CON SONIDO

1:38

LOCUTOR EN VIVO

El funcionario, sin embargo, admitió que las autoridades se han sobregirado temporalmente en la cuenta del Banco de Reservas.

3.- Senado

LOCUTOR EN VIVO

El presidente del Senado afirmó esta tarde que mañana podría ser aprobado el proyecto de ley de aumento de salarios.

En rueda de prensa, el licenciado Majluta anunció la convocatoria del Se-

Fecha:

Página:

VIDEO

AUDIO

VIDEO CON SONIDO 1:12
(2 CORTES)

nado para mañana a las 10 ante meri-
diano.

Al mismo tiempo, el licenciado Majlu-
ta volvió a salir en defensa de los sec-
tores empobrecidos del país.

VIDEO CON SONIDO

4.- Galenos
LOCUTOR EN VIVO

El presidente de la Asociación Médica
Dominicana advirtió hoy que el pro-
blema del alto costo de las medicinas
está creando serios inconvenientes en
los hospitales del Estado, y quienes
lo sufren más agudamente son las
personas de escasos recursos.

VIDEO CON SONIDO 3:10

5.-
COMERCIALES

6.- Profesores
LOCUTOR EN VIVO

La secretaria de Educación solicitó
hoy al Senado de la República que
los maestros también sean incluidos
en la ley de aumentos salariales.

Fecha:

Página:

VIDEO**AUDIO**

VIDEO CON SONIDO 1:557.- Construcción
LOCUTOR EN VIVO

El director de control de precios anunció esta mañana que, a partir de esta semana, aumentará once pesos a nivel de fábrica, aunque se ha tratado de que los comerciantes sean moderados en los aumentos del precio de venta del producto. El general Jaime Núñez indicó que el quintal de varilla a nivel de fábrica costará 38 pesos.

Ayer los suplidores de este material de construcción no despachaban el producto, posiblemente en espera del precio nuevo, a pesar de haber sido discutido antes con los productores y los mismos abastecedores.

8.- Ferreteros
LOCUTOR EN VIVO

Por su parte, directivos de la asociación de detallistas y del gremio de ferreteros, se mostraron inconformes con las medidas adoptadas por el Control de precios para mantener a un nivel artificial el precio de los materiales de construcción.

VIDEO CON SONIDO 2:309.- Ministro ST
LOCUTOR EN VIVO

El secretario de estado de Trabajo, doctor Pedro F. Badía, se mostró opuesto a la actitud asumida por las

Fecha:

Página:

VIDEO**AUDIO**

centrales sindicales al convocar a una huelga general en los momentos que vive el país.

VIDEO CON SONIDO 1:33

10.- Deportes

VIDEO CON SONIDO 2:15

11.-

COMERCIALES

12.- Pérdidas

LOCUTOR EN VIVO

El ayuntamiento de Moca estimó que las pérdidas ocasionadas por los recientes desórdenes que tuvieron como escenario a varias ciudades del país, ascienden a más de 20 mil pesos.

Un vocero autorizado del cabildo mocano, manifestó que los daños se extienden a más de diez sectores de la ciudad de Moca. En muchos de ellos se reportaron rotura de vidrios, desaparición de los bombillos del alumbrado público, rotura de los cables del tendido telefónico, y otros daños, causados por turbas dirigidas por elementos en estado de embriaguez.

13.- Foresta

LOCUTOR EN VIVO

La secretaría de Agricultura y la dirección general de foresta anunciaron

Fecha:

Página:

VIDEO

AUDIO

hoy la realización de un plan conjunto para inventariar los recursos naturales del país para zonificar las áreas de cultivo de los diferentes tipos de suelo.

VIDEOTAPE CON SONIDO 1:50

LOCUTORES EN VIVO

Despedida

RUN: TITULOS

AL CIERRE



Otra modalidad de estilo de guión técnico completo es la que reproducimos a continuación, correspondiente a la emisión de un noticiero de televisión comercial de la República Dominicana, en su edición del día 10 de mayo de 1984.

En este caso, el guión incluye prácticamente todos los detalles de la transmisión. El texto escrito corresponde tanto a la lectura en cámara de los locutores, como al contenido de los reportajes, incluso la **narración fuera de cámara (VO)**, de los reporteros.

En la columna de **video**, no se detallan las tomas de cámara, porque el noticiero mantiene la misma técnica día tras día, y los movimientos y encuadres son siempre los mismos. Cuando la noticia va a ser ilustrada con una fotografía alusiva al hecho y enmarcada en el ángulo superior derecho del encuadre, por el procedimiento denominado **Chroma-Key**, en la columna de video se indica el número de la diapositiva o del fragmento grabado en un cassette. Así, por ejemplo, en la página 2 del guión, después de la indicación **locutor en vivo**, se añade "n. 5161", y el nombre del personaje que aparecerá en el recuadro del fondo. De esa manera, entendemos que la noticia será leída en vivo, frente a la cámara, pero será ilustrada con un breve fragmento en videotape o una diapositiva.

En la columna de **audio**, aparece entre paréntesis la indicación "audio general y cues". En esa columna como es sabido, se indican todas las notas referentes al sonido, tanto verbales como musicales o de efectos sonoros. La palabra "Cues", se refiere a los **puntos de referencia** que servirán al departamento técnico para hacer los cambios precisos en el momento preciso. Así, cuando en la página 3, se indica la entrada de un **corte** de videotape que contiene las declaraciones de un empresario, se añade entre paréntesis la frase final de ese corte ("El empresario está..."), que será la pauta para que el depar-

tamento de videotape sepa cuándo acaba ese corte y debe hacer el cambio. Por eso, algunas veces (en la página , por ejemplo), se indica también el **cue** de inicio y el de final, y de esa manera, el técnico puede tener una indicación más precisa para poder controlar eficazmente su inserción en el programa. Como es evidente, las indicaciones de **cue** o puntos de referencia, son más útiles y prácticas que la mera indicación del tiempo de duración del corte o del reportaje completo.

El formato de este guión difiere ligeramente del anterior, en cuanto a la anchura de las columnas, las indicaciones técnicas, etc. Sin embargo, básicamente se ajustan al mismo modelo, y sólo se permiten ciertas adaptaciones al estilo del noticiero o a las costumbres adquiridas por los locutores o el equipo técnico en general. Así, se hacen correcciones con más frecuencia, se cambian las palabras hasta en el último momento, haciendo anotaciones a mano, y se determina cuál de los locutores se encargará de cada noticia, destacando su nombre en el margen izquierdo del guión.

Los espacios en blanco al final de algunas páginas están destinados a hacer anotaciones personales, o simplemente corresponden a páginas que se incorporaron al guión cuando éste ya estaba terminado. Muchos directores o jefes de redacción de noticieros de televisión prefieren dejar las páginas parcialmente en blanco, en vez de incluir en ese espacio otra noticia, que, además correspondería a otro locutor, y crearía cierta confusión a algunos técnicos.

VIDEO
(tomas principales)

Locutor en vivo

VIDEO CON SONIDO

AUDIO
(audio general y cues)

La escasez de agua que afecta a la ciudad Capital en las últimas tres semanas, continúa hoy creando inconvenientes en las actividades comerciales y escolares, en los centros de salud y en los hogares.

La crítica escasez de agua en la ciudad persistió hoy, y decenas de hombres, mujeres y niños continuaban tratando de obtener el líquido en largas filas y bajo el castigo del ardiente sol.

La crisis en el suministro de agua se ha agudizado a un nivel insoportable según comerciantes, amas de casa, educadores y médicos.

Las amas de casa indican que tienen que caminar grandes distancias, y pagar a precios excesivos el agua para consumir, y que para lavar, los inconvenientes son mayores.

CORTE: LIDIA MEJIA

Por su parte, el director del Hospital Infantil, doctor Hugo Mendoza, advirtió de la gravedad del problema del agua.

CORTE: DR. MENDOZA

El ingeniero Octavio V. Maldonado, director del Acueducto de Santo Domingo, expresó que la crisis es cada vez más grave, y exhortó a los usuarios a racionar el consumo, a la vez que insistió en que sólo con la construcción de la represa de Madrigal habría una solución al problema.

CORTE: MALDONADO

DESPEDIDA REPORTAJE EN CAMARA.

Locutor en vivo
n. 5161
H.T. Dipp

El presidente de la Cámara de Diputados. Dr. H.T.Dipp, pidió a los sindicatos y partidos políticos comedimiento y prudencia para evitar trastornos a la democracia que actualmente disfruta el país.

VIDEO CON SONIDO

El doctor H. T. Dipp, presidente de la Cámara de Diputados, pidió a los dirigentes sindicales que hicieron un llamado a huelga por 24 horas, que guarden comedimiento y cordura. Señaló además que las demandas de reivindicaciones deben canalizarse por medio del diálogo.

CORTE: H. T. DIPP

El presidente de la Cámara decidió suspender ayer los trabajos de ese organismo legislativo, cuando alrededor de las once de la mañana no había podido reunir el quorum necesario para sesionar. La agenda colocada en el orden del día contenía doce proyectos de ley, que debieron ser sancionados; entre ellos, un proyecto para congelar los precios de los artículos de primera necesidad.

DESPEDIDA REPORTAJE OFF CAMARA.

Locutor en vivo
N. 4584
H. Castro

El presidente de la Confederación Patronal de la República Dominicana, ingeniero H. de Castro, dijo esta noche que el empresario nacional está decepcionado con la difícil situación que enfrenta actualmente.

VIDEO CON SONIDO

El ingeniero H. de Castro, presidente de la Confederación Patronal, dijo que el empresa-

rio está desorientado y decepcionado por las leyes y resoluciones emitidas recientemente, y que agravan su situación.

CORTE: H. CASTRO ("El empresario está...").

El empresario indicó que los senadores y diputados deben analizar los pro y los contra antes de legislar, porque, según citó como ejemplo, la ley que establece un aumento de salario, en vez de beneficiar a los trabajadores, perjudica a los mismos, pues, según dijo, esa ley obligará a las empresas a reducir el personal.

Así mismo, De Castro señaló que, en caso de que se traspasen las importaciones de petróleo al mercado paralelo, se producirían en el país disturbios similares a los que ocurrieron durante la última semana de abril.

CORTE: ("Lamentablemente...")

De Castro habló con reporteros de este noticiero esta noche en el Club de Ejecutivos, antes de inaugurar el seminario sobre la coyuntura obrero-patronal, que auspicia la Confederación Patronal.

FIN REPORTAJE: DESPEDIDA EN OFF.

Locutor en vivo

n. 1902

Zona Franca

El presidente de la Asociación de Empresas Industriales de Herrera, ingeniero Ernesto Vilalta, dijo hoy que más de 30 empresas afiliadas a esa organización se verían obligadas a cerrar sus puertas, y unos 3.000 empleados quedarían sin trabajo por los problemas económicos que provocarán las últimas resoluciones de la Junta Monetaria.

VIDEO SONIDO

El ingeniero Vilalta, presidente de la Asociación de Empresas Industriales de Herrera, dijo que esa organización rechaza de plano la decisión de la Junta Monetaria que devolvió cartas de crédito pagadas y depositadas en el Banco Central.

Indicó que la disposición será llevada ante los tribunales la semana entrante, debido a que los empresarios consideran que la Junta Monetaria violó la ley y la constitución de la República al adoptar la medida.

CORTE

Comienza: "No la vamos a aceptar..."

Termina: "... lo que pagamos ya".

Vilalta dijo también que la última disposición que aumentó los salarios mínimos provocará el despido de cuando menos el 10 por ciento de la empleomanía de las empresas.

Indicó que ese aumento indica que las empresas en Herrera en conjunto, aumentarán sus nóminas en 500 mil pesos, pero debido a que el gobierno creó más impuestos para poder subir el salario de los empleados públicos, las industrias deberán desembolsar otros 800 mil pesos.

Vilalta estimó que el gobierno debió repartir entre un mayor número de personas esos ingresos del Estado en forma de ayuda, en vez de incrementar los sueldos.

CORTE

Comienza: "Si lo que se pretende..."

Termina: "... aunque sea reparar calles"

Hoy varias empresas industriales de Herrera dijeron estar paralizadas totalmente, en tan-

to que otras dijeron operar con 40 ó 45 por ciento de su capacidad. Los empresarios se quejaron de los problemas creados por las disposiciones de la Junta Monetaria que dificulta la adquisición de materia prima, así como los altos impuestos internos y de aduana que le resta ganancia a los productos. El administrador de la empresa Plastimold, señor Vinicio Mota, dijo que esa situación lo ha llevado a reducir su personal en una tercera parte.

CORTE

Locutor en vivo
n. 587

Aviones iraqueses averiaron hoy dos barcos identificados al sur de la isla iraní de Kharg,

MAPA:
IRAN-GOLFO P.

mientras que el régimen del Ayatollah Ruhollah Khomeini declaró que se preparaba para la eventualidad de una intervención de las superpotencias en la región del golfo Pérsico.

En alusión a los recientes ataques aéreos iraníes contra barcos petroleros árabes, el vicepresidente estadounidense George Bush dijo en Pakistán que la situación en la región del golfo era "muy mala y seria".

Funcionarios norteamericanos dijeron en Washington que el gobierno del presidente Ronald Reagan ha comunicado a la Arabia Saudita y otras naciones del golfo que considerará un ofrecimiento de protección aérea a sus barcos si permiten el uso de sus aerodromos por los aviones de los Estados Unidos.

---ECONOMICAS---

BREAK

Locutor en vivo
n. 3938
WALL ATREET

En Nueva York, la Bolsa de Valores sufrió una apreciable baja en medio de preocupación por las tasas de interés, los problemas financieros de un importante banco norteamericano y las hostilidades en el golfo Pérsico.

Mientras, en Londres, los precios de las acciones bajaron hoy en la Bolsa de Valores, en una sesión de transacciones escasas, en la que el mercado estaba deprimido por las bajas registradas ayer y hoy en el Mercado de Nueva York.

Por otra parte, el dólar estadounidense subió en Europa impulsado por la preocupación creada por los ataques contra barcos petroleros en el Golfo Pérsico. Entre tanto, los precios del oro cerraron hoy mayormente en baja en los principales mercados mundiales, con la única excepción de Nueva York, donde el metal avanzó tres dólares con 30 centavos al finalizar la semana con promedio de 378 dólares con 30 centavos la onza troy.

En tanto, el oro en lingotes perdió un dólar en los mercados de Londres y Zurich. En el mercado londinense finalizó el día a razón de 376 dólares la onza, y en el mercado suizo a 375 dólares y medio la onza.

Previamente en Hong Kong, el oro registró una declinación de un dólar con 51 centavos para terminar también en baja en la marca de los 376 dólares con 55 centavos la onza troy.

Sin embargo, el precio de la plata en el mercado neoyorquino registró alzas de veinte

centavos para cerrar la sesión en el nivel de los nueve dólares con doce centavos la onza.

Mientras tanto, el azúcar para el mercado mundial mantuvo hoy su cotización inalterada, en Nueva York, de cinco dólares con 71 centavos el quintal, al igual que su precio de cierre de ayer. El precio del café, en el mercado neoyorquino, avanzó hoy tres dólares para terminar la semana en alza en el nivel de los 155 dólares las cien libras; y el cacao, también terminó la jornada de hoy en alza, en Nueva York, a razón de 135 dólares con 25 centavos el quintal, al registrar ganancias de cuatro dólares con 55 centavos con relación a su precio de cierre anterior.

* * *

BREAK

Locutor en vivo
n. 8085
C. Chernenko

El martes, el presidente soviético Constantín Chernenko cumple sus primeros cien días en el poder.

Dada la frecuencia reciente en los cambios de mando de los máximos líderes soviéticos, debido a decesos y enfermedades motivadas en gran medida por la avanzada edad de los gobernantes rusos, bien cabe la oportunidad para echar una ojeada a los acontecimientos más significativos y las tendencias más relevantes de este primer período de Chernenko.

VIDEO CON SONIDO

En los primeros cien días de gobierno de Constantin Chernenko, Moscú se retiró de los juegos olímpicos, lanzó la principal ofensiva contra Afganistán de los últimos cinco años, y silenció al único portavoz sobrevi-

viente del movimiento en pro de los derechos humanos en su país: Andrei Sakharov. Los soviéticos además cancelaron una visita de alto nivel a Pekín y prometieron no regresar jamás a las conversaciones de control armamentista de Ginebra, a menos que Occidente otorgue concesiones poco probables. Para los occidentales y los soviéticos por igual, es evidente que el Kremlin ha adoptado una actitud de línea dura, intolerante respecto a cambios en el interior del país que lo ha aislado del Mundo Occidental.

Lo que es difícil de determinar es si esta política ha sido dictada por Chernenko, de 72 años de edad, o si es el resultado de las acciones de diferentes grupos, como los militares, los altos funcionarios de la cancillería o los órganos de seguridad.

Observadores del Kremlin han expresado la teoría de que los tres grupos pueden actuar a partir de su propia fuerza en sus esferas respectivas, y que Chernenko carece de poder suficiente para ponerles freno.

Locutor en vivo
n. 4431
Alemania OCC.

En Alemania Occidental, millares de impresores y obreros gráficos en huelga, obligaron hoy al cierre de las principales fábricas de automóviles y de numerosos diarios en una batalla a nivel nacional para lograr de las empresas una semana laboral de 35 horas. Más de cien mil obreros estarán probablemente en huelga el lunes, según anuncios de los sindicatos, en la peor disputa laboral de ese país desde 1978. Los empresarios hicieron una exhortación de último momento al gremio de metalúrgicos, para reanudar las negociaciones y detener la oleada de huelgas, que ocasionarían graves daños económicos a ese país.

El gremio, que tiene dos millones y medio de

Locutor VIVO
n. 7586
IRLANDA

n. 4621
CHILE

Locutor VIVO
n. 6073
CABALLOS

afiliados, dijo que responderá a la exhortación mañana.

En Belfast, Irlanda del Norte, un automóvil cargado de explosivos estalló hoy frente a un centro deportivo y causó 2 muertos y once heridos, después que dos policías murieron y otro resultó gravemente herido al estallar una mina.

El atentado contra los policías fue perpetrado esta madrugada en el Sur de una ciudad sobre la frontera con la República de Irlanda.

El ejército republicano irlandés se atribuyó la responsabilidad del hecho y dijo que fue una venganza por un miembro suyo muerto en huelga de hambre hace 3 años.

La otra explosión ocurrió en una playa de estacionamiento de un centro deportivo. Ningún grupo se atribuyó de inmediato la responsabilidad.

En otro acto terrorista, éste en Santiago de Chile, una mujer murió destrozada hoy por una bomba que supuestamente se proponía colocar en una torre de alta tensión, y en dos suburbios capitalinos se registraron sendos atentados dinamiteros.

Estos hechos ocurrieron apenas 24 horas después que el gobierno militar chileno promulgó una ley para combatir el terrorismo.

---DEPORTES---

BREAK

El ganador del Derby de Kentucky, Shale, irá mañana en pos de la segunda pata de la triple corona hípica de los Estados Unidos

en el clásico Preakness, de mil 700 metros, en el hipódromo de Pímlico, en Baltimore (Maryland).

Entre los nueve rivales de 3 años que enfrentará, figuran 5 de sus escoltas en el Derby, que se celebró el 5 de este mes en Churchill Downs. Estos son: Gate Dancer, Pine Circle, Fight Over, Taylor's Special y Raja's Shark.

El total de las recompensas ascenderá a 399 mil dólares, de los cuales corresponden 243 mil 600 al ganador.

En Beisbol, el dominicano Joaquín Andújar saldrá mañana a la lomita en busca de su victoria número 7 de la campaña. Andújar, que juega para los Cardenales de San Luis, y que tiene tres derrotas, enfrentará a los Rojos de Cincinnati.

El emergente Gary Woods recibió base por bolas con las almohadillas congestionadas con dos outs en el noveno acto, y forzó la carrera que dio esta tarde la victoria a los Cachorros de Chicago 7 - 6 sobre los Astros de Houston.

Tim Stoddard, que tiene tres y cero, ganó el partido.

Enos Cabell rompió un empate a 5 carreras en la parte de arriba del noveno, con jonrón, como emergente. Era éste su tercero en lo que va del año.

El Comité Olímpico Internacional, reunido hoy en sesión de emergencia en Lausana, Suiza, lanzó un llamamiento a los países comunistas para que reconsideren su decisión de boicotear los Juegos Olímpicos de Los Angeles.

El presidente del Comité Olímpico de la Unión Soviética, Marat Gramov, expuso de nuevo los motivos que han impulsado a su

n. 3544

BEISBOL

VIDEO:

LOGO: Olimpiadas 84

país a no acudir a Los Angeles, y Juan Antonio Samaranch, presidente del Comité Olímpico Internacional, dijo que "los debates se iniciaron con pocas esperanzas, y cerraron todavía con menos".

Por otra parte, y tras repetidas negativas soviéticas a reconsiderar su decisión, las autoridades olímpicas norteamericanas propusieron un acuerdo bilateral con la Unión Soviética para evitar intrusiones políticas en los juegos.

El presidente del Comité Olímpico de los Estados Unidos, William Simon, dijo que propuso que el acuerdo fuera firmado por las dos superpotencias, y posiblemente respaldado por todos los miembros del Comité Olímpico Internacional.

* * *

BREAK

Locutor VIVO
n. 2014
LONDRES

El Instituto Internacional de Estudios Estratégicos, dijo en Londres, que Estados Unidos, al contar con los regímenes derechistas de Centro América, se ha puesto de espaldas a la pared por sus políticas que "posiblemente tengan los mismos resultados que deben evitar".

El organismo con base en Londres dijo que, en medio de la situación en deterioro en la región, Estados Unidos podría intensificar su participación militar y política.

Agrega que hay pocas dudas de que el futuro traerá sólo una continua conmoción política, una intensificada confrontación militar y un incremento en la participación militar, económica y política norteamericana.

El Instituto en su estudio estratégico 1983-

84, señaló que la oposición de la rama legislativa a las políticas del presidente Ronald Reagan, reflejando la opinión del pueblo norteamericano, refuerza las dudas de que su gobierno pueda ordenar cualquier intervención militar directa por fuerzas de combate para luchar contra los movimientos izquierdistas.

Locutor VIVO
n. 3196
DUARTE

El presidente electo de El Salvador, José Napoleón Duarte, es esperado mañana en Washington en un aparente esfuerzo para robustecer los pedidos de mayor asistencia militar para su país, que han encontrado una renovada resistencia en el Congreso Norteamericano.

n.5534
CAMARA REP:

Los líderes demócratas de la Cámara Baja han expresado su "total oposición" al pedido de fondos para mantener las operaciones de los insurgentes nicaragüenses, y dijeron que la asistencia para contener a la insurgencia salvadoreña "no pasará sin mellas".

Locutor VIVO
n. 4545
URUGUAY

Las Fuerzas Armadas de Uruguay reafirmaron hoy su decisión de avanzar gradualmente en la redemocratización de ese país a través de un acuerdo con las fuerzas políticas habilitadas pero enfatizaron la necesidad de establecer un marco legal transitorio para tratar de evitar un colapso social al próximo gobierno.

Reconocieron también la necesidad de que los servicios armados deben estar subordinados al poder civil, pero no sojuzgados o impopularmente empleados, y sostuvieron que en su ámbito natural de acción, que es el cuartel, no deben ser ignorados o aislados del resto de acontecer nacional.

Ambas afirmaciones fueron hechas por el

Locutor VIVO
n. 425
PALACIO JUSTICIA

director del Servicio de Información de Defensa del Uruguay.

El juez de la tercera cámara penal del Distrito Nacional ordenó hoy el mantenimiento en prisión del Rector de la Universidad Centro de Estudios Técnicos (CETEC), por considerar que existen indicios que le comprometen con la expedición fraudulenta de títulos universitarios.

En tanto, el juez de la cuarta cámara penal ordenó la puesta en libertad del vicerector académico de CETEC, mediante una sentencia de habeas corpus, por considerar que no existían indicios que lo comprometieran con la expedición fraudulenta de esos títulos.

Ambos funcionarios universitarios fueron acusados por el Gobierno de participar en la expedición de títulos falsos hace apenas cuatro días, cuando la policía y las fuerzas armadas se incautaron del local y les obligaron a suspender el funcionamiento normal de la institución académica privada.

Fecha: 10/5/84

Página 14

VIDEO (Tomas principales)	AUDIO (audio general y cues)
Locutor en VIVO	Y hasta aquí, las noticias de hoy, jueves 10 de mayo de 1984.
ZOOM OUT DOS LOCUTORES	Rafael Pimentel y Luis Estévez, les agradecen la atención que nos han dispensado una vez más, y les desean a todos ustedes, muy buenas noches.
LUCES: Down RUN: TITULOS (AMARILLO)	

CIERRE

Una vez terminado el guión, y pocos minutos antes de salir al aire el programa, el director decidió incluir una noticia más. Como, después de calcular el tiempo, comprobó que podía incluirla sin aumentar considerablemente el tiempo establecido de transmisión del noticiero, ordenó escribirla en una página un poco diferente a las del guión completo —pueden ser de distinto color también—, e incluso con una máquina de escribir de tipo diferente. Hizo las correcciones necesarias, anotó el nombre del locutor que iba a leer la noticia en cámara, distribuyó las copias al **floor manager**, al director y al director técnico, además de los operadores de videotape, y la colocó entre las páginas 13 y 14.

Hizo que el locutor asignado leyese la noticia dos veces, se percatase del texto y anotase en su copia las dificultades previsibles —palabras de difícil pronunciación, pausas digestivas, etc.— sobre todo si la noticia se iba a leer sin el auxilio del apuntador mecánico o **teleprompter**.

22

El gobernador del Banco Central, licenciado Bernardo Vega, admitió ~~que~~ la existencia de diferencias de puntos de vista, entre la posición del Fondo Monetario Internacional y el gobierno dominicano.

Vega habló brevemente, al término de una reunión que sostuvo la misión del Fondo, con la comisión negociadora dominicana, en la que participó el Presidente Salvador Jorge Blanco, en el Palacio Nacional.

Vega manifestó que "son unas negociaciones largas y complejas, donde se discuten asuntos de extrema importancia para el país, y es lógico que existan diferencias de puntos de vista, entre la posición del Fondo Monetario y el gobierno

sigue

dominicano".

El funcionario gubernamental dijo que "eso es natural que surja, pero que eso no significa que ni hay rompimiento, ni que no se vaya a llegar a un acuerdo"

El gobernador del Banco Central, no precisó, en qué consisten las diferencias de posiciones.

216

10/5/84

FIN

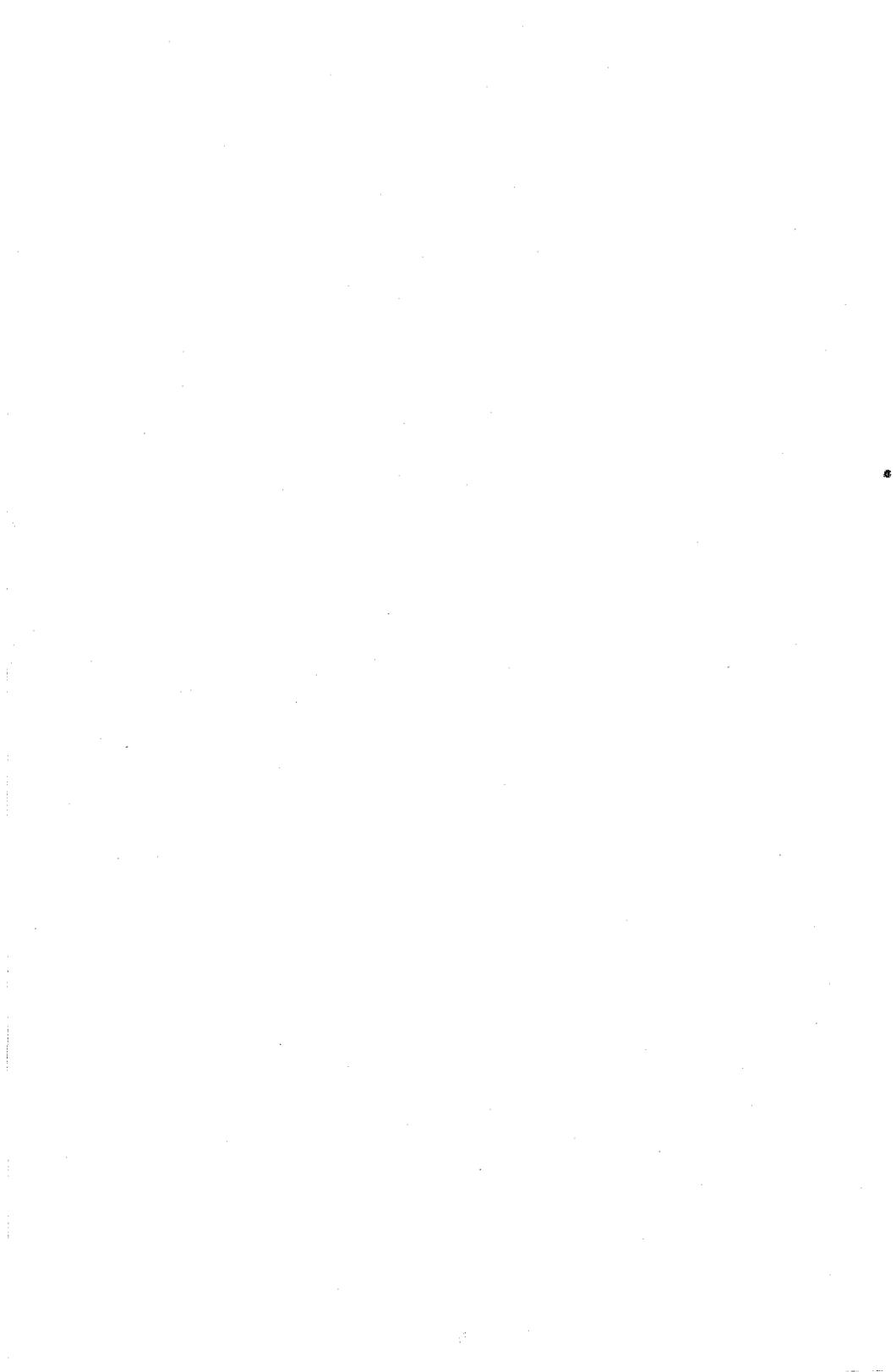
BREAK

PREGUNTAS DE REPASO

1. Define lo que es un guión de noticiero de televisión.
2. ¿Qué condiciones debe reunir un buen guión, según los técnicos de la CBS?
3. Define el contenido de un guión, especificando el de cada una de sus columnas.
4. ¿A quiénes está destinado el **resumen esquemático** del guión de un noticiero?
5. ¿Por qué se hacen dos modalidades diferentes de guión para un noticiero de televisión?
6. ¿Por qué se abrevian algunas palabras en el texto de la columna de **audio**, como sucede con las cifras numéricas?
7. ¿Qué se entiende por **cue** en el lenguaje técnico del periodismo televisado?
8. ¿Por qué se recomienda dejar tantos espacios en blanco en el guión técnico completo de un noticiero?
9. ¿Qué se entiende por la expresión **locutor en vivo**?
10. ¿Qué es el **teleprompter** y qué función desempeña en un noticiero de televisión?

V

EL "STORYBOARD"



Una Forma de simplificar el guión

En el cine de ficción, y sobre todo, en el cine documental y publicitario, muchos directores utilizan un recurso que proviene del cine de animación, y que se denomina **storyboard**. El procedimiento o recurso consiste en un tablero con dibujos enmarcados en un rectángulo de las mismas proporciones que la pantalla —tanto la de las salas de cine, como la de la televisión—, que va detallando los planos o tomas que compondrán una escena o secuencia. De ese modo, el equipo de rodaje cuenta con una guía detallada de lo que debe filmar, y el equipo de montaje o edición, tendrá más tarde un esquema claro del ordenamiento lógico de las tomas filmadas.

Aunque el procedimiento del **storyboard** es casi exclusivo del cine publicitario o de los filmes documentales didácticos —como ocurrió en los filmes de entrenamiento de guerra en los Estados Unidos en los años cuarenta—, sin embargo, ya lo había empleado el genial realizador soviético Sergei M. Eisenstein en los preparativos de rodaje de **Alexander Nevski** (1938), lo emplearía ampliamente el director francés Henri-Georges Clouzot en **El salario del miedo** ("Le salaire de la peur", 1953), así como el español Carlos Saura en **Los Golfos** (1960), y el norteamericano Orson Welles en partes de **Campanadas al amanecer** ("Falstaff", 1964), entre otros.

En algunos casos, como el de Clouzot en el mes de noviembre de 1952, durante el rodaje de **El salario del miedo**, los dibujos del **storyboard** son sumamente concretos y detallados, sobre todo si se

trata de un buen dibujante y de un director exigente. En otros casos, como el de Carlos Saura en **Los Golfos**, pueden ser simples indicaciones de rodaje que se trazan en una reunión con todo el equipo técnico, para determinar el movimiento concreto de los actores, los movimientos de cámara y demás detalles de dirección.

En el caso del cine publicitario, el **storyboard** es una forma de ahorrar tiempo, concretar las tomas y su duración exacta, y obligar al director o camarógrafo a sujetarse a la idea de la publicitaria o de los "creativos" que han diseñado el spot o cuña en cuestión.

Como este procedimiento puede ser de utilidad en la preparación de un **guión** de reportaje, vamos a analizar brevemente el empleo del **storyboard** en el cine de ficción y en el cine publicitario.

EL STORYBOARD EN EL CINE DE FICCION

Quizás el caso más conocido del uso del storyboard en el cine de ficción es el del director francés Henri-Georges Clouzot, cuando hacía los preparativos para la filmación de **El salario del miedo** ("Le salaire de la peur", 1953), según la novela homónima de George Arnaud.

El filme cuenta la historia de un grupo de hombres, en un país centroamericano cualquiera, que se ofrecen para llevar un camión cargado de nitroglicerina a través de una selva de increíbles vericuetos, para apagar el incendio de unos pozos de petróleo que están a unos quinientos kilómetros de distancia. De los dos camiones que emprenden la odisea, sólo uno de ellos, consigue llegar. Mario, un joven corso, y Jo, su compañero, tienen que hacer frente a serias dificultades para evitar cualquier vibración que pueda hacer volar la nitroglicerina. En un puente destruido, los dos "aventureros" se las ingenian para hacer pasar el camión a través del cieno de un terreno pantanoso, pero Jo es aplastado por las ruedas traseras del camión, y una gangrena gaseosa acabará con su vida, a pesar de llegar al destino.

Serías dificultades surgieron durante el rodaje de esas escenas en el mes de noviembre de 1952, que obligarían al director francés y a su equipo de trabajo a apresurar los trabajos en exteriores para no aumentar así el presupuesto de producción. Durante varias semanas, y para adelantar el trabajo, Clouzot se dedicó a dibujar, plano

por plano, escenas enteras de su filme. De esa manera, su director de fotografía —la persona responsable de la filmación— que, en este caso era Armand Thirard, sabría con toda precisión qué quería el director en cada toma.

Cuando regresaron todos los miembros del equipo de producción a Nimes, el “escenario” de rodaje, cada miembro del equipo disponía de un ejemplar del storyboard diseñado por Clouzot, y que reproducimos parcialmente a continuación. Con este hábil recurso de Clouzot, el equipo humano ganó dos semanas de rodaje, y el productor ahorró veinte millones de francos.

Junto a los encuadres del **storyboard** de Henri-Georges Clouzot, numerados desde el 4 al 8, con una secuencia de tomas previas, se ven cinco fotogramas de la película, tal como aparecen en la versión final del filme. Las letras “M” y “J”, que aparecen junto a los personajes, representan los nombres de Mario y Jo, protagonistas de esta secuencia de **El salario del miedo**.

En marzo de 1959, tres jóvenes egresados de la Escuela oficial de cinematografía de España —Instituto de Investigaciones y Experiencias Cinematográficas (I.I.E.C.)— diseñaron el guión de **Los Golfos**, una historia social que recordaba a **Los Olvidados** del maestro Luis Buñuel, que seguía haciendo cine en Méjico y era casi un desconocido para las nuevas generaciones de cineastas españoles.

Los autores del guión eran Daniel Sueiro, Mario Camus y Carlos Saura, y la dirección del filme recaería sobre el último, que ya había hecho su primera película el año antes —**La tarde del domingo**, una especie de reválida del Instituto—, y un documental titulado **Cuenca**.

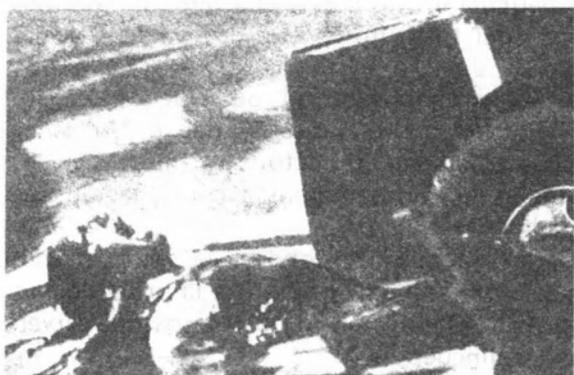
A la hora de localizar los **escenarios** para el rodaje de los exteriores de la película, Saura gastó muchas hojas de papel en diseñar con cuidado los movimientos de cámara y actores, y muchas veces, como vemos en los ejemplos que presentamos a continuación, las tomas encuadre por encuadre.

El **storyboard** de Carlos Saura corresponde a la secuencia número 70 del guión original. El escenario es junto a la orilla del río Manzanares, en las afueras de Madrid, en los basureros que sirven de albergue a pordioseros y delincuentes.

Las indicaciones escritas a mano por Carlos Saura corresponden a las especificaciones del guión completo. TRAN y PAN, significa **Travelling** y **Paneo**. Los números que encabezan cada fotograma corresponden a la numeración de las tomas en el guión.



4



5

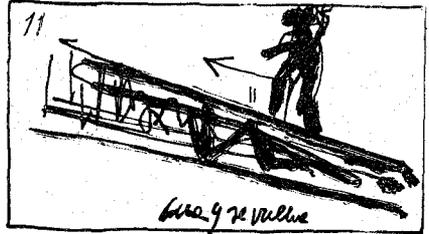




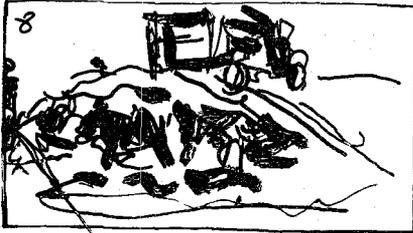


Chalota

RANy PAN. hasta dar la vuelta.
vemos al final las estrofas



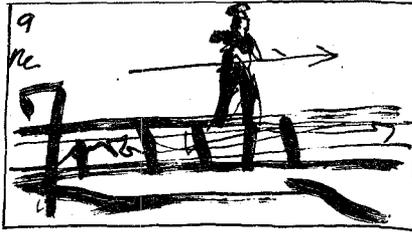
una y se vuelve
vuelve con el agua



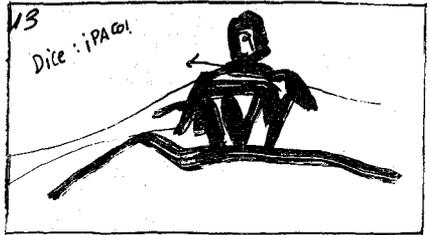
se detiene para mirar
en PM. ante la casa sale



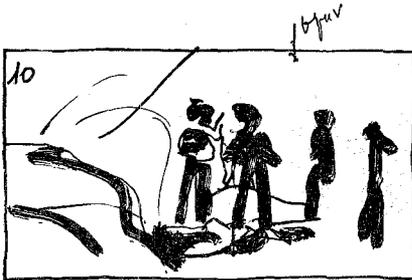
corre



se detiene en el puente



Dice: ¡PA! ¡PA!



¡bpmv



EL STORYBOARD EN PUBLICIDAD

El modelo que presentamos a continuación fue elaborado en un estudio de producción de Santo Domingo, R.D., para la empresa Colgate Palmolive. Se trataba de promocionar un nuevo envase de su producto Fab Enzimax. El spot fue realizado en videotape, en color, con una duración de 15 segundos.

El guión provisional de Video, del cual salió el Storyboard o guión del rodaje, fue el siguiente:

- Toma 1.— Cámara abre en una balanza de colmado.
- Toma 2.— Zoom-Back, hasta que se ve al actor hablando vivamente a cámara, con sobre de Fab Enzimax en mano.
- Toma 3.— Zoom-In a BCU del sobre de Fab.
- Toma 4.— Corte a actor enseñando a un público sugerido un montoncito de polvo sobre un papel que aparta, y pone en su lugar un sobre de Fab-Enzimax.
- Toma 5.— MS de mujeres que empiezan a coger sobres de Fab, mientras él mira divertido.
- Toma 6.— Cámara se acerca al actor que enseña el sobre de Fab.
- Toma 7.— Acción continúa de cámara, que avanza hasta BCU del sobre y el rostro del actor al lado.

Una vez discutido el esquema anterior, el "director" que se hizo cargo de la cuña, elaboró su Storyboard, tal como aparece a continuación. Sin embargo, a la hora de iniciarse la filmación, y a la vista del comportamiento del "talento", es decir, de los actores escogidos, fue preciso hacer algunas variaciones sobre la marcha. Por ejemplo, la toma núm. 4 se sustituyó por un PP de varios sobrecitos del producto en lo que se denomina "muestrario" en el lenguaje publicitario, y con el que generalmente concluyen algunas cuñas de difícil resolución.

Las anotaciones hechas a mano al margen del storyboard, fueron añadidas a la hora de editar el material filmado, y sincronizarlo con la grabación sonora y la banda de efectos.

Aunque en el caso del reportaje de urgencia, apenas es necesario anotar en una hoja las tomas que se requieren, y en el orden en

STORY BOARD

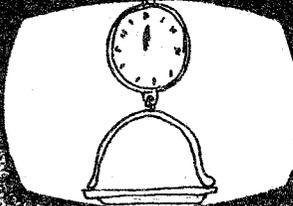


CLIENTE: CP
CAMPAÑA: FAB E.

VIDEO

1.- Cámara abre en un "peso" de Colmado.

Pololo ATRAS



AUDIO

POLOLO:
Doñas que noticia!
Ahora viene FAB
ENZIMAX...

2.- Zoom back y se a Pololo hablando vivamente a cámara con sobre de 5 cheles de FAB ENZIMAX



POLOLO:... en sobres de 5 cheles!

3.- Zoom-in a B.C. U. del sobresito.



4.- Corte a Pololo enseñando a un público sugerido mononcito de palvesobre papel que aorta y pone en su lugar ristra de sobres.



POLOLO: ya ne les daré foto por liebre comprando detergente al detalle...

5.- M.S. de mujeres que cueleza a cogger sobres mientras él mira divertido.



POLOLO:... porque ahora puede comprar FAB ENZIMAX por sólo 5 chelitos.

STORY BOARD



CLIENTE:
CAMPAÑA:

VIDEO

6.- Cámara se acerca a él, que está enseñando sobre.



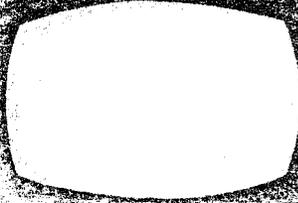
AUDIO

POLOLO:
Dale a su ropa
blancura impecable
con FAB ENZIMAX.

7.- Acción continua de cámara que avanza hasta B.C.U. del sobre y su rostro al lado.



POLOLO:
... ahora en sobres
de 5 cheles!



que aparecerán en la versión final destinada a la inclusión en el noticiario, podría ser de utilidad dibujar en esa misma hoja un **storyboard** del reportaje en cuestión.

Cuatro o cinco tomas, enmarcadas en un recuadro o simple rectángulo, de las mismas proporciones que la pantalla de televisión, con un eje de coordenadas que sirva de referente para el encuadre de los objetos o personajes, bastará para dar las indicaciones precisas al camarógrafo que acompañará al reportero a cubrir la fuente o elaborar el reportaje en cuestión.

Si se trata de un reportaje acerca del inicio de las clases en la Universidad del Estado, podría prepararse el guión de rodaje y, posteriormente, elaborarse el **storyboard** de la siguiente manera:

GUIÓN LITERARIO

1.— PM Reportero delante del edificio del Aula Magna. Zoom-In lento hasta primer plano.

2.— PG del campus universitario. Estudiantes entrando y saliendo de edificios.

3.— PG pasillo interior de un edificio. Movimiento de estudiantes.

4.— PM Librería Universitaria, junto a la caja registradora. Estudiantes pagando libros.

5.— PG Aula de Medicina. Desde la puerta, se ve al profesor explicando la clase.

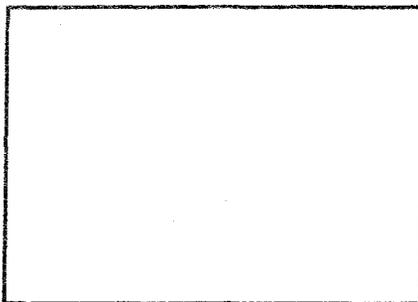
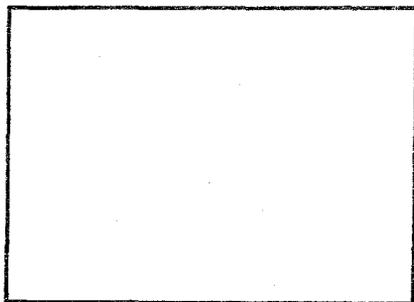
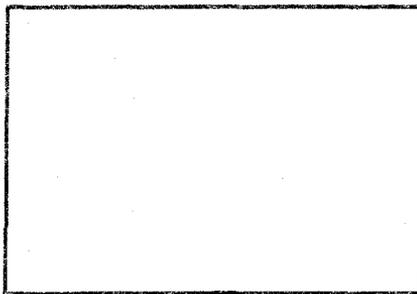
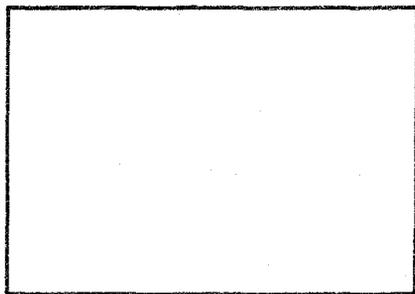
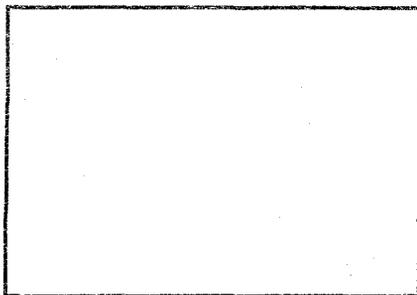
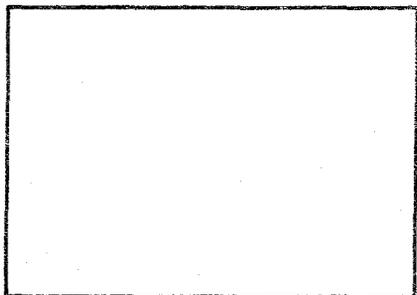
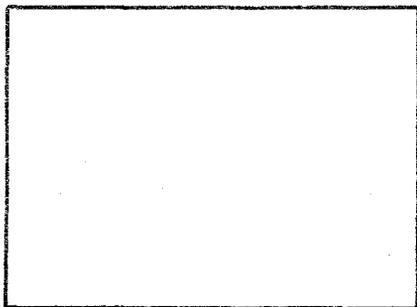
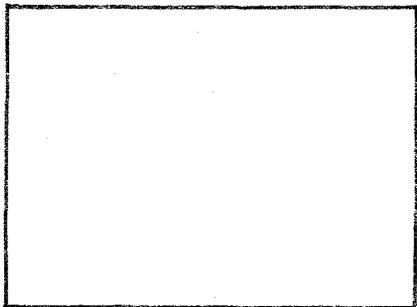
6.— PP Rector de la Universidad. Declaraciones sobre el inicio del semestre académico.

7.— PG en picada (desde azotea edificio de aulas) y paneo lento sobre el campus universitario.

8.— PM Reportero delante de la escultura del Alma Mater. Despedida.

Para evitar la repetición de las tomas, en caso de que las declaraciones del Rector sean un poco más extensas de lo que se pensó, conviene hacer más largas las **tomas de relleno**, es decir, las numeradas con 3, 4 y 5, o simplemente filmar material adicional antes de abandonar el lugar, como serían PG de los edificios principales del campus universitario, o incluso una toma en movimiento desde el vehículo del canal, que permita recorrer las instalaciones universitarias y dar una idea de la actividad que supone el inicio del semestre.

A la hora de elaborar el **storyboard**, si es que el reportero y su camarógrafo lo deciden así, las ocho tomas anteriormente descritas lucirían así:



PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿En qué consiste el recurso del "storyboard"?
2. ¿Qué ventajas tiene el "storyboard" en el cine publicitario?
3. ¿Qué utilidad puede tener el "storyboard" en la elaboración de un reportaje para la televisión?
4. ¿Qué diferencia encuentra Ud. entre el "guión literario" y el recurso del "storyboard"?
5. ¿En qué género cinematográfico será más útil la técnica del "storyboard"? ¿En el cine de ficción? ¿En el cine documental?



EJERCICIOS

1. En el modelo propuesto en la página 144 para un reportaje sobre el inicio del semestre en la Universidad Estatal, modifique el guión literario y diseñe después el correspondiente "Storyboard".
2. Diseñe el guión literario y, posteriormente, el "Storyboard" correspondiente para un reportaje acerca de los preparativos de las fiestas navideñas, destacando, ante todo, la actividad comercial urbana.

VI

MODALIDADES DE PERIODISMO POR TELEVISION

Cualquier diccionario del periodismo dirá que periodismo televisado es cualquier actividad de información repetida cada cierto espacio de tiempo, tal como sucede con sus homónimos en radio o prensa plana, y como sucedía en el caso del cine hasta hace unos años¹.

La definición de los diccionarios nos da a entender que los dos únicos puntos de contacto del periodismo televisado y los de otros medios es el contenido (información) y la periodicidad. Porque, en realidad, ni el formato, ni el estilo, ni los recursos técnicos o lingüísticos del periodismo televisado coinciden o equivalen a los que son propios de otros medios de comunicación.

Como ya sabemos, los factores propios de la televisión que afectan a sus **valores informativos**, según Maury Green, son²:

1. Limitaciones de tiempo
2. Hora de emisión
3. Area de señal
4. Elementos visuales, y
5. Culto a la personalidad.

Aunque éstos son los principales factores que definen al periodismo televisado, no cabe duda que el **complejo audiovisual**, que más adelante analizaremos en detalle, y la inmediatez, son los dos rasgos

verdaderamente distintivos del lenguaje, la técnica y la modalidad de periodismo televisado que todos conocemos.

Ese **complejo audiovisual**, en el que predomina, por supuesto, lo visual en todas sus dimensiones (texto escrito, ilustraciones, filmaciones, grabaciones en videotape, etc.), hace que el periodismo televisado pueda **visualizar la noticia**, y hasta dramatizarla, con mayor facilidad, verismo e inmediatez que cualquiera de los medios masivos de comunicación que le precedieron en el tiempo y compiten aún con él.

Como la televisión hace hincapié en todo lo visual, el periodismo televisado tendrá, obligatoriamente, mayor fuerza, dramatismo y carga emocional que la prensa plana, la radio y hasta el mismo cine, que nunca logró salvar el problema del tiempo, por mucho que acelerase el proceso de revelado y copiado. La noticia ilustrada con una grabación en videotape, la transmisión en vivo de un evento, o simplemente el hecho de ver y oír a un reportero o un locutor haciéndonos llegar a través del televisor una noticia, tendrá mayor impacto emocional que leer las apretadas columnas de una primera plana de un matutino o escuchar en una sola dimensión (el sonido y los ruidos), las declaraciones de un político o los efectos de un accidente en un noticiero radial.

Por estas razones, algunos autores hacen énfasis en ese **culto a la personalidad**, que constituye uno de los factores diferenciales del periodismo televisado, y que acentúa la carga emotiva del mensaje informativo.

“Las noticias en TV —dice el periodista español J. L. Martínez Albertos— no se presentan con el mismo grado de distanciamiento respecto al periodista como ocurre en otros medios. En el caso de la prensa escrita, la vinculación de dependencia entre el **operador semántico** y el hecho notificable suele estar limitada a la simple firma del trabajo en cuestión. En algunos casos excepcionales, determinados espacios fijos y constantes llevan —más bien discretamente— una reproducción fotográfica del autor del escrito. No obstante, la regla más generalizada en el periodismo escrito es la del anonimato en lo que respecta a la paternidad de las noticias.”³

Aunque en el caso de la radio, el anonimato no es tan completo, y el oyente se acostumbra a las voces de los locutores o comentaristas y autores, la mayor parte de las veces, de los comentarios o reportajes que leen, sin embargo es la televisión el más notable de los medios masivos en este aspecto del **culto a la personalidad**. Las no-

ticias transmitidas por televisión no son anónimas, sino que tienen un rostro y un nombre. Las noticias no llevan las firmas de los autores, sino a los autores mismos asomándose a la pantalla del televisor.

Naturalmente que hay diferencia entre las declaraciones de un político, de un senador, del presidente de la república o de un campeón de boxeo, y el texto que lee el locutor o el "anchorman" en el teleprompter. Sin embargo, para muchos de los televidentes, es difícil establecer la diferencia entre lo dicho por los "declarantes" o entrevistados y lo leído por el locutor, de tal manera que algunos locutores que han trabajado en radio durante un tiempo, sobre todo, si ha coincidido con épocas de crisis política, se niegan a ser locutores de televisión, simplemente porque creen que los oyentes les atribuyen la "paternidad" completa de lo que dicen frente a la cámara o el micrófono, y temen una represalia o ser identificados luego en la calle como los autores de tal o cual noticia.

Los locutores tienen, además de una voz, una expresión facial, una compostura, y hasta unos ademanes en muchos casos, que "ilustran" la noticia y le añaden vida, aun sin necesidad de acompañarla de un fragmento en movimiento. Sin esos elementos, como dice Maury Green, no hay **espectáculo informativo**. "El carácter indispensable del talento ejerce una atracción constante sobre los noticiarios de televisión empujándolos hacia el **sistema de estrellas**, tan prevaeciente en el mundo del espectáculo y el entretenimiento. El sistema de estrellas se remonta a los primeros días del medio. A diferencia de los viejos noticiarios cinematográficos, que sólo presentaban las noticias que habían podido ser filmadas con comentarios de un narrador invisible, la televisión intentó desde sus comienzos cubrir **todas** las noticias importantes, se dispusiera o no de una película sobre cada acontecimiento. Para las noticias sobre las que se carecía de imágenes, era necesario presentar al periodista ante las cámaras a fin de que hablara directamente a la audiencia. El simple hecho de esta presentación visual tiende a convertir al periodista en una estrella o al menos en una celebridad."⁴

Hay que reconocer que este alegado **culto a la personalidad**, propio de la televisión informativa y de otras modalidades de entretenimiento, convierte al noticiero de televisión en un espectáculo. Por mucho que se ha tratado de eliminar el **estrellato** de la información televisada, siempre queda un remanente del culto a la personalidad. Aunque los locutores no sean más que buenos lectores, de buena presencia, que se balanceen entre sí —tratándose de dos o más— en

la pantalla, y las noticias sean redactadas por la sala y no por los locutores, el espectador siempre conectará ambas cosas, locutor y texto de la noticia, y, como no tiene otro punto de referencia acerca de la autoría o precedencia de la noticia, se la adjudicará al locutor. Al menos, cuando le relate a otros lo que se dijo en el noticiero, no será extraño que diga: "El locutor fulanito de tal, dijo que...", aunque sepa bien que fulanito de tal no hizo más que "dar la noticia".

La preponderancia de lo visual en el lenguaje de la televisión, sobre todo en el periodismo televisado, el culto a la personalidad y el carácter de espectáculo que colorea los hechos relatados o transmitidos en cada entrega de un noticiero, se combinan en la estructura del relato en televisión. Por eso, podemos decir, siguiendo al teórico español J. L. Martínez Alberto, que "la noticia televisada no está sujeta a la lógica del lenguaje racional— la lengua hablada o escrita, fundamentalmente—, sino a la lógica de un lenguaje emocional."⁵

"El producto final del trabajo del periodista televisado no puede estar únicamente en función de determinados sonidos —termina Martínez Albertos— y de una serie sucesiva de imágenes visuales móviles que se rigen por la lógica de lo emotivo. Palabras, sonidos e imágenes deben estar sabiamente entrelazadas para despertar en la audiencia una específica respuesta afectiva."⁶ Por eso, el periodista que trabaja en televisión sabe, o debe saber, que el programa que él contribuye a producir no es solamente una colección de noticias enlazadas o pegadas unas a otras en una transmisión de media hora, sino "un espectáculo cuya finalidad primaria es la de transmitir noticias".

GENEROS O MODALIDADES DEL PERIODISMO TELEVISADO

El periodismo televisado comprende tanto la transmisión de noticias —en un espacio periódico o en avances especiales fuera de hora—, el comentario a modo de editorial, las revistas de prensa o programas de panel, los "magazines" de actualidades o "revistas de noticias" y, por supuesto, las transmisiones directas de acontecimientos políticos que entran en la categoría de noticias.

Es decir, que en el periodismo televisado hay géneros que pertenecen a lo que llamaríamos periodismo **informativo**, y otros que entran en la categoría de periodismo **interpretativo**, o de análisis. Así, los noticieros y "avances" pertenecen a la primera categoría, mientras que a la segunda pertenecen los programas de panel y las "revis-

tas de noticias”.

En una edición cualquiera de un noticiero de televisión, que sin duda entra en la categoría de periodismo informativo, a no ser que contenga un espacio de comentarios o un editorial final, hay dos modalidades o subgéneros de información: la noticia simple (es decir, la que ordinariamente se ve frente a la cámara, con o sin ilustración gráfica), y el reportaje. En la primera, el locutor resume el hecho y sus protagonistas, pudiendo añadir algunos datos previos o “background”, mientras que en la segunda, sin necesidad de emitir una opinión sobre el hecho en cuestión, aporta más datos, sobre todo gráficos, acerca del hecho que es noticia, y permite al receptor la entrada en contacto con el hecho y sus protagonistas principales.

Dentro del reportaje, como veremos más adelante, hay otras modalidades, como el reportaje habitual o de actualidad, el reportaje de análisis, la biografía o semblanza, la entrevista y la encuesta.

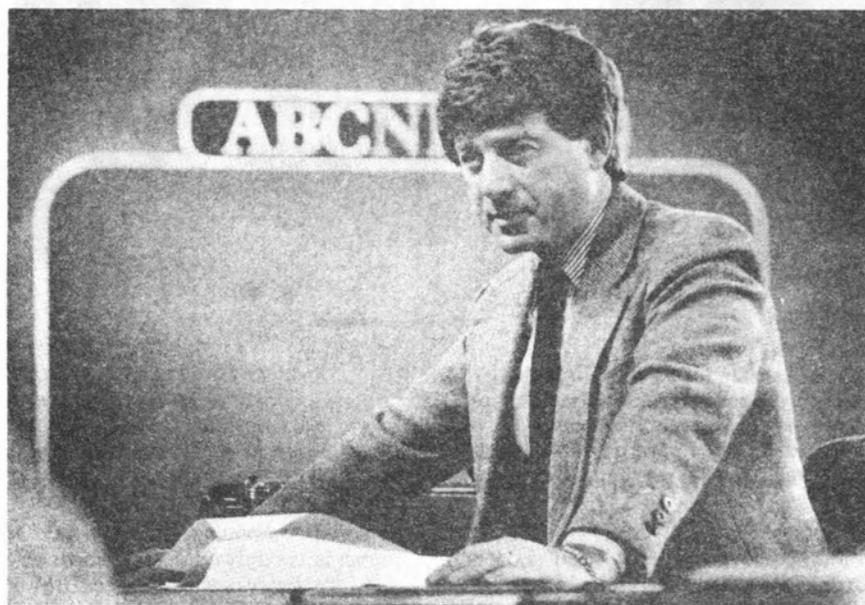
Como es obvio, cada una de las modalidades del periodismo televisado tiene su formato externo y hasta su estilo y ritmo propios. Mientras el programa informativo o noticiero normal debe poseer un ritmo acomodado a la urgencia y novedad de las noticias transmitidas, el programa de análisis, como ocurre con la “revista” o el “panel”, debe ser más lento, de modo que el espectador o televidente pueda adentrarse en el problema con calma, conocer más de cerca a los participantes o entrevistados o simplemente, captar en todos sus detalles los antecedentes históricos, sociológicos, económicos o políticos del problema en debate.

Como se comprenderá fácilmente, el escenario o “set” de un noticiero no puede ser usado indistintamente para un programa de panel o una “revista” semanal donde se analicen las noticias más destacadas de los últimos siete días. El “set” de un noticiero debe parecerse, lo más posible, al escenario real de una sala de redacción de un periódico, al menos esquemáticamente, mientras que en el programa de panel, debe simularse un ambiente lo más parecido al de una sala de estar, donde se puede mantener una conversación calmada e informal.

Mientras en el noticiero no es preciso movilizar la cámara a través del “set”, y bastan dos o tres tomas básicas, en el programa de panel, la cámara requiere de cierta movilidad para poder rodear a los participantes, captarlos en primer plano en varios momentos del desarrollo del programa y, en fin, dar en todo momento la sensación de estar asistiendo al acto como un participante más.

Otras diferencias entre una y otra modalidad de periodismo televisado, son las siguientes: en los subgéneros de periodismo interpretativo, el moderador —a veces, se le llama “productor” del programa—, debe adoptar un estilo diferente al de un animador de variedades, pero también diferente al de un simple lector de noticias. Debe tener facilidad de expresión e improvisación, ser hábil entrevistador y, en todo momento, estar al tanto de la marcha de la entrevista o “panel” para poderla controlar y encarrilarla por donde él desee, si los participantes divagan por otros temas o sencillamente se detienen demasiado tiempo en un tema adyacente. Además, el programa de panel debe ser una especie de **documento** que facilite la formación de un criterio más sólido acerca de los hechos noticiosos. Por eso, aunque el moderador debe resumir o “cerrar” el programa con una especie de **conclusión** breve y provisional, debe evitar el **editorializar** sobre el asunto o darle al espectador el problema ya digerido.

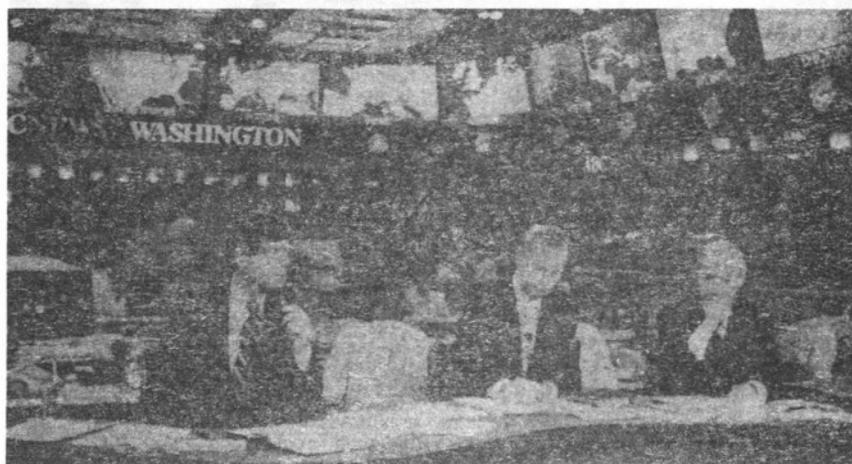
1. A. López de Zuazo, *Diccionario del Periodismo* (Madrid: Ediciones Pirámide, 1981), pág. 148.
2. M. Green, *Periodismo en Televisión* (Buenos Aires, Ediciones Troquel, 1973), pág. 72.
3. J.L. Martínez Albertos, *El Mensaje Informativo* (Barcelona: A.T.E., 1977), pág. 223.
4. M. Green, *op. cit.* pág. 63.
5. J. L. Martínez, *op. cit.*, pág. 225.
6. *Ibid.*, pág. 226.



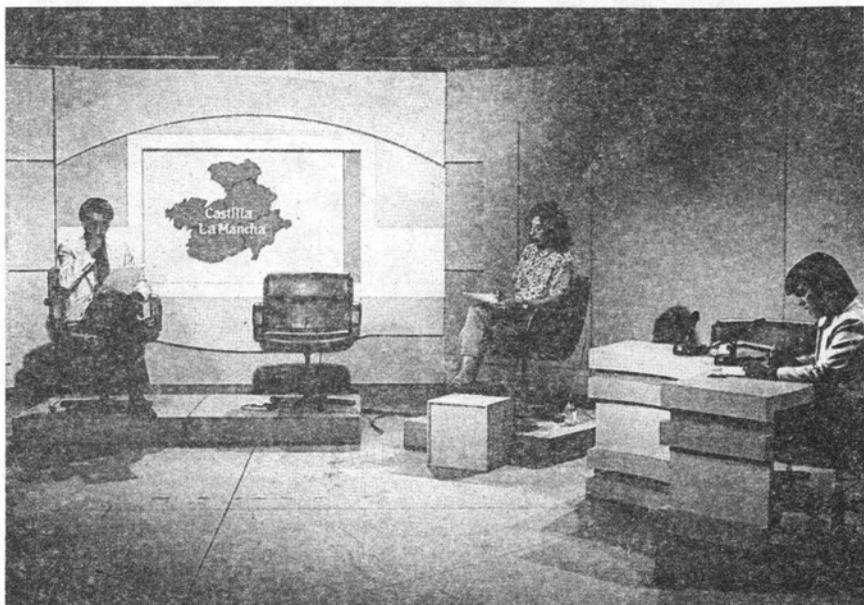
Dos modelos de programa informativo en sentido lato. El primero pertenece al programa "Encuentros en libertad", producido por Sibily Valle en la primera cadena de Televisión Española (TVE). El segundo es del programa "Nightline" de ABC (New York), con el comentarista Ted Koppel.



El locutor Juan Roldán del Telediario de Radio Televisión Española. Ejemplo típico de toma en plano medio que, con un leve movimiento de zoom-in, una vez iniciado el espacio, se convierte en la toma normal. Un leve movimiento de la cámara hacia la derecha, deja espacio en el fondo para insertar una transparencia, un mapa o la primera imagen de un reportaje en videotape.



Walter Cronkite, el "anchorman" de CBS, en una edición regular del noticiero con un "inlay" en el fondo del decorado, y el estudio de ABC en Washington durante la campaña presidencial de noviembre de 1982. En escena los comentaristas Ted Koppel, David Brinkley y Frank Reynolds.



Un modelo más informal de noticiero de televisión. En el escritorio de la derecha se sitúan los locutores de planta, y en los sillones del frente los encargados de información especializada o los entrevistadores, si el programa incluye entrevistas en vivo, como sucede con frecuencia en "24 Horas" (México). La escena corresponde al Centro Regional de Madrid, perteneciente a Televisión Española. En el set aparecen José María Requena, Jana Escribano y Pilar Trenas. Como se observará, el recuadro del fondo sirve para la proyección de ilustraciones o inserción de diapositivas.

PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Cuáles son los dos puntos de contacto entre el periodismo televisado y el periodismo de radio o prensa plana?
2. ¿Cuáles son los cinco factores propios de la televisión informativa, según Maury Green?
3. ¿Qué significa **dramatización de la noticia** en el periodismo televisado?
4. ¿Qué problemas plantea el **culto a la personalidad** en el periodismo televisado?
5. ¿Qué diferencias hay entre el periodismo escrito y el televisado en cuanto al culto a la personalidad?
6. ¿Qué significa la afirmación siguiente de José L. Martínez Albertos: "la noticia televisada no está sujeta a la lógica del lenguaje tradicional...?"
7. ¿En qué consiste el carácter **espectacular** de un noticiero de televisión?
8. Enumera las modalidades de periodismo por televisión en cuanto al carácter de la información.
9. ¿Qué espacios o programas entran en la categoría de periodismo **interpretativo**?
10. ¿Qué modalidades entran en un noticiero simple de televisión?
11. ¿Qué modalidades puede adoptar el **reportaje** de televisión?
12. ¿Qué diferencias en cuanto al formato externo hay entre un noticiero de televisión y un programa del género interpretativo?
13. ¿Por qué deben ser distintos los **escenarios** de un programa de panel y el de un noticiero?
14. ¿Qué diferencias hay en cuanto a los encuadres y el movimiento de cámara en ambas modalidades de periodismo televisado?
15. ¿Qué significa la afirmación "el programa de panel debe ser una especie de **documento** ..."?

EJERCICIOS

1. Clasifique los programas que se transmiten por los canales de televisión de su país en **informativos e interpretativos**.
2. Escoja un programa de cada modalidad y enuncie las diferencias y características de cada uno, teniendo en cuenta los datos estudiados en el presente capítulo.

VII

EL REPORTAJE DE TELEVISION

Ante todo, la palabra **reportaje** designa generalmente a cualquier filme, de cualquier longitud, que presente en forma de noticiario o de documental, algunos aspectos de la realidad cotidiana, filmados en los mismos lugares en que se desarrollan los hechos.¹ Hechas las variantes de lugar, la definición podría ser válida para el caso del reportaje televisivo, que algunos han dado en llamar "nota fílmica", y que fue por mucho tiempo la forma más común de reportaje en el medio, sobre todo antes de la introducción del videotape portátil.

El reportaje televisivo, por tanto, consiste en unos cuantos pies de videotape, en blanco y negro o en color, grabados en el lugar de los hechos, con o sin sonido directo, acompañados de un texto periódico que es leído por el locutor noticioso al tiempo que pasan las imágenes por la pantalla.

Ordinariamente, para la elaboración de un reportaje para un noticiario de televisión, se requiere el trabajo de un periodista o reportero, un camarógrafo y su asistente (ordinariamente encargado de las luces y, a veces, también del sonido), y en la fase final, un editor, que se encargará de compaginar el material grabado en el lugar del hecho y amoldarlo al texto escrito por el reportero o el redactor. Para completar exitosamente el reportaje, el locutor de planta debería ensayar la lectura del texto al ritmo exacto de paso de las imágenes, cuando se trata de reportajes sin sonido directo, para poder cronometrar la duración exacta en la noticia grabada que acompañará a la noticia redactada.

Aunque la preparación de un reportaje es aparentemente simple, sin embargo, es preciso tener en cuenta una serie de factores cuyo atinado empleo hará que la noticia grabada no sea una simple **ilustración gráfica** de un texto escrito, sino que ambos componentes (texto e imagen) se integren en un todo armónico (información audiovisual), que cuenta con un código bien definido y una técnica precisa. El estudio detenido de ambas cosas —el código y la técnica— es el verdadero objetivo de estas notas teóricas previas a la preparación de los "planes" para la realización de un reportaje.

CODIGOS DEL REPORTAJE DE TELEVISION

Aunque el lenguaje, el tratamiento y hasta el público de la televisión difieren de los del cine, no cabe duda que ambos medios tienen muchos elementos en común, sobre todo en cuanto a los códigos y subcódigos empleados en su estructura sintáctica, por así

decirlo. Según el análisis del lingüista italiano Umberto Eco en su magnífico ensayo sobre la semiología del mensaje televisivo, además del **componente verbal**, el mensaje de una emisión de televisión se compone de **imágenes, sonidos** (música y ruidos), que se agrupan en tres códigos básicos, sobre los cuales se establecen los subcódigos dependiente.²

He aquí el sistema de códigos y subcódigos propios del mensaje televisivo, según Umberto Eco:

1. **Código icónico**
 - subcódigo iconológico
 - subcódigo estético
 - subcódigo erótico
2. **Código lingüístico**
 - jergas especializadas
 - sintagmas de valor estilístico adquirido
3. **Código sonoro**
 - subcódigos emotivos
 - sintagmas de valor estilístico adquirido
 - sintagmas de valor convencional.

El código icónico o de las imágenes, permite al perceptor una inmediata referencia al "referente" ignoto, ya que las imágenes son más inmediatas y eficaces que la comunicación verbal o escrita, y ciertamente de más fácil identificación, por la cantidad de información que facilitan, que un icono, un dibujo realista o una caricatura.

Dentro de este código, el **subcódigo iconológico** abarca aquellas imágenes que por tradición o convención (es decir, por razones culturales), connotan otra cosa: la superficie del agua tranquila connota serenidad; el horizonte sin límites connota libertad. La carga poética propia de cada ámbito cultural crea su iconología propia. Así, se pueden apreciar, tanto en la literatura como en el cine, las diferencias iconológicas entre los productos de precedencia latina y los nórdicos o anglosajones.

El **subcódigo estético** comprendería las imágenes que culturalmente asociamos con lo bello, y que sufren variaciones de una cultura a otra. Todas las imágenes conocidas por tradición están pre-

sentés a la hora de "leer" las connotaciones de cualquier imagen que guarde semejanza con ellas.

El **subcódigo erótico**, que podría confundirse con el estético, comprende todas las convenciones históricas y sociológicas asociadas con el sexo.

Estos subcódigos, como es obvio, funcionan al nivel de la selección de las imágenes y al nivel de su combinación. Es decir, las imágenes constituyen un código por sí mismas, pero a la hora de combinarlas por medio del montaje o edición, se establecen nuevos nexos entre ellas, como ya saben los que se han familiarizado con las teorías de la escuela soviética en el cine de los años veinte.

El **código lingüístico** comprende todas las formulaciones verbales (diálogo, narración) que intervienen en una transmisión. Generalmente, es un código conocido para la mayoría, pero pueden ocurrir bloqueos en la comunicación a causa de modismos o complejidades combinatorias de los signos, que hagan difícil su comprensión, sin tomar en cuenta, por supuesto, las incorrecciones o uso inapropiado del idioma. Dentro de este código, aparecen como subcódigos a) las **jergas especializadas** (científicas, políticas, profesionales, deportivas, etc.) y b) los **sintagmas estilísticos**, que connotan la pertenencia a una clase social, a un grupo artístico, etc., y que comprenden figuras retóricas (ironía, alarma, sospecha, etc.). Equivalen estos sintagmas estilísticos a los subcódigos estéticos en la categoría del código icónico.³

Por último, el **código sonoro** comprende los sonidos excepto la palabra, es decir, música, sonidos y ruidos, que pueden tener valor denotativo o connotativo. Incluye este código sonoro los siguientes subcódigos: a) los **subcódigos emotivos**, como sucede con la música "de misterio", que es una pura convención; b) los **sintagmas estilísticos**, es decir, la tipología musical que hace que una pieza musical sea campestre o lírica o dramática, además de los tipos de connotaciones de valor emotivo, ideológico, etc., y c) los **sintagmas de valor convencional**, por ejemplo, los toques militares de corneta, que pueden asimilarse a una cierta idea de Patria, valor, revolución, duelo, etc.

Como podrá apreciarse, el mensaje televisado, al igual que el cinematográfico, dispone de un complejo sistema de signos, que se apoyan básicamente en la imagen, el sonido y la palabra como códi-

go básico. Pero, el mensaje no surge de la simple yuxtaposición de los elementos de uno u otro de estos códigos. Es necesaria una adecuada estructuración y dosificación de los mismos; y para ello, como dicen los expertos, hay que contar con el dominio de la técnica e incluso del genio creador del hombre o del equipo encargado de la elaboración de la noticia televisiva.⁴ Como es natural, un reportaje en que predominase la palabra, o las imágenes prescindiesen por completo del apoyo verbal, obstaculizaría la comprensión de la información por parte del perceptor, y fracasaría como vehículo de comunicación audiovisual.

TECNICA DEL REPORTAJE DE TELEVISION

Como apuntábamos al inicio de estas notas, el reportaje es un género informativo ordinariamente destinado a los noticieros de televisión, que tiene como finalidad el explicar cómo han sucedido unos hechos actuales o recientes, aunque estos hechos no sean noticia en el sentido riguroso del término.⁵ Dentro de la categoría de reportaje caben las modalidades de **reportaje habitual** (los espacios que caben normalmente en un programa de noticias por televisión), el **gran reportaje** (espacio especial dedicado a un tema extenso de interés general, con ocasión de un suceso de cierta trascendencia), la **entrevista**, la **encuesta periodística** (entrevistas recogidas en la calle de manera informal y editadas posteriormente), y la **rueda de prensa**. Estas notas, sin embargo, se centran en la forma más común y sencilla del reportaje, es decir, la llamada por algunos "nota fílmica", que constituye el trabajo característico del camarógrafo de televisión.⁶

Ante todo, es preciso recordar que la labor del camarógrafo y su auxiliar, así como la del reportero que ha de cubrir la noticia, se encuentra con el inconveniente que supone una situación de urgencia, que probablemente requiera de un amplio margen de improvisación. Lo inesperado y lo fortuito, que ordinariamente no tienen cabida en la filmación de un documental con un guión estricto, forman parte de la naturaleza misma del reportaje. El operador o camarógrafo tienen que dominar la técnica para poder echar mano del recurso adecuado en el momento adecuado.

Aunque es preferible siempre el uso del trípode para poder dar estabilidad a la cámara, y, por lo tanto, a la toma, con frecuencia se presentan ocasiones en que será preciso filmar con la cámara en la

mano o apoyada en el hombro con su soporte. Naturalmente, una escena captada de este modo no tendrá la fijeza de encuadre que la obtenida con la cámara montada en un trípode. El equilibrio del cuerpo humano depende de sus puntos de apoyo, de las extremidades, y hasta del normal funcionamiento de la respiración, y esto no asegura la misma estabilidad que un medio mecánico como el trípode.

Basta con que el camarógrafo tenga que apresurarse para llegar al lugar de la filmación a tiempo, para que el corazón se acelere y el pulso sea inestable. Si esto ocurriera, y tuviese que filmar cámara en mano, debe comenzar por hacer las primeras tomas con objetivo gran angular, para compensar la inestabilidad del pulso, y luego cambiar a otros objetivos de mayor longitud focal.⁷ Naturalmente, estos cambios de objetivo o lente, deben hacerse a base de cortes en la grabación. La inestabilidad de que hablamos impide también el que se maneje con suavidad y precisión en las tomas el **zoom**. Lo más recomendable en este tipo de filmación con la cámara en el hombro es un lente de 50 mm. para las tomas de primer plano, siempre que esas tomas sean breves, y naturalmente, esté grabándose el sonido independientemente.

Al hablar de la sujección manual de la cámara, conviene anotar que los aparatos ligeros de 16mm. o de videotape —modelos Sony DXC-1610 y 1640, por ejemplo— pueden adoptar tres posiciones fundamentales:

- 1) Sujeción a mano, por debajo de la cámara.
- 2) Sujeción a pulso, por la parte superior o por el costado de la cámara, valiéndose hasta del visor.
- 3) Apoyo de todo el peso en el hombro por medio de un soporte o aprovechando la base de la cámara.

Como es fácil suponer, cuanto más pequeña y ligera es la cámara, más fácil se hace la sujección manual. Por eso, las cámaras de combate —la Cunningham, por ejemplo—, son las mejores para lograr un buen equilibrio, ya que el chasis descansa en la parte delantera del hombro, que actúa como soporte, aligerando así el esfuerzo de las muñecas y antebrazos.

Por fin, y en cuanto a cine se refiere, las cámaras cuyo peso descansa totalmente en el hombro —por ejemplo las cámaras Mitchell Mark II, Eclair 16, Panaflex y otras—, facilitan aún más la estabilidad

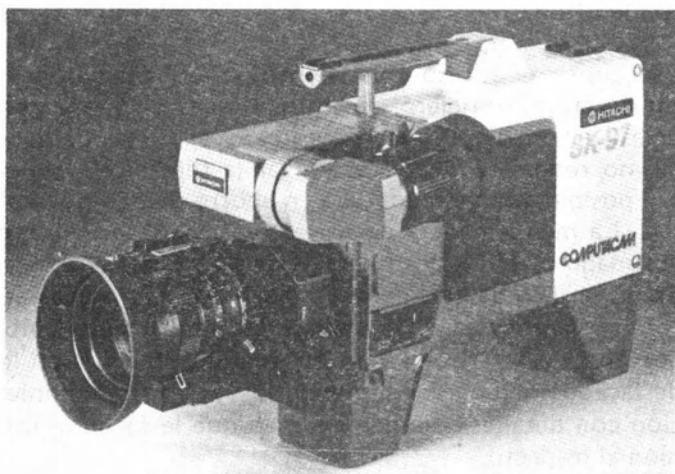
de la toma, asentándose en la parte superior del hombro, y dejando los brazos como un elemento complementario de estabilidad.

Es preciso aclarar que la estabilidad no depende únicamente de la sujeción o del peso de la cámara. El equilibrio del cuerpo del camarógrafo es otro elemento que hay que tomar en cuenta para evitar el agotamiento prematuro y prevenir cortes bruscos o interrupciones innecesarias en la filmación o grabación. El cuerpo del camarógrafo, cualquiera que sea la cámara que utilice, debe estar en equilibrio con respecto a su eje, para evitar o reducir al mínimo la oscilación del aparato. El equilibrio perfecto se logra con la postura siguiente: la pierna derecha adelantada unos veinticinco (25) centímetros con respecto a la vertical del cuerpo, y la pierna izquierda abierta y retirada diez (10) centímetros de la posición de esa vertical. El peso del cuerpo debe estar repartido en ambos pies, pero ligeramente cargado en el izquierdo. En esa posición, siempre que se adopte fácilmente al modo de proceder del operador, se pueden hacer panorámicas de 100 grados sin necesidad de cambiar de posición los pies, y hacer movimientos en vertical (tilt up, tilt down) que cubran un campo de unos 90 grados.

Si el operador está sentado, es recomendable tener un punto de apoyo en la espalda o en los codos. Si está tumbado boca abajo, debe apoyar la cámara en el suelo. Si tiene que tumbarse boca arriba, es preciso que busque un buen punto de apoyo para repartir el peso de la cámara.

Una vez que el camarógrafo ha logrado adaptarse al formato y al manejo de su cámara en cada lugar y circunstancia, deberá tener en cuenta qué tipo de planos o movimientos de cámara son más aptos para captar el hecho que, después de editado, contará la noticia en imágenes. La selección de las tomas y los movimientos de cámara, como es de suponer, no deben ser cuestión de capricho estético, pero tampoco deben abandonarse por el hecho de ser una simple "nota filmada" de apenas tres minutos de duración. La acertada selección de las tomas en planos generales, medios o primeros, así como los movimientos de cámara (panorámica, acercamiento o zoom), dotarán a la "historia" de flexibilidad y agilidad periodísticas.

En el uso de la cámara o del acercamiento —prescindimos, por supuesto, de cualquier tipo de **dolly**— es conveniente que el camarógrafo se tome unos minutos antes de grabar o filmar para poder ensayar "en seco". De lo contrario, se arriesga a perder una buena toma, y, probablemente, un elemento importante a la hora de hacer el



Modelos de cámaras portátiles de más fácil manejo para el reportero de televisión. La New LDK 54 de Philips, la SK-91 de Hitachi, y la SK-97 también de Hitachi.

montaje o edición final de la noticia.

Defectos frecuentes en las tomas en panorámica son las sacudidas antes, durante o al final de la toma, encuadres desnivelados al final, mala terminación, perspectiva falseada por el uso de teleobjetivos, velocidad acelerada en el movimiento, sujetos que se escapan del encuadre al concluir la panorámica, imágenes fuera de foco en medio de un primer plano, etc. Muchos de estos defectos tienen fácil remedio si el camarógrafo ensaya con la cámara sola, antes de filmar, toma la posición correcta o simplemente, limita el uso de las panorámicas a lo estrictamente necesario con miras al montaje final del reportaje.

Algo semejante ocurre con el uso del **zoom** o transfocador. Como ese tipo de teleobjetivo combina en un solo lente todas las gamas focales necesarias para realizar una toma, incluyendo los efectos de acercamiento y alejamiento, constituye un medio sumamente valioso para cubrir un hecho noticioso. Pero, al igual que ocurre con la panorámica, el camarógrafo debe cuidar de no abusar de sus ventajas y, sobre todo, evitar el cambio brusco de foco accionando la palanca o presionando la tecla a demasiada velocidad. En realidad, en la mayoría de los casos de reportaje para televisión, se recomienda no usar todo el recorrido del **zoom** en una toma, y hacerlo siempre con lentitud.

Aunque en la mayoría de los casos, el tiempo apremia, y es preciso cubrir el suceso con rapidez para poder editar lo grabado e incluirlo en un noticiero —incluso, a veces, en forma de “avance de noticias” en medio de un programa—, el operador de reportajes y el mismo reportero deben organizar la filmación con la mayor exactitud posible, lo que redundará en ahorro de tiempo, material y dinero.

La mejor manera de narrar un hecho noticioso, ordinariamente destinado a un noticiero de televisión, es la más directa y efectiva. Como en la vida cotidiana, la mejor manera de narrar los hechos es, como solemos decir, “comenzar por el principio”: ubicar al espectador en el lugar de los hechos, fijar su atención en los detalles más destacados, ayudarle a entenderlos y, en fin, completar la información con detalles complementarios que le faciliten formarse una opinión al respecto.

La labor del montador o editor, precisamente por la premura del trabajo, se basa en el material que le facilite el camarógrafo y el reportero. Si lo filmado o grabado no tiene continuidad ni ritmo, difícilmente podrá componer un reportaje que refleje verdaderamen-

te el hecho. Por eso, es fundamental que el camarógrafo y, sobre todo, el reportero, preparen una especie de **guión** que facilite al montador su trabajo, y reduzca la operación de montaje mínimo.

No se piense, al hablar de **guión**, que debe prepararse un plan detallado de tomas, movimientos de cámara y hasta duración de cada fragmento grabado. No se trata del guión de un documental, y, mucho menos, del guión de un filme de ficción. Bastaría con unas **notas de trabajo** donde se indiquen las tomas que es preciso obtener, los detalles que realzarán el reportaje, y, si se trata de un reportaje standard, es decir, con introducción o "cabezote" y despedida del reportero en pantalla, dónde y en qué tipo de toma se filmarán ambos.

Un ejemplo de **guión** de un reportaje, podría ser el siguiente:

REPORTAJE SOBRE EL CONFLICTO ENTRE LA SECRETARIA DE EDUCACION Y EL SINDICATO DE MAESTROS

- | | |
|---------|--|
| Toma 1. | Presentación: Reportero (en cámara) delante del edificio de la Secretaría de Educación. Al fondo, se observan los manifestantes.
En este mismo lugar, y con un plano semejante, se graba la despedida del reportaje. |
| Toma 2. | Plano medio de los manifestantes frente a la Secretaría con sus pancartas, etc. |
| Toma 3. | Primer Plano de uno de los dirigentes o voceros de los maestros, haciendo declaraciones. |
| Toma 4. | Primer Plano del Secretario de Educación haciendo declaraciones. |
| Toma 5. | Plano medio de los manifestantes (desde un ángulo diferente a la toma 2), con o sin movimiento de cámara. |
| Toma 6. | Despedida (como la toma 1). |

Como decíamos más arriba, para narrar una historia es fundamental recorrer tres etapas:

- 1) La descripción del escenario
- 2) La presentación de los "actores" que intervienen en la historia, y
- 3) La explicación del "conflicto" que se convierte en eje de la noticia.

Cada una de esas etapas debe captarse en ese mismo orden, a fin de concretar el desarrollo de los hechos. De donde se desprende que el buen reportero de televisión —así sucedía también en el noticiero fílmico—, no se puede contentar con llegar tarde a un acto, y filmar unas cuantas tomas, para desaparecer inmediatamente después, como sucedería en la puesta en circulación de un libro de poemas o en una boda cualquiera, a las que el reportero concede poca importancia y despacha en tres o cuatro minutos de trabajo.

Las primeras tomas de un reportaje, es decir, aquellas que sirven para situarse en el lugar del hecho, deben ser filmadas en planos generales o medios que incluyan lo más importante del “escenario” y sus “actores” o protagonistas. También podría hacerse con un objetivo transfocador que captase un plano general de la escena y, muy lentamente, fuese centrándose luego en el personaje más destacado.

Una vez introducido el tema del reportaje, pueden usarse planos medios o primeros planos, que destaquen los detalles del hecho. Si la acción central es larga, convendría hacer una toma de conjunto o plano general amplio, para volver a situar a los “personajes” en la escena, y volver después a los otros puntos de interés, como en el caso del ejemplo propuesto más arriba del conflicto entre los maestros y la Secretaría de Educación. Conviene además añadir **tomas de contraste**, que se intercalen adecuadamente después en la edición para dar variedad al reportaje y acentuar la verdadera importancia del suceso. Si se trata de un acto protocolar, cualquier detalle de una sonrisa o un simple “paso en falso”, puede añadir una nota humana que baje un poco la tónica demasiado seria y fría del suceso. Por la misma razón, un niño que agita una banderita en medio de la manifestación de los maestros ya mencionada, debe filmarse y usarse después incluso como un **plano de recurso**, no sólo por la nota humana que representa, sino a la vista de las intenciones ideológicas definidas que carguen el reportaje.

Además de la continuidad, el factor que controla la agilidad del reportaje es el **ritmo**, que a su vez está determinado por la duración de cada toma. Es decir, hay un mínimo de tiempo para mostrar un hecho, y eso depende del plano en que filme y de la duración que se dé a ese plano o toma. En los primeros planos, la duración de la toma puede ser de dos segundos como mínimo, si se trata, por supuesto, de un simple plano de montaje y no de un “personaje” haciendo declaraciones o respondiendo a preguntas, es decir, si no tiene sonido directo y sincronizado. Los planos medios pueden ser de tres o cua-

tro segundos, y los planos generales, de mayor duración, puesto que integran en el encuadre varios elementos, que requieren más tiempo para su **lectura** y comprensión por parte del espectador. Por eso, la longitud o duración de una toma varía con respecto a los elementos que contenga en el encuadre y el tiempo que requiera captar una acción.

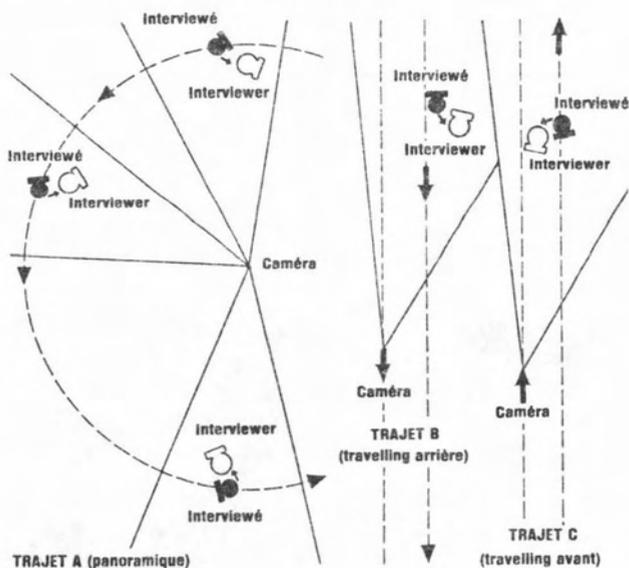
Además, es preciso tener en cuenta otro factor del elemento tiempo: el saber utilizar el **climax** de cada toma, es decir, el **movimiento útil** de un sujeto u objeto dentro del encuadre, tratándose de tomas estáticas, por supuesto. Así, si debemos filmar el despegue de un avión, es preciso esperar el momento en que verdaderamente se separan las ruedas de la pista; lo anterior no es necesario, y lo siguiente sería inútil, si no captamos el verdadero despegue. Naturalmente, para poder lograr el efecto descrito, y tratándose de operadores de poca experiencia, es mejor filmar la escena completa (despegue y vuelo), para no quedarse cortos después a la hora de hacer la edición final en el estudio.

Para que se justifique una toma en el montaje, es preciso que contenga alguna acción interna, algún **conflicto** que atraiga la atención. Una toma con acción interna es más efectiva como pieza de montaje, tanto en el cine como en la televisión, que dos o tres tomas pasivas.

Como norma general, el camarógrafo que está elaborando un reportaje debe cambiar de plano y de ángulo en cada nueva toma, para darle fluidez a su narración, a no ser que se trate de una rueda de prensa con sonido directo. Con el cambio de campo y de perspectiva, conseguirá agilizar su narración en imágenes, y se adaptará mejor su "nota fílmica" al ritmo que requiere un noticiero de televisión.

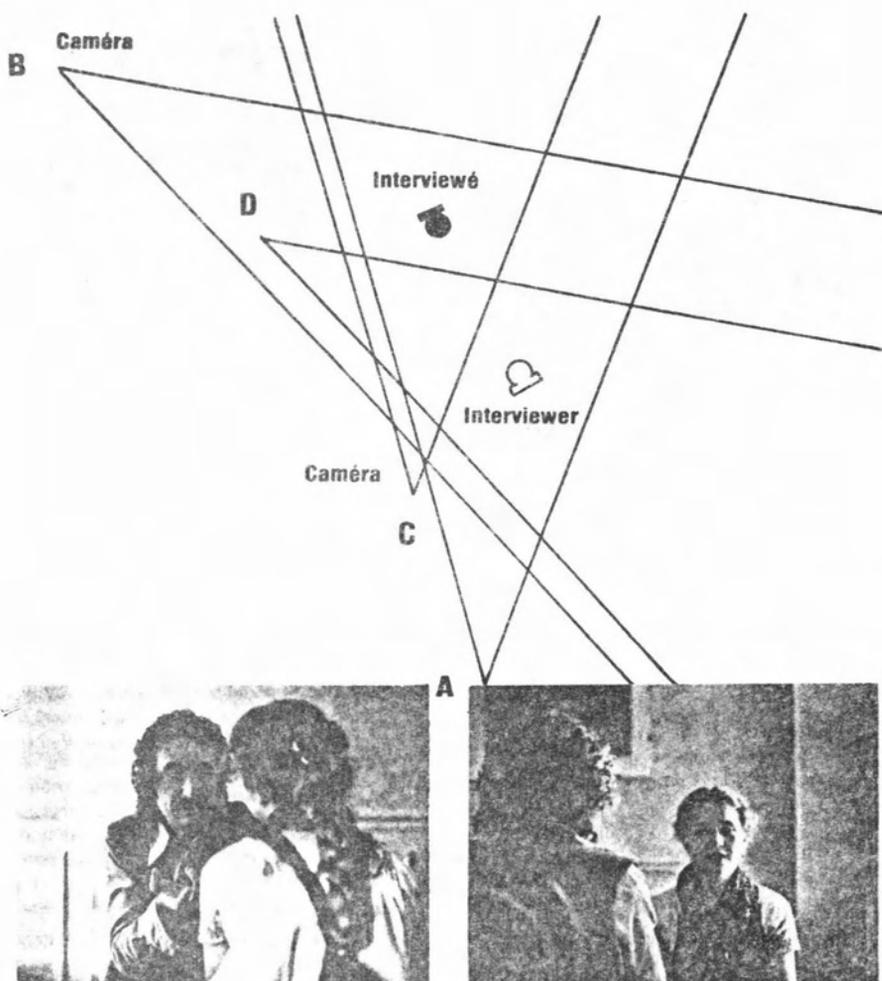
Para concluir estas notas, cabría recordar que la redacción escrita que acompañará a la "nota fílmica", no debe ser algo desvinculado de la narración gráfica que obtuvo el camarógrafo en el lugar del hecho, y montó después el editor. Si el trabajo ha sido realizado en equipo, es decir, entre el camarógrafo, el reportero y el editor, es más fácil el compaginar las dos narraciones, la fílmica y la escrita, en un todo armónico. En todo caso, es preciso que el redactor del texto que va a leer el locutor en la transmisión, vea el producto terminado tal como saldrá al aire, para así poder adaptar su nota escrita a la nota filmada .

No es necesario que la nota escrita reitere el mensaje informativo de la nota filmada, sobre todo cuando esta última va acompañada de sonido, como sucedía con frecuencia en los noticieros cuando usaban las cámaras Auricon, y sucede ahora con el video-cassette.⁸ La nota escrita puede iniciarse con una breve introducción al suceso reportado —una especie de “lead” del periodismo audiovisual—, para dar paso enseguida a la nota fílmica con sonido directo. Unos segundos después, se reduce el volumen del sonido y prosigue la nota escrita que resume lo más importante de la acción o suceso, mientras continúa la nota filmada en pantalla. Imagen y sonido deben concluir al mismo tiempo. En todo caso, es preferible que, después de terminado el reportaje fílmico, vuelva a aparecer en pantalla el locutor para concluir la nota. De ahí que, el cronometrar la imagen y el texto sea tan importante. De la compaginación correcta de ambos elementos depende la eficacia informativa del reportaje.



Hay casos en que los dos personajes (entrevistado y entrevistador) están caminando, y el camarógrafo quiere seguirlos. En el caso A, ambos caminan en panorámica al lado de la cámara. En el caso B, ambos caminan hacia la cámara, y en el caso C, lo hacen, apartándose de ella.

Este procedimiento es propio del cine espontáneo, y se presta para entrevistas hechas al azar a personajes que evaden a la prensa o son abordados a la salida de un acto.



En las entrevistas, y para dar mayor sensación de credibilidad al espectador, se utiliza el sistema de "campo y contracampo", es decir el entrevistado visto por encima del hombro del entrevistador, y viceversa, como en los casos A y B del diagrama. Los casos C y D, es decir, de primeros planos individuales, no son tan efectivos en una entrevista de televisión, sobre todo tratándose de un reportaje.

Ambos ejemplos gráficos están tomados de un artículo de Julien Sormery en *Cinéma Pratique*, n. 163. Consulte la bibliografía, al final del manual.

NOTAS:

1. *Enciclopedia Ilustrada del Cine*, vol. IV (Barcelona: Ed. Labor, 1970), pág. 294.
2. Umberto Eco, "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo" en *Los efectos de las comunicaciones de masas* (Buenos Aires: Ed. J. Alvarez, 1969), pp. 133-138.
3. Un *sintagma* es la combinación de dos o más elementos lingüísticos. Colocado en un sintagma, un término sólo adquiere valor expresivo porque se opone al que precede o al que le sigue o a ambos. Cfr. Fernando Lázaro, *Diccionario de términos filológicos*, 3ra. ed. (Madrid: Gredos, 1971), pág. 374.
4. Cfr. José L. Martínez Albertos, *El mensaje informativo: Periodismo en radio, televisión y cine* (Madrid: A.T.E., 1974), pág. 246.
5. José L. Martínez Albertos, *Redacción Periodística* (Barcelona: A.T.E., 1974), pág. 102.
6. Las notas que siguen se basan principalmente en la obra del técnico uruguayo H. Mario Raimondo Souto, *Técnica de la cámara cinematográfica* (Madrid: Taurus, 1969), pp. 272-276.
7. El *gran angular* es un objetivo de pequeña distancia focal (25 mm o menos) que, por su gran angulación permite encuadrar un campo visual más amplio que el objetivo básico de una cámara de cine, y crear al mismo tiempo, una gran sensación de profundidad, debido al aparente empujamiento de los primeros términos, que engrandece la perspectiva. Otros objetivos que se usan en la cámara de 16 mm. son: el *teleobjetivo* (de gran distancia focal), el *transfocador* (que permite el cambio de un plano a otro sin cambiar de objetivo), y otros.
8. Las cámaras del tipo Auricon (Auricon Cine-Voice, Auricon Pro 600, Auricon Super 1200, Mitchell SSR), tanto en 35 mm. como en 16 mm., permitían registrar la imagen y el sonido simultáneamente en banda óptica o magnética. Sin embargo, muchos noticieros de televisión han desechado ya esos equipos, para sustituirlos por el liviano videocassette, más económico y de más fácil manejo.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Defina las características específicas del reportaje, tanto en cine como en televisión.
2. ¿De cuántas personas se requiere para la elaboración de un reportaje para un noticiero de televisión?
3. Según Umberto Eco, ¿Cuáles son los **códigos** propios del lenguaje televisivo?
4. ¿Qué diferencia hay entre el código lingüístico y el código sonoro, según el esquema de Umberto Eco?
5. ¿Qué diferencia hay entre sintagmas estilísticos y sintagmas de valor convencional?
6. ¿Qué modalidades presenta el reportaje de televisión?
7. ¿Qué recomendaciones haría Ud. a un camarógrafo para obtener buenas tomas en una rueda de prensa sin necesidad de trípode?
8. ¿De qué modo se puede mantener en equilibrio la cámara sin necesidad de recurrir al trípode en una entrevista breve?
9. ¿Cuáles son los defectos más frecuentes en las tomas en movimiento?
10. ¿Qué recomendaciones se harían al camarógrafo en cuanto al uso del objetivo transfocador o "zoom"?
11. ¿Cómo debe planificarse la filmación de un reportaje para la televisión?

12. ¿Qué elementos deben entrar en la planificación de un reportaje y la preparación de su guión?
13. ¿Cuál es el llamado "eje de la noticia" en un reportaje de televisión?
14. ¿Cuáles deben ser las primeras tomas de un reportaje para que se tenga interés dramático?
15. ¿A qué se llama "toma de contraste", y cuál es su finalidad en el reportaje?
16. ¿En qué consiste el **ritmo** de un reportaje?
17. ¿Por qué consideramos importante el **movimiento útil** o climax de una toma?
18. ¿Qué cualidades debe tener el trabajo en equipo de camarógrafo, reportero y editor?
19. ¿Cómo debe ser la nota escrita que acompañará al reportaje cuando éste no tiene sonido directo?
20. ¿De qué modo debe "hilvanarse" el inicio y el final del reportaje con el resto del noticiero? Es decir, ¿qué recursos sugiere Ud. para la presentación y despedida del reportaje en el noticiero?

EJERCICIOS

1. Con la lección aprendida del análisis de noticieros y reportajes, tanto de la televisión local como de la extranjera, haga un esquema de planificación para la elaboración de un reportaje sobre el Día Mundial del Ambiente.
2. Una vez preparado el plan de trabajo y discutido con su equipo de colaboradores, elabore un guión más detallado y una agenda de trabajo.

VIII

TIPOS DE REPORTAJE

El reportaje para la televisión puede adoptar, por lo menos, cinco modalidades o formatos, según su temática:

1. Reportaje de actualidad
2. Reportaje de análisis
3. Reportaje biográfico
4. Reportaje histórico, y
5. Reportaje antropológico o de interés humano¹.

Algunos autores, atendiendo al formato informativo, clasifican el reportaje de la siguiente manera:

1. Reportaje habitual
2. Gran reportaje
3. Entrevista
4. Encuesta
5. Programas coloquiales, e
6. Informativos especiales.

Según el conocido manual de periodismo audiovisual de José L. Martínez Albertos, el **reportaje habitual** es el que ordinariamente figura como segmento ilustrado de un noticiero, y puede abarcar cualquier tema, desde la alta política hasta los deportes o los temas más triviales. Algunos autores prefieren abrir tres categorías de reportajes habituales o normales:

1. Las noticias o acontecimientos ya conocidos,
2. Los hechos o sucesos imprevisibles, y
3. Los reportajes fabricados expresamente.

El **gran reportaje** es, según la definición de Miguel Pérez Calderón, "el análisis y síntesis de un hecho o acontecimiento de interés nacional o internacional y de sus circunstancias de todo orden, realizado con arreglo a la técnica específica de Televisión por un equipo humano compuesto, al menos, de un reportero, un filmador y un ayudante de filmación"²

En realidad, el término **gran reportaje** no define ni el contenido, ni el tratamiento, y, mucho menos, el formato del reportaje en cuestión. En cierto sentido, la definición de Pérez Calderón podría ser válida para un documental, tanto de cine —recuérdense los noticieros monográficos de la Segunda Guerra Mundial—, como de televisión. La única diferencia entre el documental y el "gran reportaje" está en el carácter noticioso del segundo. Se trata de un acontecimiento que aún es noticia, tratado con determinada profundidad y extensión, que facilita al telespectador un contacto más completo con los hechos que acaecen a su alrededor.

La **entrevista**, que equivale a lo que el periodismo de habla inglesa llama "reportaje de citas", no es únicamente el diálogo entre un reportero o periodista y un personaje de la política o de las artes. Como se verá al tratar de la morfología del reportaje, se trata de hilvanar opiniones, reacciones, en fin, "citas" acerca de un hecho, ya sea por sus "protagonistas" o simples observadores. Dentro de la entrevista, pero independientemente del noticiero, están los programas de panel, como ya hemos visto, compuestos principalmente a base de entrevistas de mayor duración.

La **encuesta**, casi se confunde con la modalidad anterior, Por eso, algunos autores prefieren eliminarla como subgénero del reportaje. Equivaldría, según algunos, a los "surveys" realizados por sociólogos mediante métodos estadísticos. Como apunta el mismo periodista Miguel Pérez Calderón, en la encuesta resulta necesario, y más que otro tipo de reportaje, "una rigurosa y difícil labor de montaje que elimine también las respuestas largas o improcedentes y, sobre todo, que altere o agrupe las semejantes o las desemejantes, y alterne o no personas del mismo sexo o de parecido nivel cultural, etc.,

en función de los criterios que se sigan.”³ De donde se desprende claramente, que en el reportaje encuesta, el periodista de televisión tiene un arma sumamente útil de propaganda. Basta con un montaje bien estudiado, y una adecuada medida de segmentos que digan lo que nosotros queremos que digan, o lo que nuestro público espera que digamos en el noticiero, para alterar la realidad y convertir al reportaje en una forma más de editorial.

Los **programas coloquiales** comprenden tres “fenómenos informativos” diferentes:

1. La conferencia de prensa, que es común a cualquiera de los medios,
2. La rueda de prensa, y
3. El coloquio.⁴

Naturalmente, ninguna de estas modalidades del reportaje pasan de ser **técnicas** de trabajo, y de ningún modo constituyen subgéneros del reportaje con características y código propios. A veces, las ruedas de prensa e incluso los coloquios, son transmitidos en vivo (o grabados íntegramente para ser transmitidos en diferido), por tratarse de eventos de cierta importancia política o social. Muchas veces, estas transmisiones íntegras son utilizadas por los noticieros para copiar segmentos e incluirlos en sus emisiones.

Los **programas coloquiales** o coloquios son una variante de la rueda de prensa, pero con la diferencia de que no hay una figura central a la que interroga un grupo de periodistas, sino que varios expertos dialogan, por turno, acerca de un tema. Este tipo de programa informativo suele ser “conducido” por un moderador, bien informado acerca del tema, que va encaminando la conversación hasta llegar, al final, a emitir una conclusión frente al público. En esta modalidad, figuran programas como “Face the Nation” de una de las cadenas norteamericanas de televisión, o los famosos debates “frente a frente” entre candidatos opuestos, como ocurrió con Richard Nixon y John Kennedy en 1961.

Por último, los **informativos especiales**, no constituyen un subgénero aparte. Lo único que los caracteriza es la oportunidad. Se trata de programas especiales de índole histórica, o resúmenes de hechos acaecidos a través de un tiempo determinado, y que, a modo de análisis e interpretación, facilitan al televidente un conspecto general del problema, sus ramificaciones y su trascendencia histórica.

Como es fácil de comprender, por la duración de este tipo de **informativos especiales**, no cabe incluirlos entre los reportajes normales de una emisión regular del noticiario de televisión.

Como dice José L. Martínez Albertos, "dentro de estos **informativos especiales** se alteran unos y otros géneros periodísticos, tanto noticiosos como interpretativos, en función del tema y del fin perseguido con la programación del espacio: fines periodísticos, fines de divulgación, fines orientadores, fines educativos o, incluso, fines propagandísticos"⁵

NOTAS:

- 1 J. L. Martínez Albertos, *op. cit.*, pág. 246 ss.
- 2 M. Pérez Calderón, *La información Audiovisual* (Madrid: A.T.E., 1970), pág. 174.
- 3 *Ibid.*, pág. 164.
- 4 *Ibid.*, pp. 164-165.
- 5 J. L. Martínez Albertos, *op. cit.*, pág. 252.



Dos modelos de programa del denominado "panel", "talk show" o "rueda de prensa". El primero es de la Radio Televisión Francesa (RTF), y el segundo es del programa "La víspera de nuestro tiempo" en la segunda cadena de Radio Televisión Española (RTVE).



Un ejemplo de programa coloquial, donde varias personas opinan sobre el mismo tema, bajo la moderación de un locutor o animador, es el programa "Tribune Libre" de la Radio Televisión Francesa (ORTF). Nótese el escenario irregular, el tipo de asientos poco convencionales, los desniveles, y la colocación de los dialogantes. La foto pertenece a la transmisión del 14 de febrero de 1975.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Enumere las posibilidades que puede adoptar el reportaje para televisión, según su temática.
2. Atendiendo al formato informativo, ¿qué modalidades puede tener el reportaje de televisión?
3. ¿Qué temas o hechos trata el reportaje habitual?
4. ¿Qué diferencia hay entre el llamado "gran reportaje" y el documental para la televisión?
5. ¿Qué diferencia hay entre la entrevista y la encuesta, tanto en la prensa escrita como en la televisada?
6. ¿En qué consisten los **programas coloquiales**, y qué modalidades pueden adoptar?
7. ¿En qué consisten los informativos especiales, y qué valor tienen en la televisión?

EJERCICIOS

1. Haga una lista de los **programas coloquiales** que Ud. conozca en la televisión local, y clasifíquelos según su formato o estilo.
2. Diseñe un programa coloquial en el que participe un grupo de literatos para discutir la actualidad o permanencia del "boom" en la narrativa latinoamericana de los años setenta y ochenta.
3. Diseñe, incluso con un modelo de **set**, un programa coloquial en el que participen únicamente niños, para tratar un tema de programación escolar (currículum, métodos, etc.).

IX

MORFOLOGIA DEL REPORTAJE

A través del estudio de cualquiera de los manuales de periodismo, sabemos que el reportaje reúne o debe reunir las siguientes seis características:

1. El reportaje es informativo
2. El reportaje es ante todo una narración
3. El reportaje trata sobre hechos sociales
4. El reportaje es una investigación social
5. El reportaje es objetivo, y
6. El reportaje contribuye al mejoramiento social¹.

En definitiva, a través de sus elementos constitutivos, podemos definir el reportaje como el género periodístico "que consiste en narrar la información sobre un hecho o una situación que han sido investigados objetivamente, y que tiene el propósito de contribuir al mejoramiento social. De donde se desprende que los "ingredientes" o componentes de este género periodístico son:

1. Una **información** periodística,
2. **narrada**
3. acerca de un **hecho social**,
4. que ha sido **investigado**,
5. lo que permite una mayor **objetividad**,
6. y pretende el **mejoramiento social**²

En el caso de la televisión informativa cabe puntualizar algunos elementos que le son propios, y que constituyen el lenguaje y la morfología de ese género o modalidad periodística. Por eso, algunos diccionarios describen al reportaje en los medios audiovisuales como un "género del periodismo informativo, frecuentemente acompañado de fotografías o ilustraciones, que relata una serie de hechos de interés actual, en torno a un tema"³

Como en el reportaje para televisión entran en juego dos elementos —el visual y el auditivo—, la propiedad y calidad del mismo dependerán de la maestría con que el autor sepa conjugar esos dos elementos.

Recuérdese que, según los hallazgos de la psicología del aprendizaje, más del setenta (70) por ciento de nuestros conocimientos se adquieren y retienen a través del sentido de la vista, y sólo un trece (13) por ciento, a través del oído. De ahí que la televisión informativa debe hacer uso prioritario de lo visual sobre lo auditivo, sin pretender por eso eliminar lo segundo. El reportaje de televisión debe ser un medio expedito para que el "lector" se ponga en contacto con la actualidad con la mayor rapidez y amplitud posibles.

Mientras el lector de la prensa plana acostumbraba hasta hace unas décadas ojear y hojear las páginas de los periódicos matutinos mientras desayunaba, para tener una "visión" panorámica de lo más notable de la actualidad —de ahí la importancia que aún le dan ciertos diarios a la primera y la última página—, el "lector" de televisión, sobre todo de los programas que entran en la categoría de "resúmenes" o **Headlines News**, busca más información en menos tiempo. El reportaje breve de televisión, sin tener la profundidad analítica del documental, debe facilitar material de base suficiente para cubrir más allá del **lead** de la prensa plana, sobre todo en lo visual.

El televidente podrá separarse del receptor de televisión con la impresión —no sería exacto decir que también con la **convicción**— de que sabe qué pasó, en qué lugar y por qué, simplemente porque lo vio y lo oyó hace unos minutos en un reportaje vía satélite, aunque busque, unas horas más tarde, mayor amplitud o detalle en la crónica del diario impreso.

Como ya hemos expuesto en capítulos anteriores las características principales del reportaje en su aspecto visual, y hemos hecho hincapié en los códigos y subcódigos que le son propios, es preciso dedicar atención ahora al sonido, y sobre todo, a la redacción.

Ante todo, hay que tener en cuenta que la capacidad de capta-

ción del lector, en el caso de la prensa plana, y la del televidente, en el caso de la prensa televisada, no son iguales. Como decíamos antes, mientras lo visual se capta y se retiene con mayor facilidad, lo sonoro, y sobre todo lo leído por un locutor, es de difícil captación y retención. De ahí que la **redacción** de las noticias para televisión deba ser una operación cuidadosa, y de ninguna manera se pueda abandonar a cualquier redactor improvisado o recién trasplantado de un periódico.

La redacción periodística, como saben los estudiosos de la comunicación social, ha sido objeto de múltiples estudios e investigaciones. Los estudios convencionales se han orientado fundamentalmente a la redacción en sí, a sus aspectos lingüísticos, es decir, la sintaxis, la ortografía, la semántica, etc.

Los estudios más recientes se dirigen, sobre todo, al grado de comprensión que la redacción ofrece a los lectores o destinatarios. Con ese fin, los investigadores Robert Gunning y Rudolph Flesh han llegado a formular un método, mediante el cual podemos calcular la cualidad que exige la redacción de cada tipo de información, para que su comprensión resulte lo más eficaz posible.

Las fórmulas de Gunning y de Flesh, expresadas con fórmulas matemáticas, se refieren fundamentalmente a la cantidad de palabras de cada frase, a la cantidad de palabras de tres sílabas y, en general, a la cantidad de sílabas en las frases.

Después de aplicar las fórmulas de estos investigadores a diversos géneros de información, se llega a la conclusión de que el **índice de comprensibilidad** ideal es patente en los siguientes tipos de redacción cuando la frase observa las condiciones que se señalan a continuación:

Tipo de redacción o información	Número de palabras por frase		
	Flesh	Gunning	o/o
En muñequitos	8		8
En revistas sentimentales	11	13	12
En revistas femeninas	14	15	14.5
En la revista Selecciones	17	15	16
En la prensa diaria	21	16	18.5
En revistas especializadas	25	20	22.5
En obras científicas	29		29

Si observamos con detenimiento las conclusiones de Gunning y Flesh para la prensa plana, tendremos una idea aproximada del problema que plantea el captar y mantener la atención del televidente cuando se trata de una noticia leída a una velocidad dada —hasta el uso del **teleprompter** influye en esto—, y empleando términos y vocablos que no son necesariamente del dominio del usuario promedio.

Quizás el índice que propone Robert Gunning para las revistas femeninas, sea el que más se acerque a la realidad, aunque es posible que muchos televidentes de países con alto índice de analfabetismo, no lleguen a más de un 10 por ciento, es decir, un índice de comprensión menor que el de las revistas sentimentales y ligeramente mayor que el de las tiras cómicas o historietas.

Por esa razón, el estilo de redacción, la estructura de la oración y, más aún, el número de palabras por oración en el texto que han de leer los locutores de un noticiero de televisión o que ha de acompañar a un reportaje, debería ser cuidadosamente estudiado, una vez que se dispusiera de un índice aproximado de la aceptación del público que, asiduamente, sigue la programación del canal en cuestión, y más concretamente, de sus espacios noticiosos.

A falta de un estudio de esa envergadura, el jefe de redacción de un noticiero de televisión, y sus reporteros, deben ajustarse, por lo menos, a las normas "clásicas" establecidas por el periodismo norteamericano, de la **pirámide del interés decreciente** (clímax, interés secundario y detalles), en cuanto a la estructura del relato informativo.⁴

Para los alumnos que han avanzado ya en sus cursos de redacción periodística, no será necesario insistir en el papel que juega el **lead** en la estructura informativa.⁵ Sobre todo, hay que recordar que, en la prensa plana, un párrafo inicial de más de treinta (30) palabras, es de difícil comprensión para el lector, por el exceso de oraciones subordinadas que enmarañan la claridad y la estructura de la principal. Si esto es así en un medio visual como el periódico impreso, el esmero en la claridad y brevedad de redacción de la noticia para televisión, es aún más necesario.

El primer párrafo de la noticia que lee el locutor de planta o el "anchorman", o el que sirve de introducción a un reportaje en videotape, y el del mismo reportaje, cuando no cuenta con una "introducción" o **pase**, deben ser aún más breves y explícitos que el del lead de la prensa escrita. Unas veinte palabras, y no más de tres renglones o líneas a máquina, son más que suficiente para el párra-

fo inicial de una noticia para televisión.

Un párrafo como el que sigue, sería largo, recargado y, en fin, **antitelevisivo** por las razones ya expuestas:

“El señor Luis Ayala, de Chile, leyó ayer ante la prensa extranjera, una declaración del comité de la Internacional Socialista para América Latina y El Caribe, rechazando la política del Fondo Monetario Internacional (FMI), por haber agudizado la dramática crisis regional cuyas consecuencias sufren las clases trabajadoras y sectores desposeídos del continente”.

Si esa noticia tuviera que ser redactada para televisión, y debiera ser leída sin ilustración en videotape, debería adoptar una forma semejante a la que sigue:

“El Comité latinoamericano de la Internacional Socialista emitió ayer una declaración rechazando la política del Fondo Monetario Internacional por haber agudizado la crisis económica de la región, que afecta, ante todo, a las clases desposeídas”.

Naturalmente que el lead no debe reducirse únicamente a ser **sumario** de la noticia. Como saben los alumnos ya avanzados en la práctica periodística, también se puede invertir la pirámide de Warren, y convertirse en lead-impacto, lead-retrato, lead-interrogante, lead-cita y hasta lead-extravagancia⁶. Sin embargo, estos tipos son aplicables únicamente cuando forman parte de un reportaje grabado, al que se ha dado **pase** con un lead como el ejemplo citado, y dependiendo, sobre todo, de la naturaleza de la noticia, el tratamiento que se le quiera dar, y el lugar que vaya a ocupar ese reportaje en el noticiero.

Si el reportaje es pintoresco —desfile de carrozas en carnaval, fiestas patronales, juegos o concursos—, y el lugar que se le asignó al reportaje es el cierre de la transmisión, se comprenderá que el estilo y el tratamiento pueden ser informales, y el lead-extravagante o el lead-ambiente de Warren estarán más que justificados. De lo contrario, lo más seguro en televisión es el **lead-sumario**, y, tratándose de “tragedias”, sobre todo de “crónica roja”, o crisis que ya han sido resueltas, el lead-impacto, puesto que facilita una especie de relajación de las tensiones, al tiempo que provee al televidente de información adicional.

Cuando el contenido de la noticia no es un acontecimiento, sino una acción o una serie de opiniones o declaraciones, la estructura y la redacción adoptarán formas diferentes. Siguiendo el “grafismo” de Warren, la pirámide invertida de la información de una

acción adoptará la forma siguiente:

1. Lead: Narración del incidente.
2. Segunda narración: Más detalles.
3. Tercera narración: Más detalles.
4. Cuarta narración: Más detalles.
5. Biografía.⁷

En la noticia de acción, y más aún, en el reportaje de acción para televisión, no sólo se incluyen los hechos, "sino también los incidentes dramáticos, descripciones de personas, tal vez el testimonio de algún testigo, más los necesarios datos explicativos"⁸, es decir, un complejo de elementos informativos que le den al televidente una noción general del hecho en cuestión.

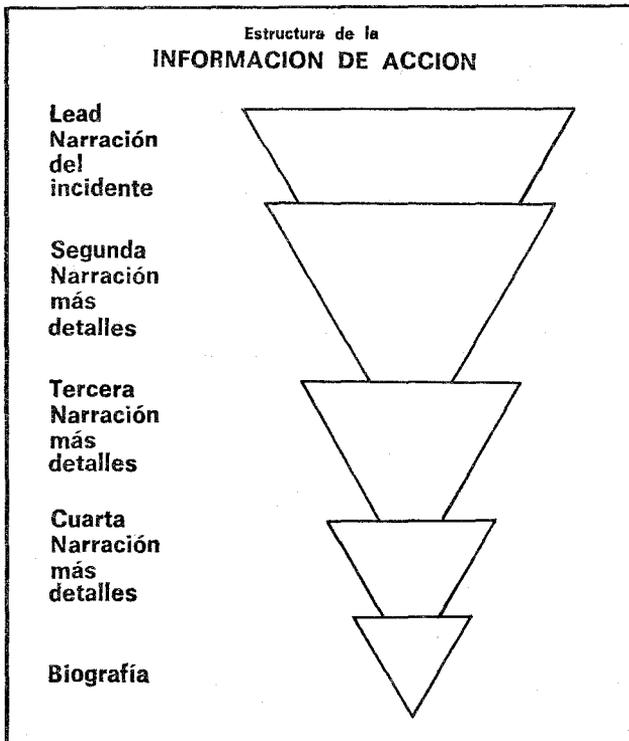


Diagrama de Carl N. Warren para la elaboración de un artículo o información de acción, que puede ser válido también para la estructura de un reportaje de televisión.

Un ejemplo de **reportaje de acción** para la televisión, podría ser el siguiente:

LOCUTOR (EN VIVO): Después de dieciséis años de régimen militar, los panameños elegirán hoy un nuevo presidente.

REPORTERO (Videotape): Cerca de un millón de panameños eligen hoy, por voto directo, un nuevo presidente de la República y los miembros del poder legislativo, en unas elecciones sin un claro favorito, que pondrán fin al gobierno militar iniciado por el general Omar Torrijos hace ya dieciséis años.

REPORTERO (VO): Los últimos días de la campaña electoral han estado caldeados e incluso tensos. La noche del jueves pasado, en su último mitin, el principal candidato de la oposición derechista, el octogenario Arnulfo Arias, puso prácticamente a sus pies a la ciudad de Panamá. Los candidatos que le acompañan en su boleta no se quedaron atrás, y acusaron por anticipado al Tribunal Electoral de pretender arrebatarles el triunfo.

VIDEO (SONIDO DIRECTO): "El triunfo es nuestro, y eso no nos lo quita nadie. Y, recuerden bien esto, panameños: Aquí tendrán que contar votos o tendrán que contar muertos".

REPORTERO (VO): Por su parte, los dirigentes de la Alianza Democrática de Oposición, la coalición que lleva como candidato a Arias, alertaron a sus seguidores a defender el triunfo de su presidente, al que ven ya revestido con la banda presidencial.

Como es natural, ante este clima tan tenso y el temor natural de que la Guardia Nacional no respete los resultados de las elecciones, Arnulfo Arias ha hecho un llamado al Diálogo al comandante en jefe de las Fuerzas de Defensa, general Manuel Antonio Noriega, pero éste ha rechazado el diálogo.

VIDEO (SONIDO DIRECTO): "Nosotros no estamos dispuestos a sentarnos a la mesa para dialogar con el señor Arias, como si se tratase de un acuerdo y no de unas elecciones, donde el pueblo es el que decide. Además, los temas de los que quiere conversar Arias son competencia exclusiva del estado mayor de las Fuerzas Armadas".

REPORTERO (VO): El candidato de la coalición, que cuenta

con el apoyo de todo el aparato del Estado, es Nicky Barletta, que tiene en su contra el ser símbolo del continuismo del régimen de los dieciseis años de Torrijos.

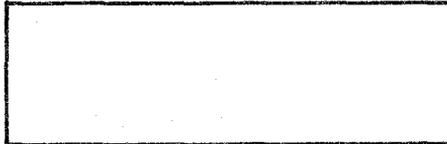
VIDEO (SONIDO DIRECTO): "No es posible que Panamá quiera volver la vista atrás, y repetir la misma experiencia de fracasos y más fracasos. Aquí todo el mundo sabe qué pasa cuando se pretende ir contra las tradiciones y el querer del pueblo panameño. Aquí hacen falta caras nuevas; hace falta una política sólida; aquí lo que está en juego es Panamá, y eso no es cosa de juego".

REPORTERO: A partir de las siete de la mañana de hoy, se enfrentan un hombre de cuarenta y cinco años, moderado, con una carrera política ligada al Fondo Monetario Internacional y al Banco Mundial, de indudables simpatías hacia los Estados Unidos, el señor Nicolás Ardito Barletta, y un anciano de ochenta y tres, que aspira a la presidencia por cuarta vez, después de haber sido derrocado una y otra vez por los militares, y que —según dicen los analistas— no cuenta ni ofrece otra cosa que su carisma personal. **FINAL**

El caso de la **información de citas**, que es posible como complemento a otro tipo de información aparecida en la misma página, tratándose de la prensa plana, sólo sería aplicable en el periodismo televisado cuando se incluye una serie de opiniones o declaraciones, incluso tomadas al azar en la calle, como complemento a un reportaje más amplio sobre un problema de actualidad, como un discurso reciente del presidente de la República, un artículo polémico o el anuncio sorpresivo del alza de los precios de un artículo de primera necesidad. En ese caso, el diagrama de Warren no se aplicaría a un reportaje o una **noticia completa**, sino a un segmento del total o un **reportaje adyacente** al reportaje principal.

Estructura de la INFORMACION DE CITAS

Lead
Sumario



Cita



Sumario



Cita



Sumario



Cita



Sumario



Las citas, opiniones o declaraciones pueden enlazarse para estructurar un relato o un reportaje. La modalidad "sumario-diálogo", diseñada por Carl Warren, puede ser útil para la preparación de un reportaje adyacente a uno principal, recogiendo "reacciones" espontáneas a propósito de un incidente cualquiera.

Cuando se trata de la **continuación** y replanteamiento de una información, el reportaje de televisión tiene que seguir las mismas normas que Warren sugiere para el reportaje escrito.⁹

Como sucedería en la prensa plana, la **continuación o secuencia** es una noticia donde "se comunican novedades dentro de una serie de informaciones", que además, "puede pronosticar determinados acontecimientos convirtiéndose en un anticipo."¹⁰ Por otro lado, en la información de **replanteamiento**, el grueso informativo es viejo, y solamente es novedoso el enfoque o el tono levemente analítico del reportaje.

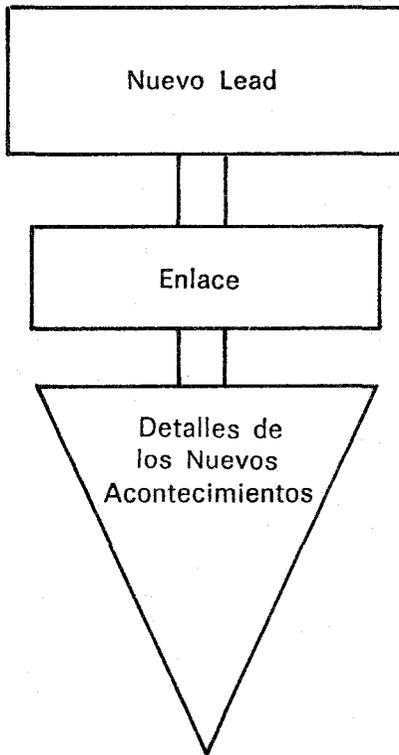
En el reportaje para la televisión de una secuencia o información de continuación, se requiere de un párrafo inicial o **lead** que incluya los elementos nuevos de la noticia transmitida ya en emisiones anteriores del noticiero. Frases como "según se ha sabido hoy" o "de fuentes ligadas a los damnificados" (tratándose de un accidente, por supuesto), sirven para dar al **nuevo lead** un carácter de **enlace** con la noticia anterior.

Ese **enlace**, como afirma el mismo Warren en su texto ya clásico entre los estudiantes de periodismo, no debe incluir demasiado material informativo, para no entorpecer la narración. "Para que la crónica ponga al día al lector con respecto a los hechos anteriores —dice el autor—, es suficiente con resumir los elementos concretos y esenciales, eliminando todo detalle secundario y prescindiendo de palabras inútiles. Procure hacerlo con unas frases cortas y directas, y luego aborde las novedades sin pérdida de tiempo. Un enlace largo y pesado demora el relato y aburre al lector que busca pan recién horneado y no viejos mendrugos"¹¹

Por último, se deben enumerar con claridad los detalles de los nuevos acontecimientos que constituyen la verdadera secuencia del hecho ya conocido, pero una vez que se ha establecido claramente el antecedente principal.

Por supuesto, el acierto del reportero está en facilitar los nuevos datos y "repassar" los antiguos con un equilibrio adecuado, sin repetir hechos superfluos ni omitir el enlace imprescindible para mostrar el hecho en su **dimensión histórica**. Nunca debe darse por supuesto que el espectador o lector saben ya lo que pasó ayer, por el hecho de que lo sepa un profesional del periodismo, que está en antecedentes. Muchos televidentes —lo mismo sucede con muchos lectores—, no habrán ojeado un periódico desde el día antes, ni han dado oídos a

ESTRUCTURA DE LA INFORMACION DE CONTINUACION



Quando se trata de dar continuidad o seguimiento a una noticia, se puede adoptar el diagrama de Warren, a base de un nuevo lead, un enlace suficientemente claro con el antecedente, y los detalles nuevos que aclaran o rectifican la noticia precedente. La estructura es válida también para un reportaje de televisión.

rumores, y es preciso que el reportaje-secuencia les ponga al día de lo que se ha desarrollado en las últimas veinticuatro horas.

En general, el reportero de televisión, al igual que todo redactor de noticias para este medio, debe tener en cuenta que la estructura de sus oraciones debe ser simple. Eso no quita que las oraciones sean quasi telegráficas, que no se emplee la subordinación o que se imite el estilo sibilino de los titulares de algunos periódicos. No se trata de imitar a Azorín, sino de hacer un periodismo directo y claro, y, sobre todo, de fácil comprensión para los oyentes.

La subordinación es un recurso de la lengua para aclarar y ampliar el sentido de la oración principal, como lo hace el complemento circunstancial, por ejemplo, y por eso no se puede prescindir totalmente de ella. Pero, una cosa es la **subordinación sustantiva** —una cláusula que hace las veces de sujeto—, y otra muy distinta, es un párrafo inicial de más de cuarenta palabras, sin más signo de puntuación que tres o cuatro comas.

En cuanto a la “fraseología” y los términos técnicos, hay que recordar que la precisión y el rebuscamiento no hacen buena pareja en la literatura periodística. Y, sobre todo en el caso de la televisión, no hay lugar para un pretendido “nuevo periodismo”.

Si lo que queremos que llegue al televidente es que el Presidente de la República recibió esta tarde al Gobernador del Banco Central, no haríamos más que enmarañar la información si dijéramos que “el primer magistrado de la nación abrió las puertas de Palacio esta tarde al incumbente del principal organismo crediticio del País”. La segunda oración es vaga y literariamente pobre, mientras la primera es precisa y concreta, porque las palabras que emplea son del dominio de la mayoría de los receptores.

Solamente se permite el uso de **sinónimos técnicos** del argot periodístico, cuando la noticia tiene varios párrafos, y hay que referirse a las mismas personas o hechos más de una vez. Pero, aún en ese caso, hay que ser comedidos y **precisos**, y no perderse en florituras innecesarias y vagas. Recuérdese que el tercer adjetivo puede desviar la noticia hacia la propaganda, lo mismo que lo haría un lead innecesariamente impactante. Más que nunca, los diccionarios y los manuales de estilo, deben ser instrumentos de trabajo en la sala de redacción de un noticiero, sobre todo, cuando el periodista no está aún acostumbrado al estilo de redacción del medio.



NOTAS:

1. J. del Río Reinaga. *Periodismo Interpretativo: El Reportaje*. 2da. ed. (Quito: CIESPAL, 1978), pp. 55ss.
2. *Ibid.*, pág. 77.
3. A. López de Zuazo A. *Diccionario del Periodismo* (Madrid: Ed. Pirámide, 1981), pág. 170.
4. Carl N. Warren. *Géneros Periodísticos Informativos* trad. esp. (Barcelona: A. T. E., 1975), pp. 97-98.
5. *Ibid.*, pág. 100ss.
6. *Ibid.*, pág. 118-119. Hay que tener en cuenta que un lead-impactante en el caso de noticias políticas, podría convertirlas en propaganda, y darles un tono editorial impropio de un noticiero. Si la noticia relata únicamente que un miembro de la Junta nicaragüense sigue manteniendo conversaciones con miembros del gobierno soviético, un lead como el siguiente convierte la noticia, no sólo en algo grotesco, sino que evidencia una clara inclinación ideológica: "Siguen viento en popa las amistades Managua-Moscú. Daniel Ortega, coordinador de la Junta de Gobierno, fue recibido hoy..." (20 junio 1984).
7. *Ibid.*, pág. 137.
8. *Ibid.*, pp. 136-138.
9. *Ibid.*, pág. 190 ss.
10. *Ibid.*, pp. 191-192.
11. *Ibid.*, pág. 197.

PREGUNTAS DE REPASO

1. Enumere las seis características del reportaje, según el manual de Julio del Río.
2. ¿Por qué dice ese autor que el "reportaje contribuye al mejoramiento social? ¿En qué forma puede contribuir? ¿No será eso algo ajeno al periodismo informativo?
3. Enumere los **ingredientes** del reportaje según el esquema de Julio del Río.
4. ¿Qué problemas se le presentan al reportero y, en general, al periodista de televisión para combinar los elementos visuales y auditivos de su trabajo?
5. ¿Cuáles fueron los hallazgos de Gunning y Flesch con respecto a la comprensibilidad de la información por parte del lector?
6. ¿Qué valor tienen esos hallazgos para el periodismo de televisión?
7. ¿Qué es la **pirámide del interés decreciente** descrita por Carl Warren?
8. ¿Qué papel debe desempeñar el **lead** en la estructura informativa?
9. ¿Qué diferencias hay entre un **lead** para la prensa plana y otro para la prensa televisada?
10. ¿Cuántas clases de **leads** propone Carl N. Warren en su obra?
11. ¿Por qué el **lead-sumario** es el más apto para la noticia televi-

- sada? ¿Qué ventajas tiene en este medio?.
12. ¿Qué forma adopta la pirámide de Warren en el caso de la información de una acción? ¿Por qué?
 13. ¿Qué cosas, además de los hechos, se incluyen en un reportaje de acción?
 14. ¿Qué aplicación tienen en un noticiero de televisión la información de citas y la de opiniones?
 15. ¿Qué normas deben seguirse para la elaboración de un reportaje-secuencia o una información continuada?
 16. ¿Cuáles son las normas principales para la redacción en el caso de la información televisada?
 17. ¿Qué empleo se debe hacer de las oraciones subordinadas, y de qué tipo, en la redacción de una noticia para televisión?
 18. ¿Qué recomendaciones daría Ud. acerca del uso de tecnicismos o fraseología periodística en la redacción de un reportaje para la televisión?
 19. ¿En qué tipo de reportaje o información para televisión, cabría el uso de ciertas **licencias**, como lenguaje rebuscado o un lead-ambiente?
 20. ¿Por qué decimos que en la televisión "no hay lugar para un pretendido **nuevo periodismo**"?

EJERCICIOS

1. Elabore un reportaje sobre un concurso de bailes regionales para incluirlo como pieza de cierre del noticiero.
2. Prepare un reportaje de acción sobre la discusión de un proyecto de ley en el Congreso Nacional, con el enfrentamiento de los representantes de partidos y tendencias, según el esquema de Warren para la noticia de acción.
3. Inmediatamente después, incluya un **reportaje adyacente** a base de opiniones, recogidas en la calle, con las reacciones del pueblo ante los debates del Congreso Nacional.
4. Elabore una lista de sinónimos **claros y precisos** de los siguientes términos:

Presidente de la República
 Arzobispo
 Noticiero de radio
 Nuncio Apostólico
 Papa
 Rey
 Constitución
 Novelista
 Profesor de Universidad
 Abogado

Después de laborada la lista, elimine Ud. mismo todas las palabras o sinónimos que no se adapten al tipo de redacción televisiva. Sea lo más preciso y exigente posible.

5. Repase el guión de noticiero que aparece en el capítulo 4, corrija el texto de las noticias, y adapte el estilo a lo que Ud. considere más cercano a la redacción regular de televisión.

X

LA ENTREVISTA EN TELEVISION

Además de los reportajes, y con mayor frecuencia, los noticieros de televisión se nutren de entrevistas, más o menos breves, a personajes de actualidad, tanto en el campo político como artístico, social, deportivo o simplemente abordan al transeunte común, que opina sobre el tema del momento.

Existen además las entrevistas comunes que constituyen el centro de un programa de los llamados "de panel" o simplemente "de entrevistas", que cubren la programación de fin de semana en buena parte de los canales. Y, aunque difiera el formato de la entrevista para un noticiero de televisión, y la entrevista de un programa de panel, hay ciertos elementos comunes a ambas, que presentamos en estas notas, antes de pasar a la práctica en un taller de entrevistas.

Para hacer una buena entrevista de televisión, tanto en el estudio y en programas de panel, como en la oficina de un funcionario público o en plena calle, es preciso tener en cuenta, ante todo, lo siguiente:

1. La oportunidad de la entrevista.
2. El interés del tema a tratar.
3. La selección adecuada del cuestionario a que se someterá el entrevistado.
4. Conocimiento previo, por parte del reportero o entrevistador, del tema a tratar.

5. Selección del medio ambiente en que se llevará a cabo la entrevista, y
6. Mantener un diálogo previo con el entrevistado para conocer sus puntos de vista, descubrir sus "peculiaridades" o rasgos personales, y estudiar la posibilidad de hacer interrupciones durante el cuestionario.

Estos seis **pasos previos** constituyen la condición "sine qua non" del buen éxito de una entrevista televisada. Del cumplimiento fiel de estos requisitos depende, como es obvio, la calidad de la información ofrecida por el entrevistado, e incluso, la efectividad de la comunicación a través del noticiero en su totalidad.

Un buen periodista de televisión —y esto es válido asimismo para el que trabaja en otros medios de comunicación masiva— debe tener tacto suficiente para detectar **cuándo** es el preciso momento en que se puede abordar a un funcionario público o a una figura política determinada, así como el momento oportuno en que esa figura puede o debe opinar sobre el tema que se espera tratar en el encuentro o entrevista.

Abordar a un funcionario público simplemente para que opine, de manera improvisada sobre el tema del momento, es bordear el fracaso. Unicamente se debe intentar algo semejante, y tendrá valor periodístico, en el caso de un momento de crisis, de indecisión. El reflejo de esa crisis política o el consabido "no tengo nada que decir al respecto", puede tener valor informativo pleno para el televidente. No hablar o decir que "me enteré esta mañana por la prensa", es más elocuente que la mera reseña de que los periodistas no pudieron obtener "reacción alguna" al intentar entrevistar al Presidente de la República. En términos visuales, y teniendo en consideración el tipo de audiencia a quien va dirigido el noticiero, esa negativa o simple evasiva del funcionario, tiene un valor informativo de suma importancia.

Cuando no se trata de una rueda de prensa convocada por la figura política en cuestión, el reportero o entrevistador debe preparar con tiempo y cuidado el cuestionario a que someterá al entrevistado. Parte importante e imprescindible de esa preparación es la lectura de las noticias más recientes, escritos polémicos, comunicados, etc., que se relacionen con el entrevistado y con el tema a tratar. Un entrevistador que conoce el tema y la "historia" reciente, no per-

derá tiempo, dirigirá la entrevista por dónde él quiere, y obtendrá mejores resultados.

Debe evitarse, sobre todo, el hacer largas introducciones a las preguntas, obligando así al entrevistado a responder con un lacónico "sí". Recuérdese que el punto de atención del espectador —tanto en lo visual como en lo auditivo— es el entrevistado, y el reportero no puede "robarle el estrellato", por así decirlo. Del mismo modo, deben evitarse preguntas de formulación abstracta, como "¿Qué tiene Ud que comentar al respecto?", o "Quisiéramos saber su reacción en torno a este punto". Como sucede con el reportaje o la entrevista de prensa, el reportero o entrevistador recibirá de su entrevistado lo que él pida. Si sus **fórmulas** son buenas y atinadas, el entrevistado responderá lo que el entrevistador necesita saber.

La selección del **medio ambiente** apropiado, tanto interior como exterior, y el mantener una especie de **pre-entrevista**, para familiarizarse con el entrevistado, facilitarán el desarrollo del "encuentro" frente a la cámara con naturalidad, para poder reflejar al televidente algo más acerca del personaje en cuestión y su forma de ver las cosas.

En cuanto a la elaboración del cuestionario —a pesar de las alteraciones que pueda sufrir en la pre-entrevista—, es preciso tener en cuenta lo siguiente:

"Debe estar compuesto por preguntas **breves y precisas**. Se deben evadir las divagaciones y expresiones retóricas. Evitar en todo momento que el periodista hable más que el entrevistado".

Como norma, la entrevista puede llevar una introducción, que puede adoptar dos formas:

- 1) El propio periodista la hace frente a la cámara, antes de entrar **en campo** el entrevistador, y
- 2) El locutor de estudio presenta el material "a base de un texto elaborado por el periodista que realizó la entrevista previamente".

Aunque la primera de las formas es la más socorrida en nuestros noticieros de televisión, no es la deseable. Aunque el periodista tenga facilidad de expresión y sea ducho en el difícil arte de improvisar frente a la cámara —y aun en caso de que prepare con cuidado su **introducción**—, la tentación de alargarse excesivamente o convertir en exordio retórico lo que no debe pasar de una **entrada**, pueden echar a perder el impacto dramático de la entrevista y su valor informativo.

Un ejemplo de esa clase de introducciones, que deben evitarse a cualquier costo, es la siguiente, transmitida hace apenas un año, con ocasión del alza desmedida de los precios de los artículos de primera necesidad:

“Señor Secretario: como Ud. seguramente recordará, hace tres días, el director de Control de Precios, en unas declaraciones a la prensa escrita, radial y televisada, manifestó la firme decisión del gobierno de establecer un mecanismo efectivo de control, para evitar así las fluctuaciones constantes y, sobre todo, la curva alcista a que han estado sometidos los artículos que caen en el rubro de “primera necesidad”. Por otra parte, el asesor económico de la Cámara de Diputados, ha dicho esta mañana que el gobierno debe abocarse irremediablemente a encarar un alza en el precio de la leche y sus derivados. Como la Secretaría que Ud. dirige, en reiteradas oportunidades ha hecho saber que está en disposición de mejorar la situación de las clases de menores recursos económicos, por no decir escasos, como ocurre en la mayor parte de nuestra población, si hemos de dar fe al estudio, recientemente publicado por el Instituto de Mercado Industrial, quisiéramos saber su reacción ante estas declaraciones del director de Control de Precios y del asesor económico de la Cámara de Diputados, vista además la disposición de algunas centrales sindicales y del Comité de Lucha por el Alto Costo de la Vida, de organizar una campaña nacional en contra de las medidas económicas del gobierno del que Ud. forma parte”.

Para evitar la ocurrencia de casos como éste, es preferible que la **entrada** de la entrevista o declaraciones, sea leída por el locutor en el estudio, y el corte se haga directamente a la primera respuesta del entrevistado en videotape. Una vez concluida la entrevista o el segmento que utilizará en la transmisión, con o sin las preguntas del entrevistador, lo más común y recomendable es que el locutor de estudio despida el espacio diciendo: “Hasta aquí, han sido las declaraciones de...” o una frase semejante que sirva para identificar brevemente al entrevistado, teniendo en cuenta, sobre todo, que muchos televidentes pueden haber encendido el televisor en ese preciso momento. Por supuesto, unos cuatro segundos, a lo sumo, después de haber comenzado las declaraciones el entrevistado, es preciso que se vea al pie de la imagen el nombre y cargo del personaje, cuyo plano medio vemos en la pantalla. Basta que el subtítulo permanezca en la pantalla unos ocho segundos, antes de la disolución, a no ser que la entrevista sea de mayor duración, y se requiera identi-

car de nuevo al entrevistado.

Como es obvio, la entrevista de televisión se diferencia de la entrevista radiofónica y, por supuesto, de la entrevista de la prensa plana. En la televisión, la imagen y la palabra actúan de tal modo unidas, que ese complejo audio-visual es lo que da fuerza e interés al trabajo periodístico. De ahí, el cuidado que debe ponerse, como decíamos al principio, en la elección del **escenario** adecuado y del momento oportuno. Como sucede con el noticiero en su totalidad o sucedía con el cine documental propagandístico, una simple entrevista de televisión puede realzar o echar por tierra la imagen pública de un funcionario o de un artista, si se descuida la elección del **escenario** y hasta del tipo de plano o angulación empleados.

Aunque el centro y **peso** de la entrevista debe ser el tema tratado, la **imagen** del entrevistado es la que verdaderamente sirve de vehículo a sus ideas y opiniones. El porcentaje de asimilación del espectador, decíamos en otro capítulo, es mayor cuando se trata de información visual, y menor cuando se trata de información auditiva. Por eso, es preciso cuidar más **lo que se ve** en la pantalla. En definitiva, en un **medio frío** como la televisión, la imagen se convierte en el verdadero **mensaje**, usando las categorías ya clásicas de Marshall McLuhan.

Además de los preparativos ya mencionados, y dada la importancia de lo visual en la entrevista televisada, es preciso también “preparar adecuadamente los equipos técnicos a utilizar, previendo los ángulos de la cámara. Así mismo, debería elaborarse un pequeño **guión de filmación** —no se trata, ni mucho menos, de un estricto guión técnico—, que prevea “los cortes y las tomas necesarias para darle movilidad a la entrevista sin afectar su contenido, lo que, indudablemente es lo más importante”.

Tratándose de entrevistas individuales —el caso más común en los noticieros de televisión—, el camarógrafo y el periodista deben decidir de antemano qué tipo de filmación o grabación es la más adecuada a la persona y al momento. Así, se puede hacer la entrevista en un plano fijo o por cortes.

En el primer caso, la cámara se ubica frente al entrevistado y por encima del hombro (derecho o izquierdo, según el plano resultante y la composición de su encuadre) del periodista o entrevistador. Durante la entrevista, la cámara permanece estática, sin movimiento, para lo cual sería más conveniente utilizar un trípode, a no

ser que el camarógrafo pueda asegurar la estabilidad del aparato y de la toma. Solamente se utiliza el lente zoom para hacer acercamientos al entrevistado por encima del hombro del entrevistador, pero nunca llegando a un primer plano **apretado** y, mucho menos, a un primerísimo plano. Por supuesto, nunca debería colocarse el entrevistador junto al entrevistado, en la misma línea, sino que debe, en todo momento, dar la impresión clara de estar atendiendo a las respuestas del entrevistado. El televidente, es preciso recordarlo, quiere ver y oír al personaje, no al periodista, que es un mero intermediario para que se produzcan las declaraciones del primero.

Si la cámara va a tener movilidad, es necesario determinar previamente la **línea de movimiento del camarógrafo**, manteniendo siempre al entrevistado frente a la cámara, y al periodista de espaldas, según los gráficos adjuntos. No puede dejarse esta decisión al momento mismo de la entrevista. Pudiera suceder que parte del diálogo se perdiera, mientras el camarógrafo improvisa una toma o decide experimentar con otra angulación.

En algunos casos, y como parte del movimiento de la cámara en torno al entrevistado, podría encuadrarse a ambos (entrevistador y entrevistado) en la misma toma y de perfil, pero sólo brevemente, acabando en un primer plano del entrevistado, usando discretamente un movimiento de **zoom-in**.

En las entrevistas por cortes, cada pregunta puede hacerse en un plano diferente, e incluso podría incluirse un primer plano del periodista formulando una de las preguntas sobre el hombro del entrevistado. Alternando los primeros planos de ambos con algún plano medio de los dos juntos, la entrevista ganaría en dinamismo e incluso en intimidad, tanto si se realiza en un local cerrado, como si se tiene como escenario un patio o la calle misma.

Cuando se trata de una **rueda de prensa**, a la que ordinariamente acude un buen número de periodistas de todos los medios que entorpecen con frecuencia la ubicación de la cámara o cierran el paso al camarógrafo, es preciso colocarse de antemano en un lugar elevado —bastaría usar un trípode, y poner sobre las cabezas de los presentes la cámara—, para no perder nada de la acción. Bastaría filmar o grabar la entrevista o rueda de prensa en un plano fijo, utilizando el movimiento de **zoom-in** cuando responde el entrevistado o declarante, y el de **zoom-out** o **zomm-bak** cuando alguno de los presentes hace una nueva pregunta. Si la ubicación del camarógrafo lo permite, cabría hacer también algún ligero **paneo horizontal**, incluso

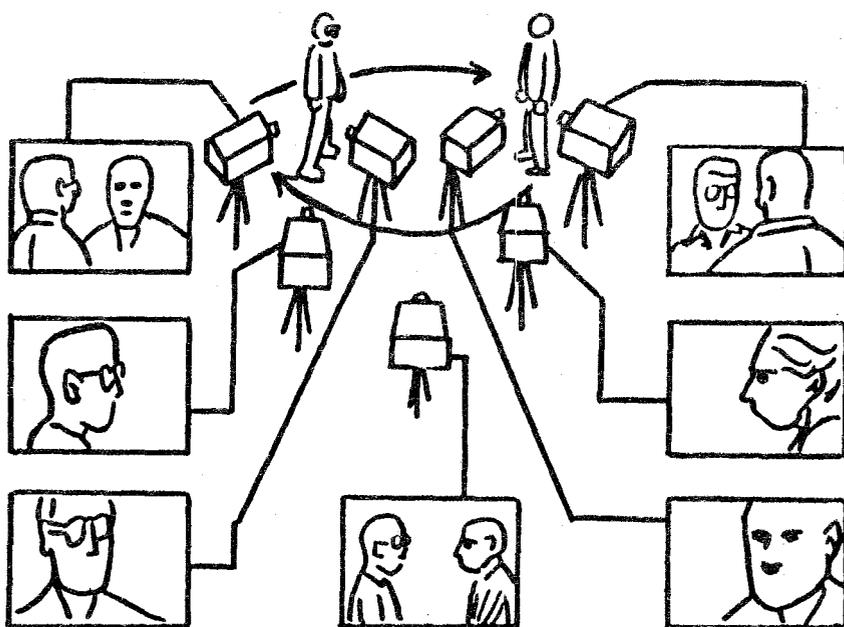


Fig. 1. La entrevista en un plano fijo puede hacerse encuadrando al entrevistador a la derecha o a la izquierda del entrevistado. Si se hace por cortes, pueden usarse contraplanos, por encima del hombro, según el diseño.

Fig. 2. La entrevista por cortes permite una serie de variantes que le imprimen movimiento. Es preciso prever de antemano las tomas y la línea de movilidad de la cámara.

unido al zoom, para encuadrar a los periodistas asistentes, siempre que no se abuse de este recurso o pueda crear en el televidente la sensación de moverse continuamente en líneas curvas.

Por último, cuando se trata de una entrevista breve, hecha a un personaje en movimiento, el periodista puede colocarse en la misma línea que el entrevistado, y caminar junto a él. El camarógrafo, supuesta la suficiente pericia en el manejo y estabilidad de la cámara, debería caminar de espaldas y un poco adelantado con respecto al entrevistado para mantenerlo siempre en encuadre y, a ser posible, en el mismo extremo con respecto a los ejes de composición. Es posible también que el camarógrafo camine de costado, encuadrando así en el visor de la cámara al entrevistado en un primer plano, y dejando fuera del encuadre al periodista. La urgencia del momento, que no permite demasiado tiempo para la planificación, dictará el estilo y la técnica más apropiada para no perder el eje del diálogo.

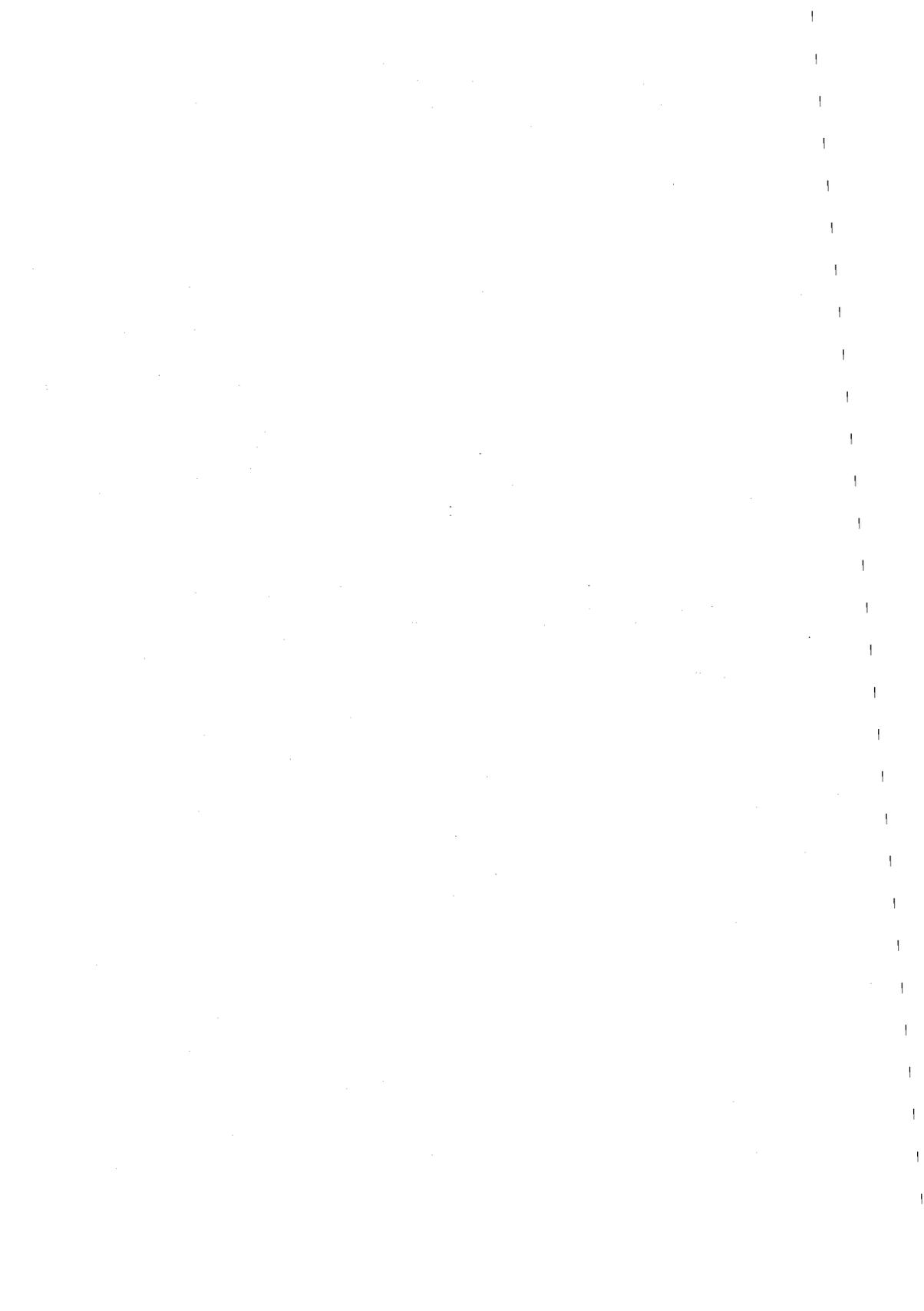
12. ¿Cuál es el elemento más importante a tu parecer en una entrevista hecha para la televisión?
13. ¿Qué ventaja tiene la preparación de un "guión de filmación" para una entrevista?
14. Si el reportero decide hacer la entrevista en un plano fijo, ¿cómo debe colocarse la cámara para obtener los mejores resultados y evitar errores?
15. ¿Qué utilidad tiene el determinar la "línea de movimiento" del camarógrafo?
16. ¿Qué precauciones se deben tomar en la filmación de una rueda de prensa para evitar los defectos comunes?
17. Cuando se está entrevistando a un personaje en movimiento, ¿qué procedimiento es el más seguro para evitar defectos como el del movimiento de la cámara o el desenfoque continuo?

EJERCICIOS

1. Prepara el guión provisional de una entrevista al Secretario de Estado de Finanzas.
2. Prepara el cuestionario para una entrevista al Director de Meteorología acerca del inicio de la temporada ciclónica.
3. Diseña a tu modo la entrevista, el guión provisional y prevé las tomas y/o movimiento de cámara para una entrevista al Secretario de Estado de Agricultura.

XI

EL REPORTAJE EXTRANJERO



Usos de material no producido en el país

Cuando los noticieros de televisión se nutrían de filmes a través de agencias e incluso de servicios informativos de algunas embajadas, como la de EE.UU. y la Británica, solían incluirse noticias extranjeras, aunque fuera días después de haber acaecido los hechos, con o sin apego estricto al texto escrito que acompañaba a los fragmentos en celuloide de 16mm.

La mayor parte de las veces, uno de los locutores del noticiero leía el texto de la noticia, mientras desfilaba el filme por la pantalla sin sonido, aunque a veces se le añadiese un leve fondo musical. Por el contrario, si el **film-clip** era sonoro, el locutor "abría" la noticia, e inmediatamente se pasaba al **telecine** con sonido directo, para escuchar las declaraciones de un diplomático en la ONU o la voz de un reportero extranjero relatando los hechos filmados.

Sin embargo, aun en el caso de venir acompañado el **film-clip** de un texto escrito o dotado de sonido óptico o magnético directos, la estación y el noticiero tenían la libertad de adaptar el material a su línea editorial y a su estilo periodístico, para que el film-clip no desdijera del formato del noticiero en general. De un modo semejante a la elección de los titulares para los cables de las agencias extranjeras, el jefe de redacción o el mismo encargado de información internacional del noticiero de televisión, determinaban el texto escrito que acompañaría a la proyección del material recibido de una agencia o una embajada, sin desvirtuar su contenido verdadero, ni arries-

gar así la continuación del servicio , gratuito, en la mayor parte de los casos.

Como, en la mayor parte de los casos, no había que devolver el material facilitado por el servicio de información de las embajadas, la redacción del noticiero y la misma estación de televisión disponfan en poco tiempo de un archivo de **film-clips** extranjeros, que serían de incalculable valor en cualquier momento. En caso de ocurrir un hecho en que se viera envuelto un personaje internacional de nombradía, bastaba con acudir al archivo fílmico, y, en poco tiempo, se podía improvisar un breve reportaje o, por lo menos, una noticia ilustrada con un recorte fílmico, identificándolo, naturalmente, como **material de archivo**. Es decir, mientras pasa por la pantalla el **film-clip**, se superpone un subtítulo en blanco, preferiblemente en el ángulo superior izquierdo del encuadre, con las palabras **filme de archivo**, o simplemente **archivo**.

Para esto, es preciso que la redacción del noticiero disponga de un sistema de catalogación del material fílmico que aún se conserva, y debe conservarse, a pesar de haber prescindido de los filmes de 16 mm. en casi todos los países, hace unos años. De esa manera, si llega un cable dándonos cuenta del fallecimiento de una figura de cierta relevancia internacional, el noticiero podría incluir, aun antes de recibir otro tipo de material gráfico, una breve nota ilustrada, que no requeriría de trabajo especial, ni de investigación pormenorizada.

Otros casos en que la pequeña filmoteca resulta ser de suma utilidad, es en los aniversarios de fechas históricas —inicio de la segunda guerra mundial, lanzamiento de la bomba atómica, derrocamiento y muerte del presidente Allende, etc.— puesto que, con un simple film-clip, el noticiero se enriquece y el público aprecia el valor de esa nota histórica, que puede incluso servir de referencia o de "telón de fondo" para la comprensión de algunos sucesos de actualidad. Además, es preciso recordar que los noticieros no deben centrarse exclusivamente en material de candente actualidad, ni mucho menos en sucesos propios de la crónica roja. El material de interés humano en general, y, mucho mejor, el material de análisis acerca de los hechos importantes del momento, es decir, interpretación, "background", sucesos adyacentes, etc., son tan importantes como los hechos que trascurren en el momento mismo de transmitirse el noticiero. El derecho a la información no implica solamente el

tener libre acceso a las noticias, sino el ser informado con precisión, claridad y verdad.

LA VIDEOTECA Y SUS USOS

La mayor parte de los noticieros, por muy estrechas que sean las condiciones económicas bajo las que operen, pueden disponer de una pequeña colección de videotapes con "recortes" de noticias internacionales, recibidas a través de agencias de distribución o copias de otros noticieros extranjeros a través de cualquier servicio de televisión por cable.

Ese pequeño archivo de **cortes** funcionará como la filmoteca antes descrita. Es decir, si se dispone de un sistema de catalogación y archivo suficientemente sencillo y práctico, cualquiera de esos **cortes** puede ser utilizado en su oportunidad, sobre todo, cuando la noticia haya sido recibida por teletipo, pero aún no se disponga, a la hora de salir al aire el noticiero, de un envío de última hora del servicio de noticias por televisión que recibe ese canal. Basta con ubicar el material de archivo, ponerlo **en cue** en el departamento de video, hacer una acotación en el guión general de transmisión para incluirlo en el momento elegido, dar instrucciones precisas al locutor, y preparar el subtítulo "archivo" para lanzarlo al aire en el momento de transmitir el corte de video.

Si a la hora de salir al aire una segunda o tercera edición del noticiero, ya se ha recibido algún material gráfico acerca del suceso, podrá sustituirse el elaborado **en casa**, pero solamente si el envío de la televisión extranjera es de mejor calidad o tiene mejor información que el anterior. De lo contrario, siempre será preferible el material original que, a pesar de suponer un trabajo adicional, irá dando poco a poco a la televisión local y a sus noticieros, un sabor nacional, que naturalmente ha ido desplazando el uso de los satélites de comunicaciones y, en algunos círculos sociales, la preferencia por las noticias recibidas en los servicios de telecable.

En cuanto a los servicios normales diarios de las agencias, es preciso anotar que la **línea editorial** del noticiero debe prevalecer por encima de las de cualquier servicio extranjero. Es decir, si el reportaje o la serie de reportajes que envía una cadena de noticias por televisión vía satélite, evidencia una línea editorial e incluso una ideología distinta a la que prevalece en el noticiero, deben tomarse las debidas precauciones antes de lanzar ese material al aire. Es decir,

una vez analizado el reportaje en cuestión, el jefe de redacción y el director del noticiero deben decidirse por una de las siguientes opciones:

- 1) Se desecha el material en su totalidad, por considerarlo reñido con la línea editorial del noticiero, o
- 2) Se transmite tal como se recibió en la redacción, pero redactando un párrafo inicial y, si se estima necesario, una despedida, haciendo énfasis en que se trata de un **servicio extranjero**, y que la visión o enfoque del problema en cuestión, no responde a la realidad ni al "tono" de la empresa.

Para ser más concreto, pongamos el caso de una serie de reportajes transmitidos por una cadena de noticias de los Estados Unidos, con ocasión de la visita a Washington de un presidente latinoamericano —así sucedió hace apenas unos meses con ocasión de la visita del presidente de la República Dominicana, y había sucedido antes con la del presidente de Costa Rica—, haciendo énfasis en los problemas que confronta ese país, la opinión de sus ciudadanos acerca del régimen político imperante, etc., sin olvidar, por supuesto, las bellezas naturales y las facilidades que se le brindan al turista y al potencial inversionista.

Ocurre con frecuencia que los reportajes en cuestión hacen énfasis en el régimen político, e incluso hacen pasar por democracia lo que no lo es, o convierten en socialismo lo que no pasa de ser socialdemocracia nominal. En esos casos, no sólo se trata de una postura editorial diferente a la del noticiero, sino una visión distorsionada de la realidad social nacional. Y es precisamente entonces cuando se requiere **acotar** el reportaje extranjero en la redacción, según apuntaba más arriba, sin necesidad de tener que **re-editar** el material recibido, como se hacía con frecuencia en algunas televisoras con el caso de los **Film-clips** de 16mm.

Por último, habrá muchos **cortes** de los recibidos vía satélite, que resulten demasiado breves, impropiedades o simplemente inútiles para los fines del noticiero. En ese caso, sin dudarle un segundo más, se eliminan de la transmisión. En definitiva, es preferible escuchar al locutor en plano medio frente a los televidentes, mientras en el fondo se proyecta una transparencia del personaje de la noticia o del lugar en que sucedió el hecho, que incluir un **corte**, por muy dinámico que resulte, dándole así al suceso en cuestión más importancia de la que tiene o de la que nuestra línea editorial le concede.

La televisión es un medio **gráfico** ante todo, pero eso no quiere decir que se desvincule totalmente del uso de la palabra como medio de expresión, tanto oral como cifrada. Todos sabemos la primacía que tiene la vista sobre los demás sentidos en el proceso del conocimiento y, por supuesto, del aprendizaje. Por lo menos, un setenta (70) por ciento de nuestros conocimientos han sido adquiridos a través del sentido de la vista, mientras que sólo un trece por ciento (13o/o) son captados y retenidos por el sentido del oído.

En términos televisivos, y sobre todo en el caso de los noticieros, esto quiere decir que cualquier información que enfatice los elementos visuales, en cualquier forma —es decir, texto escrito, gráficos, mapas, fotografías—, tendrá más probabilidades de **llegar completa** al televidente y ser retenida y recordada por él durante más tiempo. Por esa razón, los noticieros que ofrecen diariamente las cotizaciones de la Bolsa de Valores o la cotización del dólar con respecto a las monedas extranjeras más destacadas, así como los datos del pronóstico del tiempo, utilizan gráficos y **escriben** en la pantalla las cifras principales, mientras el locutor lee esos mismos datos.

Por eso, un noticiero no debe abusar del material filmado o grabado en videotape, porque muchas veces será de mala calidad o totalmente innecesario. Pero, no renunciará a **ilustrar** de algún modo u otro las noticias dignas de destacarse. Si no queremos utilizar un corte en videotape, bastará con proyectar en el fondo una diapositiva del personaje protagonista de la noticia, como decíamos antes, o superimponer una breve leyenda o unas cifras, para que la noticia reciba mayor atención por parte de los televidentes y sea retenida con más facilidad.

PROGRAMAS ESPECIALES

Con ocasión de algún aniversario o el fallecimiento de algún personaje de valía, como decíamos más arriba, la redacción del noticiero podrá elaborar un reportaje más amplio a base de material de archivo. El programa podrá ser incluido dentro del espacio del noticiero, si no sobrepasa el límite tolerable. De lo contrario, puede ser incluido en la programación regular del canal, o simplemente, reservarse para cualquier "vacío" en los espacios del día. Más efectivo sería, después de haber hecho promoción adecuada del espacio, incluirlo inmediatamente después del noticiero, como un apéndice noticioso, y aprovechando que **la audiencia está ahí** y podrá ser reteni-

da durante unos minutos más.

Este tipo de programas especiales aprovechan, ante todo, el **material de conserva**. Fotografías de prensa, incluso recortes de revistas de suficiente tamaño, filmes de archivo y, sobre todo, testimonios actuales grabados ex profeso para el espacio, serán el material básico para la preparación del mismo.

Supongamos que se quiere hacer una semblanza acerca del senador Robert Kennedy con ocasión de su asesinato, o en la fecha de su aniversario. Si se trata de un programa en tono biográfico, bastará con recoger los datos biográficos básicos, aparecidos en la prensa o las revistas en esos días, recortar las fotografías de mayor valor **dramático**, y montarlas en cartones negros —como se hacía con los **flip-cards**—, y diseñar brevemente el uso que se quiere hacer de ellas ante la cámara, es decir, con qué tipo de movimiento (paneo horizontal o vertical, zoom-in o zoom-back, u otros efectos, podrá resaltar más esa fotografía en el conjunto del reportaje especial, una vez determinado el fin que se pretende con ese programa especial y el **enfoque** que se le quiere dar al tema.

Si disponemos en la filmoteca o videoteca de material —por muy breve que sea— acerca del protagonista, una vez revisado y seleccionado, se añadirá al resto del material. Sería conveniente hacer contacto con otras estaciones de televisión, servicios de información de las embajadas e incluso los archivos de las cinematecas, para ver si hay otro tipo de material filmado que pueda sernos de utilidad, aunque luego decidamos usar un simple **clip** de ocho segundos de duración.

Supongamos que nuestro trabajo de investigación nos ha llevado a reunir ya el material gráfico descrito, que contamos con unas veinte fotografías, tanto en blanco y negro como en color, y unos cinco **filmclips** que, en total, podrían sumar no más de cuatro minutos de duración.

Supongamos también que, en la pequeña biblioteca del departamento de prensa o en alguna otra a la que hemos acudido, han aparecido las siguientes obras:

El enemigo en casa (Barcelona: Ed. Plaza Janés, 1968).

Hacia un mundo nuevo (Barcelona: Aymá, S.A., 1968).

Trece días: La crisis de Cuba (Barcelona: Ed. Plaza y Janés, 1972).

Estas tres obras del difunto senador Robert F. Kennedy pueden servirnos para entresacar algunos de sus pensamientos, conseguir algunas notas biográficas de interés, juicios acerca de su historial político o como simple referencia a su producción bibliográfica. En algún caso, hasta podríamos incluir una breve toma en cámara de sus obras, mezclándolas con recortes de periódicos o primeras planas completas en que destaquen los titulares de la noticia de su muerte en junio de 1968.

Una vez reunido todo ese material, podríamos decidir el **tratamiento** que pensamos darle al tema y al personaje. Es decir, si vamos a hacer una apología del asesinado candidato presidencial demócrata, o simplemente vamos a ilustrar ese hecho o ahondar en sus raíces políticas o históricas, sin mostrar a las claras una posición ideológica determinada. En uno u otro caso, y con ese objetivo a la vista, planificaremos una serie de entrevistas espontáneas, con un **formulario muy definido**, eligiendo bien a los entrevistados, tanto si se trata de figuras políticas connotadas —políticos de la oposición, diplomáticos, literatos, líderes estudiantiles, sindicalistas, simple gente de la calle—, como si recogemos opiniones del pueblo acerca del asesinato de Kennedy en tono sentimental.

Aun antes de salir a la calle a grabar este segmento, podemos tener un **primer bosquejo** o esquema del guión, con indicación, lo más precisa posible, de su duración. Una vez obtenidas las **reacciones** de los entrevistados en videotape —con sonido, claro está—, reelaboraremos el guión, sobre todo los párrafos que leerá el locutor y los que servirán de enlace entre las entrevistas y el material recogido anteriormente.

Supongamos que, en algunos de los segmentos grabados en la calle, uno o dos de los entrevistados han hecho hincapié en el **mito de los Kennedy** o en el hecho de que el partido a que pertenecían ambos ha sido el que más intervenciones militares en Latinoamérica tiene en su haber histórico. La posición editorial del noticiero, que va a patrocinar el programa, tendrá que decidir si se incluyen esos segmentos como crítica válida de una política conocida o se destacan

como punto de apoyo para enfatizar nuestra semblanza de Kennedy como una figura más de esa misma política. Téngase en cuenta que, tratándose de un espacio que se transmitirá a los pocos días del asesinato, hay que observar cierta discreción en las críticas, por muy válidas que sean. Si se trata, por el contrario, de un nuevo aniversario —no importa cuál—, la libertad de enjuiciamiento no tendrá ya ese tipo de trabas, y el reportaje podrá, y hasta deberá, ser más crítico, precisamente por analizar el hecho en perspectiva.

Por último, el estilo mismo del reportaje podrá enfatizar ese o aquel aspecto del biografiado. Por eso, antes de grabarlo definitivamente, convendría hacer un **ensayo en seco** o “dry run”, para poder detectar el efecto final, y así, hacer las modificaciones de último minuto, antes de lanzarlo al aire.

A continuación, incluimos un ejemplo del tipo de programa que hemos descrito hasta aquí, que podrá servir para ilustrar el uso de material de archivo, y puede ser el punto de apoyo para el trabajo de taller de los alumnos.

**REPORTAJE SOBRE LA VIDA DE
ROBERT F. KENNEDY**

VIDEO	TIEMPO	AUDIO
FILM (1)	00:00 00:18	MUSICA; Clarines (Primer Plano) LOCUTOR (OFF): Seis de junio de 1968. Robert Kennedy, el candidato presidencial de la esperanza, agoniza en un hospital de Los Angeles, al tiempo que toda una nación —y hasta un continente entero— ve apagarse la llama que encendiera otro Kennedy en 1961 al pasar la antorcha a una nueva generación.
SUPER	00:48	MUSICA: (Primer Plano) ("Abraham, John, Martin and Bob")
TITULOS		BAJA Y QUEDA
FOTO 1	02:00	LOCUTOR (OFF): "El futuro, —había dicho Robert Kennedy en una ocasión— no pertenece a los que se muestran conformes con el presente, apáticos con respecto a los problemas comunes y hacia sus semejantes, tímidos y miedosos ante las nuevas ideas y los proyectos audaces. El futuro pertenece más bien a los que pueden reunir visión, razón y valor en un compromiso personal con los ideales y aspiraciones de la sociedad".
FOTO 2		
FOTO 3		
PAN (IZQ-DER)		

FADE-IN
FOTO 4

DESENFUQUE
DISOLVENCIA A
FOTO 5
ZOOM-IN LENTO

FILM (2) SOF

03:10

Los hombres no están hechos para gozar de la seguridad. Hace falta correr el riesgo, si queremos alcanzar ese futuro mejor que, quizás, esté más allá del horizonte, pero nunca completamente fuera de nuestro control. Y Robert Kennedy quiso convencernos, con la magia de su optimismo contagioso, que todavía hay esperanza.

SONIDO DIRECTO FILM

MUSICA: SE MEZCLA LENTAMENTE, Y QUEDA.

FOTO 6
DISOLVENCIA
FOTO 7
PAN LENTO

05:10

LOCUTOR (OFF): Robert Kennedy entró en la lucha electoral en 1968, empujado quizás por ese algo mítico, que alguien ha llamado el "Kennedismo", a pesar de correr en paralela con el arrastre de un McCarthy. La juventud norteamericana estaba llena de un ansia incontenible de revisión, de crítica de la sociedad establecida, hastiada ya de una guerra injusta e innecesaria, a la que no se le veía salida.

FOTO 8
FOTO 9
FOTO 10
FOTO 11
FOTO 12

Y Robert Kennedy era el hombre que venía a ofrecer algo nuevo: el liderazgo que hambreada la juventud y el pueblo todo de Norteamérica. Robert Kennedy no era sólo una cara nueva, sino un estilo nuevo de hacer política.

FOTO 13 (ZOOM-IN)

FILM (3) SOF

SONIDO DIRECTO FILM

BAJA Y QUEDA

LOCUTOR (OFF): Había que tomar el pulso a los signos de los tiempos,

FOTO 14 (PP)
ZOOM-OUT a PG

FOTO 15
FOTO 16
ZOOM-IN a PP

CORTE VIDEOTAPE 1
(28")

CORTE VIDEOTAPE 2
(20")

FOTO 17
FOTO 18
ZOOM-OUT a PG

DISOLVENCIA
FOTO 19

FOTO 20
FOTO 21
DESENFUQUE a
FOTO 22

“estudiar el mayor número posible de hechos, intentar no sólo conocer el mundo, sino también transformarlo, cambiarlo, trazar planes, si, bien pensados y calculados, pero realizarlos con rapidez, antes que sea tarde”.

Robert Kennedy tenía ya una larga carrera política. Era senador de los Estados Unidos, había sido procurador general en el gobierno de su hermano John, y tenía pericia y habilidad. Pero, ante todo había nacido político. Había nacido en una familia que no sabía otra cosa que hacer política.

SOT: Entrevista a un profesor de Ciencias Políticas.

SOT: Entrevista ex-Presidente de la República.

LOCUTOR (OFF): El momento político se prestaba para explotar la figura joven de Bob Kennedy. La población joven de Norteamérica quería acabar de un plumazo con las caras viejas y con el viejo estilo de hacer política.

Pero, no sabemos bien aún si no había más que esto detrás de la propaganda que rodeaba a la figura y a la manera de ser del candidato asesinado.

CORTE VIDEOTAPE 3

(3 entrevistas de
18" c/u)

CORTE VIDEOTAPE 4

CORTE (30")

SIGUE VIDEOTAPE

FOTO 23
ZOOM-in LENTO

FOTO 24
FOTO 25
FOTO 26
PAN LENTO
(IZQ-DER)

SOT: Entrevistas a dos líderes estudiantiles y una joven de la calle.

MUSICA: PRIMER PLANO
BAJA Y QUEDA

LOCUTOR (OFF): "Desde cierto punto de vista —había dicho Bob Kennedy—, este es uno de los peores tiempos para vivir, porque es una época de ansiedad, de duda y de peligro. Pero, desde otro punto de vista, esta época ofrece, como ninguna, ilimitados estímulos desafiantes. Se trata de una época dinámica en que la sociedad rompe sus amarras con el pasado y entra en una nueva era histórica".

SOT: Declaraciones de un político de izquierda.
Declaraciones de un periodista.

LOCUTOR (OFF): En varias ocasiones, Bob Kennedy había reconocido los errores de su país en política exterior. "Hemos cometido errores, además, tenemos faltas. Tenemos la verdad de nuestra parte. Pero esto no es suficiente. Debemos mostrar esa verdad y buscar la manera de que los demás la comprendan. Debemos esclarecer con mucha claridad la distinción básica entre el comunismo y el mundo libre. Somos los herederos de la verdadera revolución: la que reconoce que el Estado existe para el individuo y que el individuo no es sirviente del Estado; que vivimos bajo un orden le-

DISOLVENCIA a
FOTO 27
ZOOM - IN a PP

FILM (4)

DISOLVENCIA a
FOTO 28
PP VARIOS ANGULOS,
CON LEVE ZOOM-In,
Y DISOLVENCIA A
SIGUIENTE, HASTA 33

FOTO 29

FOTO 30

gal con todas sus garantías fundamentales de que se dará a conocer la verdad y se protegerá a los ciudadanos de la injusticia y la tiranía”.

MUSICA: “Battle Hymn of the Republic” BAJA Y QUEDA.

LOCUTOR (OFF): La lucha será larga y costosa —había dicho Robert Kennedy. “Ha costado muchas vidas y costará más, y puede ser ganada, pero también puede ser perdida. La decisión es nuestra”.

Parecía haber predicho, con esa frase suya, el sacrificio en que iba a culminar su vida de entrega a una causa.

Robert Kennedy ha muerto, y con él ha desaparecido, o mejor, se ha nublado el horizonte claro de nuestras esperanzas en un mundo mejor. Pero también han cobrado nueva vida los ideales de esa juventud que vio en su sonrisa y en su incansable optimismo al hombre que estaba dispuesto a luchar por la libertad y la justicia, el hombre que estaba del lado de los pueblos desvalidos, el que vibraba con los jóvenes, los amos del futuro. “La juventud —decía Kennedy— tiene hoy una fuerza de huracán, y el mundo del mañana llevará la impronta de sus ideales y de sus propósitos”.

“Nuestra respuesta está en la confianza en la juventud, no como una época de la vida, sino como un estado del espíritu, una disposición de la volun-

236

FOTO 31

FOTO 32

FOTO 33

FUNDIDO

ENCADENADO a

FILM (5)

DISOLVENCIA a

FOTO 13

SUPER

TITULOS (ROLL-UP)

tad, una cualidad de la imaginación, un predominio del valor sobre la timidez, del ansia de aventuras sobre el amor a la comodidad. El mundo que nos ha tocado vivir es un mundo en revolución. Y esta generación ha recibido sobre sus hombros una carga de responsabilidad mayor que cualquier otra generación que haya existido jamás”.

MUSICA (PRIMER PLANO),
MEZCLA CON CLARINES

LOCUTOR (OFF): Robert Kennedy ha muerto. Quizás se ha tronchado una esperanza. Su país y su historia hablarán de él por mucho tiempo. Fue una figura interesante. Quizás un día sea también una figura polémica. La Historia tendrá entonces la palabra.

MUSICA SUBE A PRIMER PLANO

AL CIERRE

El guión que reproducimos, con ligeras variantes fue elaborado por el Departamento de Prensa de la estación HIN-TV (Canal 7), de Santo Domingo (República Dominicana), y transmitido el día 14 de junio de 1969.

En la primera columna de la izquierda, identificada con la palabra VIDEO, están las indicaciones relacionadas con lo referente a la imagen, movimientos de cámara, efectos visuales o uso de film o videotape. Los términos técnicos que se usan son prácticamente los mismos del cine, es decir, DISOLVENCIA, FADE-IN, ZOOM-IN o ZOOM-OUT, PAN o PANEÓ, PP (Primer Plano), PG (Plano General) y FUNDIDO ENCADENADO.

En la segunda columna, identificada con la palabra TIEMPO, se indica el **tiempo acumulado** al iniciarse o concluir cada segmento del programa, en minutos y segundos. En algunos casos, y tratándose de programas de inicio y duración muy precisos, se añade también una columna de tiempo acumulado, pero a partir de la hora exacta de inicio de la transmisión.

Por último, en la columna de AUDIO se incluyen todas las indicaciones de sonido, sobre todo, precisando la **fente de donde se originan**, es decir, MUSICA, LOCUTOR o SONIDO DIRECTO. Cuando aparecen las letras OFF después de LOCUTOR, indica que no sale en pantalla el locutor, sino que solamente se escucha el texto de la narración. También se puede indicar con las siglas VO, que corresponden a las palabras inglesas **Voice Off** o como ya suele decir en castellano **Voz en off**.

Las indicaciones "Primer plano", "Baja y queda", etc., se refieren al volumen del sonido, sobre todo en el caso de la música. Ordinariamente, cuando entra el locutor después de iniciada una pieza musical, se indica, BAJA y QUEDA, para que la voz del locutor domine sobre la pieza que le sirve de fondo.

Cuando el sonido que se escucha proviene de la película o el videotape, se indica claramente en la columna de audio, diciendo SONIDO DIRECTO FILM, o simplemente SOF, es decir, las iniciales de "Sound on Film". De igual manera, en el caso del uso del videotape, se indica SOT, si se usa el sonido directo del videotape, correspondiendo a las palabras inglesas "Sound on Tape".

Los **film-clips** facilitados por los servicios extranjeros de noticias, venían acompañados de un guión detallado, tanto si estaban en versión muda como en versión sonora. Además de las indicaciones de contenido de cada toma o plano, el guión detallaba el **metraje**, es decir, la duración exacta de cada unidad.

El siguiente es un guión correspondiente a un **film-clip** norteamericano del servicio de prensa de la U.S.I.S. (actualmente U.S.I.C.A.), acerca de los usos de los rayos X para detectar la autenticidad de los cuadros.

TITULO: LA RADIOGRAFIA PARA COMPROBAR LA AUTENTICIDAD
DE LOS CUADROS SP.
(Art. Detection)

Metros	Visión	Comentario
0.61	Plano general. Exterior del Instituto Courtauld de Bellas Artes.	Estudiantes "detectives" en el Instituto Courtauld de Bellas Artes aprenden a reconocer cuadros auténticos, procedentes de la "galería de los falsificadores", y practican su restauración a su estado original.
2.13	Primerísimo plano. Cuadro vista móvil a estudiante.	Una solución de acetona disuelve la mugre acumulada por los años, y el retoque es expertamente armonizado con el pigmento original del período.
2.74	Primerísimo plano. Limpiando cuadro.	La superficie agrietada de un cuadro antiguo es difícil de falsificar, y una sección transversal debajo del microscopio muestra la genuina técnica del antiguo maestro al depositar la pintura capa por capa.
3.05	Plano general. Estudiantes.	Los estudiantes "detectives" comienzan con radiografiar el cuadro que se halla en duda.
3.96	Primerísimo plano. Muchacha retocando cuadro.	El enfoque de los Rayos X se concentra sobre la pincelada debajo de la superficie y puede usarse para detectar desde lo que es una indudable falsificación a un ligero retoque o las características de la técnica del pintor.
4.88	Plano medio. Muchacha estudiando superficie del cuadro.	El teatro de "San Pablo" se expone ahora en la Galería Agnew y la radiografía que le acompaña revela dos composiciones más debajo: un retrato de María Magdalena y otro de un artista.
5.79	Primerísimo plano. Tamaño del cuadro aumentado.	
6.10	Plano general. Estudiante con microscopio.	
6.71	Primerísimo plano. Estudiante.	
7.32	Primerísimo plano. Sección transversal del cuadro.	
7.92	Plano general. Estudiantes con equipo de radiografía.	
8.84	Primerísimo plano. Cuadro.	
10.06	Primerísimo plano. Equipo de Rayos X.	
12.19	Primerísimo plano. Cuadro de "San Pablo" en la Galería Agnew Panorámica a radiografía.	
12.80	Primerísimo plano. Radiografía (2 vistas).	

Otra fuente de material de archivo para la preparación de reportaje "de urgencia", son los magazines distribuidos a las estaciones de televisión por los servicios de información de algunas embajadas. Por ejemplo, la embajada francesa distribuía no hace mucho tiempo dos magazines que se usaban con frecuencia en algunos canales como "relleno" de la programación, sobre todo, cuando una transmisión a control remoto tardaba en iniciarse. Esos "documentales" o **revistas de noticias**, de una duración aproximada de veintiséis minutos, pueden servir de base para una interesante filmoteca, puesto que venían acompañados de un guión general y de otro más detallado, en que figura la narración que acompaña a cada una de las noticias de la revista.

He aquí un ejemplo del magazine núm. 128 de **Chroniques de France**, en versión española. Después del contenido del magazine y la duración de cada segmento, aparece el contenido detallado del tercer segmento, según figuraba en esa entrega.

CRONICAS DE FRANCIA

Magazine No. 128

- ARMAN** —Jacques SCANDELARI— 6' 30"
Retrato de un pintor francés que vive en Nueva York: Arman.
- EL OBSERVATORIO DE ALTA PROVENZA
DEL CENTRO NACIONAL DE
INVESTIGACIONES CIENTIFICAS (Francia)** —Max GERARD— 6' 30"
No lejos del Mediterráneo, en las montañas de Alta Provenza, en St. Michel-de-Provence, uno de los cielos más límpidos de Francia, se decidió construir un Observatorio, cuyas cúpulas surgen hoy en medio de un robledal.
- EL "ARBOL DE VIDA"**
Autómata de Jacques MONESTIER —Clovis PREVOST— 6' 30"
Jacques MONESTIER ha creado el "Arbol de Vida", un autómata monumental de 2,70m de alto.
- JEANNE MOREAU** —Renaud de DANCOURT— 6' 30"
Retrato de la actriz Jeanne MOREAU, que acaba de realizar como directora su primer filme de largo metraje: "LUMIERES"
Duración total de la emisión, incluidos los títulos: 26 minutos.

CRONICAS DE FRANCIA

EL ARBOL DE VIDA

En 1975, Jacques MONESTIER, a petición de un aficionado residente en Africa, crea el "Arbol de Vida", autómata monumental de 2 m, 70 de alto.

La imaginación creadora de Jacques Monestier nace del ensueño. . . Quiere hacernos soñar, . . . quiere hacernos penetrar en su mundo irreal y fantástico.

Por la habilidad con que adapta la electrónica, los gatos neumáticos, los programadores, a las extrañas creaciones que nacen de su imaginación, Monestier aporta una dimensión nueva: Con él, la técnica se hace poesía... Y soñamos...

Pero aún mucho más, en lo más hondo de nosotros se conmueve algo de universal: el recuerdo que él despierta de los grandes mitos de la Humanidad... Los símbolos suben de las profundidades de su subconsciente, toman forma, se hacen... León, Manta Religiosa, Ave: la Potencia, la Muerte, el Resurgimiento...

El Arbol de Vida nos habla,... y con el mismo lenguaje simbólico que los grandes mitos del Hombre... Mirémoslo... Escuchémosle...

PREGUNTAS DE REPASO

1. ¿Cómo se identificaban los fragmentos en filme de 16 milímetros o "film clips" al incorporarlos en un noticiero cuando ya no eran noticias recientes?
2. ¿En qué casos específicos puede ser aún de utilidad la filmoteca en un noticiero de televisión?
3. ¿Qué usos puede tener una "videoteca" en la redacción de un noticiero de televisión?
4. ¿En qué casos específicos será preciso echar mano del material de archivo en videotape?
5. ¿Debe prevalecer la "línea editorial" del noticiero por encima de la que reflejan los materiales recibidos de las agencias o servicios de telecable?
6. ¿Qué opciones tienen el jefe de redacción y/o el director del noticiero ante un reportaje extranjero que no se enmarca fácilmente dentro de la "línea editorial" del noticiero local?
7. ¿Qué diferencia hay entre "re-editar" un reportaje y "acotarlo"?
8. ¿Por qué es tan importante que prevalezca el elemento visual sobre el elemento auditivo en un noticiero de televisión?
9. ¿Qué importancia noticiosa tienen un reportaje extenso a propósito de una fecha histórica, transmitido inmediatamente después de un noticiero?
10. ¿Cabría un reportaje de ese formato dentro de la transmisión del noticiero? ¿En qué casos?

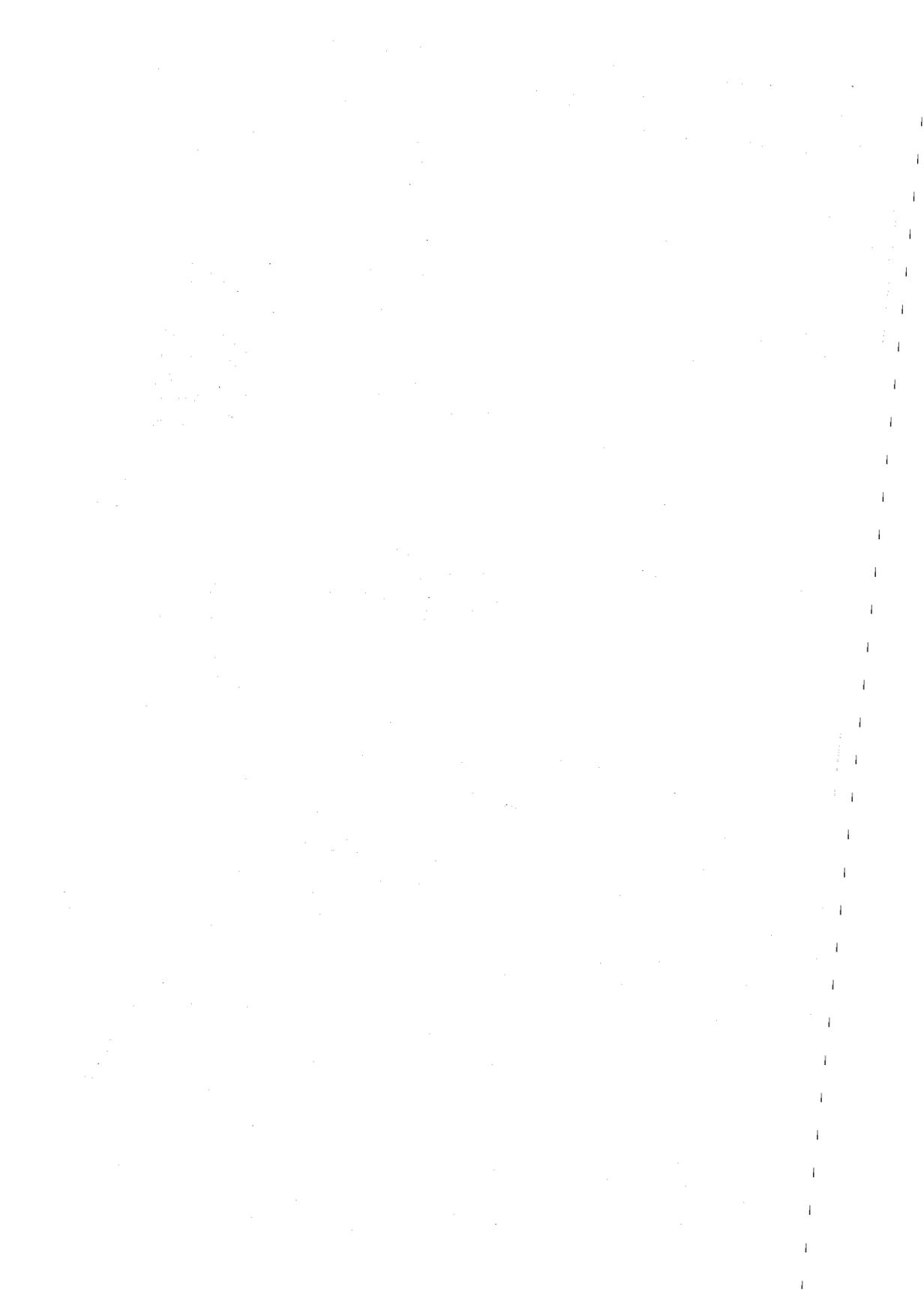
EJERCICIOS

1. Diseñe una producción de no más de seis minutos sobre el aniversario de la muerte de Adolfo Hitler. Haga un breve esquema, a manera de guión literario del reportaje.
2. Sabiendo que el noticiero para el que Ud. trabaja no tiene más que un archivo fotográfico, y una colección de revistas "Life" y "Time" desde el año 1945, diseñe la producción de un reportaje de unos seis minutos acerca del estallido de la bomba atómica en Hiroshima.
3. Prepare un reportaje especial, para transmitirse a continuación del noticiero, sobre la marcha de las elecciones presidenciales.

XII

PRACTICA DEL REPORTAJE





Una vez concluidas las lecciones teórico-prácticas, los alumnos y el profesor dedicarán, por lo menos dos semanas, a la elaboración de trabajos concretos en el área del reportaje y en cualquiera de sus modalidades.

Lo ideal sería poder contar con los recursos de una planta de televisión o un estudio de grabación. Incluso, el curso entero debería ofrecerse en un estudio de televisión, tanto a periodistas en ejercicio como a estudiantes de la carrera que aún no han tenido experiencia de trabajo en el área de la televisión. De ese modo, el manual no tendría necesidad de ilustraciones de ningún tipo, puesto que el estudio, sus facilidades, el equipo técnico y humano, serían la mejor ilustración viva.

En estas dos semanas últimas del curso, el alumno elaborará dos reportajes, al menos, sobre los temas que sugiera el profesor, y que deben ser lo más actualizados posible, y dentro de las posibilidades, tanto técnicas como humanas, con que cuenta el curso y el estudio que utilizan como base de operaciones. Los reportajes, que pueden servir como trabajo final de curso, pueden referirse tanto a temas políticos de actualidad, como a temas triviales, como los que ocupan algunas veces el espacio final de un noticiero. Así mismo el alumno podría elaborar un reportaje especial o un **informativo especial** acerca de las elecciones municipales, congresionales o presidenciales, o un reportaje histórico a propósito de una figura literaria

de renombre que haya fallecido en esos días o haya recibido un galardón especial.

Por último, el trabajo o los trabajos elaborados por los alumnos en esta última fase del curso, servirán de base para el **examen final**, que deberá consistir en una **reunión de trabajo** con todos los participantes, en la que se analicen con detenimiento los trabajos elaborados por individuos o equipos, al tiempo que se repasa lo más importante del curso, tanto en el aspecto teórico como en el práctico.

Por último, cada alumno o grupo de alumnos —si es que se escogió ese procedimiento de trabajo a través del curso—, deberá presentar un **informe de lectura**, de no menos de cinco libros, escogidos de entre los cien títulos de la bibliografía que aparece al final del manual.

RECAPITULACION

Nos acercamos al cierre de este curso teórico-práctico sobre periodismo televisado, y especialmente sobre reportajes para noticieros de televisión.

Hemos analizado modelos de diversa procedencia, calidad, formato y estilo. Sobre ellos, hemos tratado de asentar las bases para la elaboración de un "género" de periodismo informativo más acorde con nuestras necesidades, idiosincrasias y el momento histórico que nos ha tocado vivir.

A base de práctica, lo más concreta posible y con modelos reales, el alumno habrá llegado, por lo menos, a sospechar que el periodismo televisado requiere de preparación seria, y, que en manos desaprensivas puede convertirse en un arma más de dominación cultural.

Después de haber repasado el panorama de la televisión en el mundo y, sobre todo, en nuestro medio no podemos ser tan ilusos como para creer que la mayoría de nuestra población ha traspasado ya las barreras de la radio o la prensa escrita, y ha entrado en la "era de la imagen".

Tampoco nos vamos a dejar deslumbrar por las "profecías" de Alvin Toffler, que aseguraba hace unos años, que "a medida que desaparece la presencia de los seres humanos, unos frente a otros en comunión personal, va surgiendo la **telepresencia**."

Sin embargo, no podemos vivir de espaldas a la realidad de nuestras zonas urbanas, donde cada vez más se difumina la diferencia entre la clase media nacional y la homónima de otro país, de los que consideramos como altamente industrializados.

Frente a las dos realidades, la creciente **desnacionalización** de una clase media urbana, y el estancamiento cultural y económico de

una gran masa de la clase baja, el periodismo de cualquier modalidad —en este caso, el televisado— tendrá siempre un reto al que hacer frente: cómo y de qué informar para ser verdadero eco de la historia en marcha.

Más aún, cómo acercar a los usuarios del medio a la realidad social en que están inmersos y no alcanzan a comprender en toda su **verdad** y dimensión histórica. Y, mejor aún, cómo hacerles comprender el papel que les ha tocado desempeñar en esa coyuntura, a pesar de estar sometidos al bombardeo contínuo de los medios de comunicación.

“Si en el mundo de las comunicaciones de masas —decía Angus Campbell hace unos años— hay una ley de la que pueda uno fiarse, es la que dice que aquellos que tienen más probabilidades de buscar información, son los que están ya mejor informados”. Cuánta verdad encierra esa afirmación, sólo lo sabremos después de estudiar con detenimiento el papel que juegan los medios de masas en una sociedad de clases. Sólo está bien informado el que tiene acceso a los medios, el que cuenta con poder adquisitivo suficiente para poder comprar un periódico matutino y uno vespertino, tener un televisor encolor, suscribirse a un servicio de televisión por cable, y tener distribuidos por la casa varios aparatos de radio.

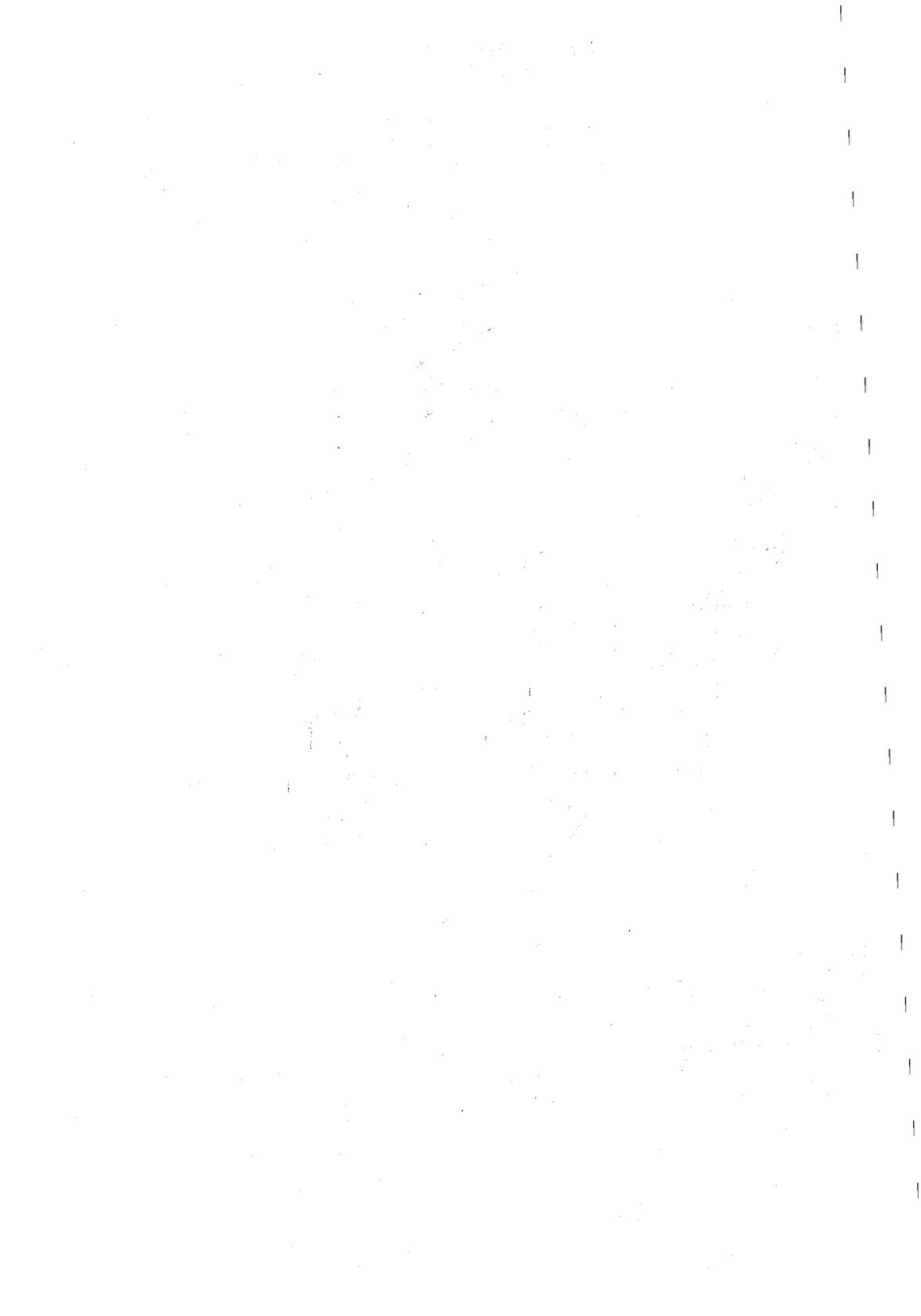
Y ese es el gran reto que se presenta al profesional de la prensa, sobre todo, el que se siente con vocación suficiente para trabajar en un noticiero de televisión. ¿A quién va a informar, de qué, y cómo? ¿Quiénes van a ser —o deben ser— los protagonistas de las noticias y de los reportajes que se incluirán en ese noticiero noche tras noche? ¿Valdrá la pena poner su capacidad profesional y su talento al servicio de una clase social, de un partido político, de unos intereses económicos determinados, en perjuicio del derecho común a la información?

Si el periodismo, como sucede con la novela, la poesía, la historia, y las artes todas, no busca otra cosa que componer pequeños retazos de la verdad, por muy inalcanzable y oscura que parezca, ¿qué misión le espera al profesional del periodismo televisado, sobre todo, en un país que sale apenas del coloniaje, y pugna aún por alcanzar su independencia plena?

Que el dominio y la posesión de estos instrumentos de información, nos comprometan a todos aún más con la búsqueda de la Libertad. El escalón más inmediato es, sin duda alguna, la fidelidad a la verdad. Y eso, y solamente eso, debe ser el periodismo.

APENDICES

1. Vocabulario Técnico de la Televisión
2. Suplemento al Vocabulario Técnico
3. Indicaciones Manuales para Televisión
4. Bibliografía.



APENDICES

1. Vocabulario Técnico de la Televisión
2. Suplemento al Vocabulario Técnico
3. Indicaciones Manuales para Televisión
4. Bibliografía.

VOCABULARIO TECNICO DE LA TELEVISION

ANGULACION

Posición de la cámara con relación al objeto o persona filmado. En realidad, ángulo es la inclinación del eje óptico respecto al plano horizontal. La angulación es **normal** cuando la cámara se sitúa en la misma línea imaginaria del horizonte. Es **alta** cuando la cámara se sitúa por encima de esa línea. En ese caso, a la angulación se la denomina descendente, y al ángulo de toma **picado**. La angulación es **baja** cuando la cámara se sitúa por debajo de la línea del horizonte. En este caso, se llama ascendente, y el ángulo de toma **contrapicado**.

ARCHIVO

Colección de fotografías filmes o videotapes, que se conservan en los canales de televisión o en las redacciones de los noticieros, y que se utilizan como documentación o "background" en la elaboración de algunas noticias que requieren de una visión retrospectiva. Se denomina **material de archivo** a cualquiera de los arriba mencionados.

ASINCRONISMO

Falta de coincidencia entre la imagen y el sonido —ya sea en el cine o en la televisión—, ya sea producto de la capacidad expresiva del medio o simplemente, consecuencia de defectos técnicos. La música, el comentario hablado, los ruidos o voces, cuya fuente u origen no se ven simultáneamente en el cuadrante de la pantalla, son casos de asincronismo.

BARRIDO

(En inglés: **wipe**) Un procedimiento óptico de transición que sustituye en el cine o la televisión a la disolvenca, para resolver el problema del cambio de tiempo o espacio. Ordinariamente, una imagen que aparece en la pantalla va **barriendo** longitudinalmente o en diagonal a la imagen anterior.

CAMARA

Aparato electrónico que traduce a señales eléctricas la imagen recibida por el objetivo. Se compone de un tubo tomavistas y su preamplificador, un visor y un objetivo parecido a los usados por las cámaras de cine. El objetivo forma una imagen invertida de la escena sobre una placa metálica rectangular, llamada **placa señal**, que tiene una conexión al exterior. Sobre esa placa se extiende una hoja finísima de mica, revestida de un mosaico de células fotoeléctricas aisladas unas de otras. Bajo la acción de la luz, cada célula emite un número de electrones proporcional a la intensidad luminosa.

Una rayo catódico, salido del cañón electrónico, barre la superficie de la placa sensible, línea tras línea y de arriba abajo. Es lo que se llama **análisis de la imagen**. El rayo, que es conductor, cae sobre una de las células del mosaico y crea una corriente proporcional a la claridad del punto. Esta corriente produce, en una resistencia, una diferencia de potencial, naturalmente muy débil, que es amplificada y constituye la **señal visión** que se transmite. Esta señal, proporcional a la claridad, constituye la **información luminosa**.

CAMAROGRAFO

Persona que opera la cámara, tanto en el estudio y en la transmisión en vivo, como en la grabación de reportajes fuera del estudio.

CATV (COMMUNITY ANTENNA TELEVISION)

Nombre que se le da a cualquier sistema de televisión por cable o **teledistribución**, establecida en EE.UU. a finales de la década de los años cuarenta, con el fin de hacer llegar, con nitidez y potencia, las señales de estaciones de televisión establecidas a grandes distancias del lugar de recepción.

COMERCIAL

Cualquiera de las **cuñas** o **film-lets** de anuncio, que se intercala en

cualquier transmisión de televisión, para anunciar un producto o promover un programa.

CONTROL REMOTO

Transmisión realizada fuera del estudio de televisión, mediante el uso de una unidad móvil. Las señales captadas por la cámara, son transmitidas al estudio central mediante una repetidora o relé hertziano.

CORTE

(En inglés: **cut**) Paso de una escena a otra o de un plano a otro, sin ningún efecto óptico especial. La transición eléctrica de una cámara a otra, mediante la manipulación del panel de control, es un ejemplo común de **corte**, semejante al que se hace en el cine, mediante el empate de dos tomas.

CREDITS (Ver TITULOS)

DIRECTOR

Técnico que dirige la transmisión de un programa de televisión o la grabación del mismo. A veces, está acompañado de un **director técnico** que manipula el panel de control y pone en práctica las indicaciones técnicas del director.

DISOLVENCIA

(En inglés: **Dissolve**) El proceso de fundir un plano o toma, en su gradual desaparición o en su mezcla, con el siguiente. Si las dos tomas permanecen un tiempo juntas, el procedimiento se denomina **superimposición**.

EDITOR

El técnico responsable del montaje o edición de cualquier material grabado en videotape. También se denomina con ese término al aparato electrónico que realiza la operación de edición de los segmentos grabados en videotape.

ENCUADRE

Porción de la escena o de la realidad, incluida en los límites de la pantalla o del visor de la cámara. El encuadre depende esencialmente de la angulación y el tipo de plano empleado.

ENTREVISTA

Como en el caso del periodismo escrito, una de las formas de información que recoge un diálogo del periodista con un personaje. Ordinariamente, la entrevista forma parte de una transmisión más extensa de información que se denomina **noticiero**, aunque también son entrevistas las que constituyen el punto central de los programas de panel.

ESCENARIO

Conjunto de elementos que componen el decorado del estudio de televisión para la realización de un programa cualquiera. Por analogía, se denomina escenario al lugar en donde se realiza una grabación destinada a incorporarse en la transmisión de un programa de televisión.

FILMOTECA

Colección de películas o segmentos de ellas, principalmente de carácter informativo, que constituyen el material de archivo de un canal o noticiero de televisión.

FUNDIDO

Ennegrecimiento gradual de la imagen en la pantalla, en la transición de una escena a otra. Se denomina **fundido inicial** (en inglés: **fade in**), cuando la escena pasa de la oscuridad a la luz, y **fundido final** (en inglés: **fade out**), cuando la pantalla pasa de la luz a la oscuridad. En el caso de la televisión en color, el fundido puede hacerse también mediante un cambio en el color.

GUION

Manuscrito que contiene las indicaciones técnicas para la transmisión o filmación de un programa de televisión. Cuando se trata de un programa informativo, el guión incluye tanto el texto leído por los locutores, como las entrevistas grabadas en videotape y los cambios de una escena a otra o de un procedimiento técnico a otro.

ICONOSCOPIO

(En inglés: **iconoscope**) Tubo electrónico que constituye el elemento esencial de una cámara de televisión. Tiene una célula fotoeléctrica compuesta en un elevado número de pequeños elementos, sobre la cual se proyecta la imagen óptica, y cada uno de los microelec-

trodos es explorado, en cuanto a su carga eléctrica, por un delgado haz electrónico en el orden de las líneas sucesivas al ritmo del **barrido** o exploración.

INSTANT REPLAY

Procedimiento técnico que permite la repetición de una imagen o acción unos segundos después de haberla visto en la pantalla, ya sea a la velocidad normal o fragmentándola, mediante el paso de la cinta grabada a menor velocidad.

LOCUTOR

Como en la radio, persona que lee o presenta las noticias o cualquier programa de televisión. Aunque en la mayor parte de los casos, no es un periodista profesional, para los efectos legales, algunos países lo incluyen dentro de esa categoría profesional.

MAGAZINE

Chasis para cinta de grabación de televisión, denominado también **video-casette**, en cualquiera de los formatos comerciales que se fabrican en la actualidad: Betamax (1/2 " de ancho), VHS (1/2 " de ancho) y U-Matic (3/4 " de ancho). También se denomina **magazine** a un programa noticioso en forma de revista, ya sea en el estilo del periodismo analítico o como simples variedades.

MAGNETOSCOPIO (Véase VIDEOTAPE)

MONTAJE

(En inglés: **editing** o **cutting**) Operación de reunir las tomas realizadas en exteriores o en el estudio, mediante el proceso de grabación, sincronizarlas con la banda sonora, y ordenarlas en la correlación y metraje previstos por el guión, de una manera similar a la del montaje cinematográfico. A esta operación, realizada mediante la ayuda de un editor electrónico, se la denomina también **edición**.

NOTICIERO

Llamado también **noticario**. Es una transmisión que, con carácter informativo, no necesariamente analítico, presenta periódicamente las noticias y acontecimientos filmados de la actualidad. También se denomina noticiero a un conjunto de noticias de actualidad orde-

nadas por secciones o rubros (nacional, internacional, deportes, etc.), que se repite una o dos veces al día.

PANORAMICA

Movimiento de la cámara consistente en el giro del aparato sobre su eje. Según sea la dirección del movimiento, se le llamará **panorámica horizontal** o **panorámica vertical**, aunque algunos llaman a esta última **tilt**. El término se abrevia en el argot técnico con la palabra **Pan**, y se castellaniza en **Paneo**:

PLANOS

Distintos tipos de fotogramas con arreglo a los distintos emplazamientos de la cámara o el lente empleado. Los tipos más comunes de planos son los siguientes:

Plano de conjunto: (En inglés: **long shot**) Abarca la visión completa de un lugar o decorado. Si inicia una escena, dejando establecida la relación que existe entre los detalles que después intervendrán en la acción, o entre los personajes protagonistas de la misma, se llama plano de situación (en inglés: **stablishing shot**).

Plano medio: (En inglés: **medium shot**) Abarca el medio cuerpo superior de los actores. Sirve de unión o transición lógica entre el plano de conjunto y el primer plano.

Primer Plano: (En inglés: **Close-Up**) Tiene un significado relativo, y su cometido es acentuar la expresión o el detalle a expensas de la acción total. Cuando se refiere a un solo personaje, suele mostrar cabeza y parte de los hombros. En un grupo, el primer plano abarca la máxima cercanía que permita la inclusión en campo o encuadre de todas las cabezas.

Plano Americano: Término con que designaban los cinematografistas franceses al **plano medio** utilizado por los cinematografistas norteamericanos, y que comprendía más del medio cuerpo superior de los actores, es decir, desde un poco más arriba de la rodilla.

Algunos autores incluyen también el **Primerísimo Plano**, cuando se trata de un primer plano más cercano, y el **Plano general**, que es el mismo **Plano de conjunto** ya descrito.

PRODUCTOR

Lo mismo que en el caso del cine, la persona responsable de la inversión económica necesaria para la producción de un programa de televisión. Por analogía, se denomina productor, sobre todo en programas de menor cuantía —tanto en radio como en televisión—, al locutor o presentador del mismo. En el caso de los noticieros, el productor es el representante de la empresa que financia y produce el programa.

REPORTAJE

Espacio documental, que forma parte de una transmisión noticiosa o noticiero, y que presenta algún aspecto de la realidad, filmado en el mismo lugar en que se desarrollan los hechos. Aunque suele decirse que es de corta duración, eso depende del material base de la noticia y la importancia que se le quiera dar a la misma en el conjunto del noticiero.

SET

Una construcción artificial o decorado que se emplea en la transmisión o la grabación de un programa de televisión.

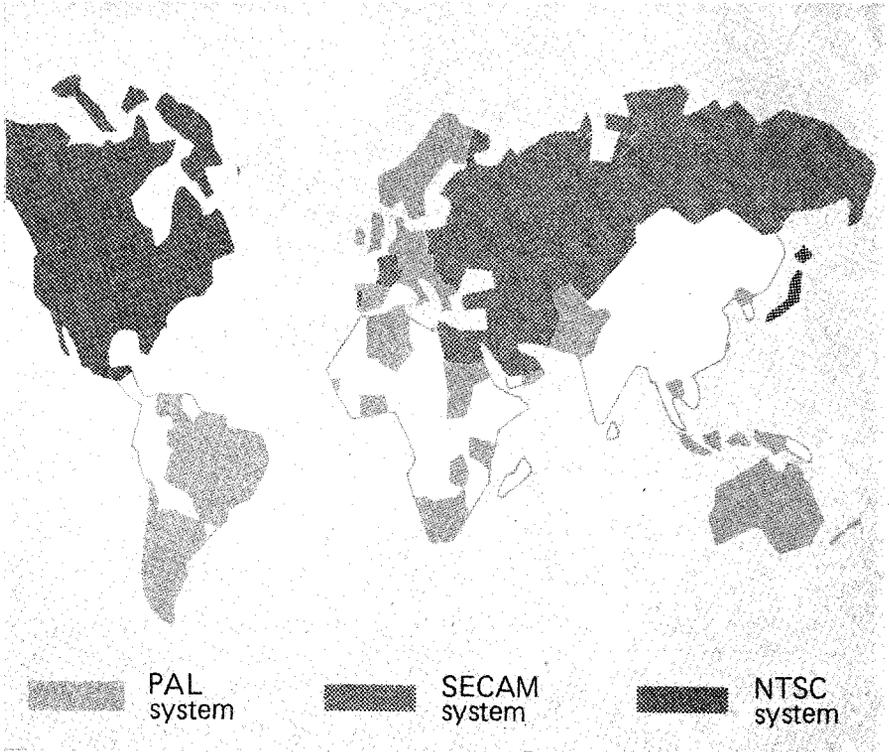
SISTEMAS DE TELEVISION

Además de los procedimientos de transmisión de televisión vía satélite y por cable, existen tres sistemas de televisión en color en la actualidad, que se conocen por las siglas PAL, SECAM y NTSC.

El sistema PAL (**Phase Alternate Line**), fue desarrollado por Walter Bruch para la empresa alemana Telefunken. Permite el paso de 25 cuadros por segundo en una pantalla que tiene una **resolución de imagen** de 625 líneas. Ha sido adoptado por España, Gran Bretaña, Italia, Australia, Brasil y otros países.

El sistema SECAM (**Séquential couleur à mémoire**) fue inventado por el técnico francés Henri de France, y tiene también una resolución de 625 líneas, enviando una señal de color a continuación de otra. Ha sido adoptado, por supuesto, en Francia, y además lo usan los países de la Europa del Este y la Unión Soviética.

Por último, el sistema NTSC (**National Television System Committee**), es de fabricación norteamericana, que tiene una resolución de



Distribución de los tres sistemas de televisión en todo el mundo.

525 líneas solamente, y treinta imágenes por segundo. Es uno de los sistemas que sufre más distorsiones en la transmisión, y obliga al receptor a ajustar con frecuencia los controles de color. Es el sistema usado en los Estados Unidos y en la mayoría de los países que utilizan equipo norteamericano.

SPOT

Película publicitaria para cine o televisión, que no rebase los quince segundos de duración. Tanto si es hecha en celuloide como en videotape, se denomina, además **Filmlet** o simplemente **comercial**.

SUPERIMPOSICION

La transmisión simultánea de dos o más tomas, captadas por otras tantas cámaras. Pueden combinarse, a veces, un plano medio y un primer plano de una cantante en un programa musical, aunque durante breve tiempo. El caso más común de superimposición o "sobreimpresión" es la adición de subtítulos que identifican a una persona en la parte inferior del fotograma o pantalla.

SVR

Super Video Recorder. Un nuevo sistema de grabador de cassette patentizado por la casa Grundig.

TELECINE (En inglés, "FilmChain")

Aparato diseñado para transmitir películas por televisión, compuesto de un proyector de cine y una cámara de televisión acoplada al proyector con un sistema de espejos. Ha caído en desuso, una vez introducido ampliamente el sistema de videotape portátil.

TELEDIARIO

Programa de información general, transmitido por televisión cada cierto tiempo, e incluso varias veces al día. Consta de secciones fijas (nacional, internacional, economía, deportes, sucesos, etc.).

TELEDISTRIBUCION

Transmisión de televisión mediante un cable a numerosos receptores o aparatos de televisión, evitando la antena receptora y, por tanto, las interferencias. Se utiliza, sobre todo, en ciudades populosas y de edificaciones muy altas, por los constantes obstáculos que encuentra la señal de televisión en su camino.

TELEPROMTER

Un aparato, también denominado "apuntador mecánico o electrónico", que se sitúa junto o sobre las cámaras de televisión, para ayudarle al locutor de noticias o animador de programas de variedades, en la lectura de un texto predeterminado. Es empleado con profusión en los noticieros modernos de televisión .

TELELVISION

Transmisión y recepción a distancia y por vía eléctrica de imágenes. Se basa en la conversión de informaciones ópticas en señales eléctricas, descubierta por G. R. Carey en 1873, entre otros. La televisión se inició en 1934, simultáneamente en la Gran Bretaña y Estados Unidos, aunque el verdadero impulso lo recibió en 1923 con el invento del **iconoscopio** por parte del físico soviético Vladimir K. Zvorykin, trabajando entonces en los Estados Unidos.

TELEOPTICAN

Procedimiento para incorporar ilustraciones, transparencias, diapositivas, fotografías, etc. en el fondo del decorado de un noticiero, detrás del locutor, para ilustrar la noticia correspondiente. La proyección se hace por detrás de una pantalla translúcida. Aunque el ojo humano no ve la imagen proyectada por detrás de la pantalla, colocada detrás del locutor, la cámara de televisión, más sensible a la luz que llega en línea recta, capta en toda su intensidad la proyección.

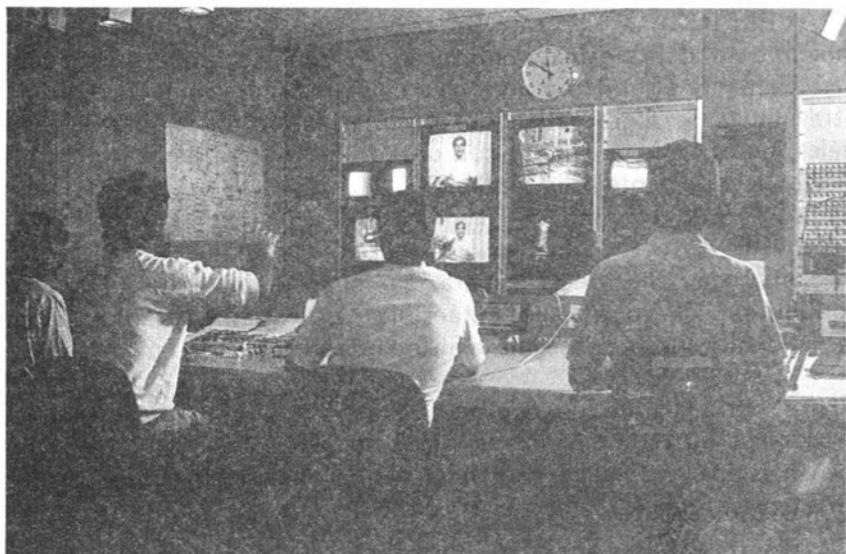
Actualmente ha caído en desuso este procedimiento, y se ha sustituido por el método **Chroma-key**, que consiste en incorporar al encuadre, aprovechando un espacio lateral, a la derecha o la izquierda del locutor, la imagen captada por otra cámara o transmitida por otra "fuente" (videotape o telecine), aprovechando la "trasparencia" del color azul o sus compuestos y derivados.

TOMA

Cada una de las imágenes captadas por la cámara ininterrumpidamente, no importa que sea en movimiento o estática.

TRANSPARENCIA

La imagen proyectada por medio del procedimiento denominado "Teleoptican" o similar, utilizando un proyector de diapositivas conectado al "telecine". Se denomina también en inglés "Back projection" o "Rear projection".



Salas de controles del centro de Valladolid de Televisión Española (TVE), y modelo de un estudio portátil o unidad móvil fabricado por Rohde & Schwarz en Alemania. ●

TRAVELLING

Movimiento de la cámara, junto con el soporte a que está unida, paralelamente al objeto o persona en movimiento. El movimiento de "travelling" se logra valiéndose de una plataforma montada sobre rieles, en el caso del cine, o con un "dolly" que se desliza sobre un piso suficientemente sólido y llano.

TRIPODE

Mecanismo auxiliar de la cámara, que sirve para su sustentación y equilibrio. Tiene tres brazos extensibles, ordinariamente, que pueden ser graduados hasta conseguir la altura que se desee.

UHF ("Ultra High Frequency")

Frecuencia de radiodifusión y televisión, entre los 300 y los 3.000 megahertzios, empleada para las transmisiones de televisión de los canales comprendidos entre el 14 y el 83.

UNIDAD MOVIL

Vehículo y equipo portátil de una estación de televisión que se desplaza con las cámaras para la transmisión en vivo de un evento. Las cámaras enlazan con el vehículo por medio de un cable, y por medio de microondas se envía la imagen al control central de la emisora, desde donde se difunde al aire.

VCR

Video Cassette Recorder. Abreviatura que se usa para designar a cualquier tipo de grabador de video en cassette. También se emplea para referirse concretamente a los equipos lanzados al mercado por las casas Philips y Grundig, que funcionan tanto en el sistema normal como en el denominado VCR-longplay. Las iniciales VCR se emplean, sobre todo, en los guiones de noticiero para indicar el momento en que entra en funcionamiento esa unidad con un reportaje grabado.

VHF ("Very High Frequency")

Frecuencia muy elevada, de 30 a 300 megahertzios, empleada en las transmisiones de televisión, que comprende los canales entre el 2 y el 13.

VHS ("Video Home System")

Un sistema de videocassette empleado por las firmas japonesas Matsushita, JVC, Akai, Hitachi, Mitsubichi y Sharp. El cassette de este sistema, incompatible con el normal y el denominado "Beta-max", tiene una longitud de 128 metros o 420 pies, y puede funcionar en tres velocidades.

VIDEO 2000

Un nuevo sistema de grabación lanzado al mercado por las firmas alemanas Grunding y Philips, que usa solamente la mitad de la cinta en una dirección, y la otra mitad al poner la cinta en sentido contrario, de un modo semejante al empleado por las cintas de audio.

VIDEOTAPE ("Magnetoscopio")

Aparato grabador de imagen y sonido en una cinta magnética de material plástico, que antiguamente tenía unos cinco centímetros de ancho, y comenzó a fabricarse en 1956 por la empresa norteamericana Ampex Corporation. Actualmente, a nivel profesional, se emplea un cassette de un máximo de una hora de duración, que se denomina "U-Matic", y tiene un ancho de 3/4 de pulgada. También se denomina "videotape" a la cinta que emplean el "magnetoscopio".

VIDEOTECA

Archivo de cintas de videotape en el departamento de documentación de un noticiero de televisión. La calidad de la grabación se deteriora al paso del tiempo, sobre todo si las condiciones ambientales no son favorables (calor, humedad, etc.), y si se trata de grabaciones en color, el deterioro es más notorio que en blanco y negro.

VISOR

Dispositivo colocado en la parte superior o lateral de la cámara, que se usa para determinar la posición de la misma y los encuadres. La imagen se logra gracias a un pequeño televisor en blanco y negro que se proyecta mediante un espejo fijo que permite ver la imagen lo más cercana posible a ojo del camarógrafo. Con ese sistema, el enfoque puede ser lo más exacto posible y permite graduar el diafragma y la distancia exacta, a fin de obtener la adecuada profundidad de campo, es decir, el margen dentro del cual los objetos aparecen con nitidez en la pantalla.

VOZ EN OFF

También se denomina en inglés, "Voice Over" o simplemente "Voice Off", cuando la voz que se escucha en la banda sonora, tratándose del cine, o a través del altoparlante, si se trata de la televisión, no corresponde a la imagen que se ve en la pantalla. Así sucede con la voz del narrador o locutor en un reportaje grabado. Tratándose del cine, la "voz en off" es uno de los casos de asincronismo.

VTR ("Video Tape Recorder")

Término genérico que designa a todo tipo de grabador de video, tanto de cassette como de cinta grande, es decir, la denominada "open-reel". En Japón, sin embargo, el término VTR se usa exclusivamente para referirse a los grabadores de cassette en cualquiera de sus formatos.

WHITE BALANCE

Se denomina así a la operación, previa a la grabación en videotape, que consiste en "balancear" los colores azul y rojo, mediante la manipulación de los controles correspondientes en la cámara de televisión, frente a una pared o cualquier objeto blanco iluminado. Si no se hace esta operación del "balance blanco", no es posible captar las imágenes con colores lo más fieles al original.

WIPE (Véase BARRIDO)

ZOOM

Un lente denominado también "Transfocador" o "Pancinor", que consiste en un objetivo de foco variable que permite realizar un **travelling** óptico de un plano más cercano a otro más alejado o viceversa, sin discontinuidad y sin cambiar de objetivo. Se puede usar también como **teleobjetivo** por su gran distancia focal. Se denomina "zoom", asimismo, al movimiento de acercamiento ("Zoom-in") o de alejamiento ("Zoom-out" o "Zoom-back") respecto al objeto captado por la cámara.

SUPLEMENTO AL VOCABULARIO TECNICO

ANCHORMAN

Término inglés, que designa en radio y televisión al editor responsable de un programa informativo que presenta las noticias en pantalla, y tiene plenos poderes y responsabilidad para dirigir la labor de redactores y reporteros. Se le llama también en inglés "managing editor". En otros países, hace sus veces el director del noticiero, que nunca aparece en pantalla leyendo las noticias.

ANUNCIADOR (Véase "locutor")

Si se trata de un programa de variedades, se le denomina también "animador" o "presentador".

AUDIO

Tanto en televisión como en radio, todo lo relativo al sonido. En el guión de televisión, columna de la derecha en que se especifica el diálogo, el texto de una noticia, los sonidos y las ilustraciones musicales.

AUTO-CUE (Véase "Teleprompter")

Dispositivo mecánico que ofrece al locutor de noticias o al animador de un programa el texto que debe leer o recitar ante las cámaras.

BALOP

Forma apocopada de "Balopticon", de Bausch y Lomb. Es un apa-

rato que sirve para proyectar en pantalla transparente o traslúcida diapositivas de cuatro por cinco pulgadas. Se denomina también así a la diapositiva que se proyecta. Véase también "Telop" o "Telop-ticón".

BETA

Un sistema de video cassette de tamaño reducido y dos horas de duración, usado por las firmas japonesas Sony, Toshiba, Sanyo, Nippon Electric y otras. Se conoce más comúnmente por "Betamax".

BOOM

Brazo telescópico montado sobre una plataforma rodante, que lleva en su extremo un micrófono polidireccional que se usa en los estudios de televisión, y se coloca por encima de la cabeza del locutor, de tal manera que no se vea en el encuadre.

CANS

Se denomina en inglés a los auriculares que se usan en televisión para comunicarse las señales y órdenes los técnicos del estudio con los que están en el control. También se llaman "intercomunicadores".

CHROMA KEY

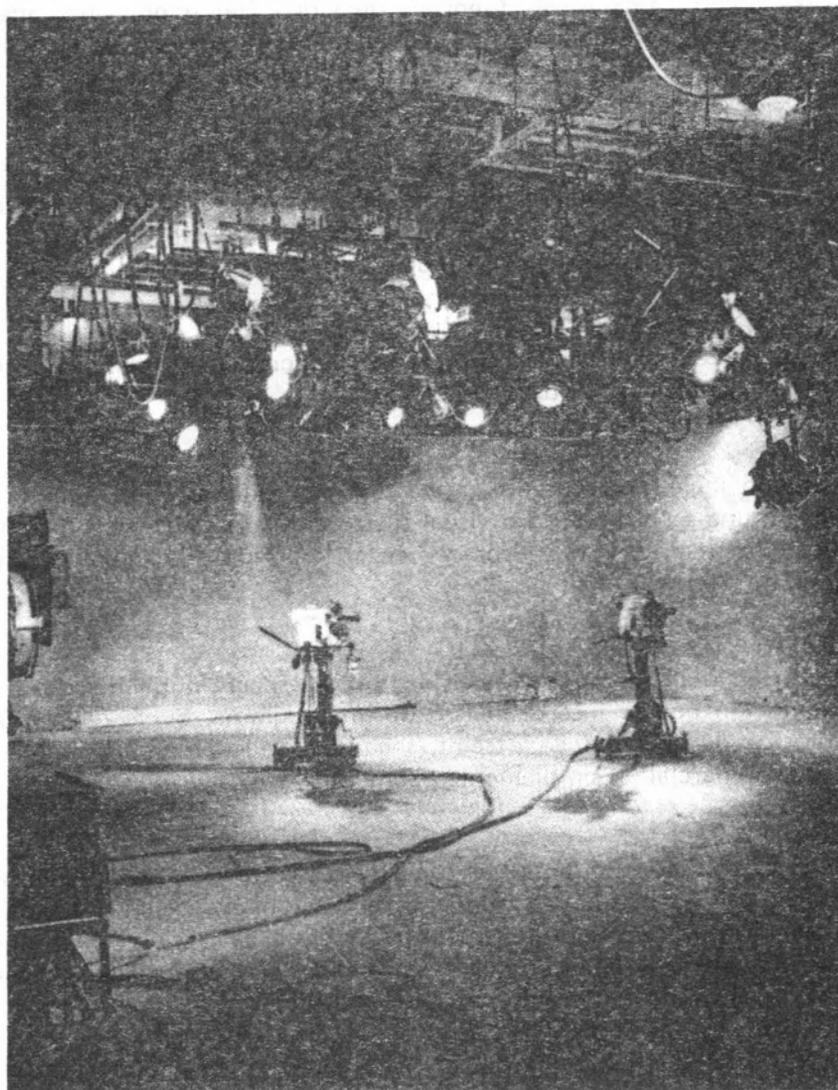
Técnica de incrustación de imágenes en una pantalla de color azul o uno de sus derivados, colocada detrás de los locutores en el estudio de televisión. Desde el control se puede proyectar en ella una diapositiva o foto fija, una película o un segmento de videotape, mediante una sobreimpresión de la imagen. Véase también "Telops" o "Teleop-ticón".

CICLORAMA

El telón o el muro vertical que rodea la mitad del estudio de televisión, con el ángulo de unión al suelo redondeado, para así borrar el horizonte en una toma en la que se desee dar la impresión de más profundidad.

CONTROL ROOM

Sala donde se reciben las imágenes captadas por las cámaras de televisión y los sonidos captados por los micrófonos, y donde se mezclan las señales y se vigila la calidad audiovisual del programa que se graba o transmite. Consta de una consola o mesa de onctrol y tantos moni-



El Estudio 2 de la Radio Televisión Francesa (RTF) en París. Las cámaras están montadas en un dolly, y la pared de fondo tiene un leve ciclorama.

tores como cámaras o "fuentes" de video (tele-cine, videotape) existan en la emisora, más uno, donde se controla la calidad de la imagen transmitida al aire, además de los controles de sonido.

CRONOMETRAJE

Medida del tiempo de las noticias, tanto leídas como grabadas, para que quepan holgadamente todas en el espacio del noticiero, según lo previsto en el guión. Se denomina a esta operación también "minutado" o simplemente "control de tiempo".

CRT ("Cathode Ray Tube")

En el contexto de la televisión, y más concretamente del video, se refiere a la imagen o al tubo de televisión.

CUE

Término inglés, pero usado ampliamente en muchos países, que designa a una señal acústica o visual (gesto con las manos, etc.) que indica el momento en que debe comenzar la acción o la locución para grabar o para salir al aire.

CUÑA

Tanto en radio como en televisión, breve espacio publicitario o de promoción que se inserta dentro de un programa. Suele tener una duración de unos quince a treinta segundos. Se le denomina también "cuña comercial" o simplemente "comercial".

DECALAJE

Tiempo transcurrido entre la toma en directo y la emisión de la imagen y el sonido por la antena. En televisión, el decalaje o demora suele ser de varios segundos, según la longitud del "bucle" de la cinta del videotape donde se graba el programa para controlar un sonido o una imagen inconveniente.

DOLLY

En inglés, una pequeña grúa o trípode con ruedas, que puede elevar una cámara de televisión a determinada altura para conseguir determinados encuadres o seguir a una persona en sus desplazamientos a través de estudio.

EMISION

Tiempo en que un canal o emisora de televisión o de radio está en funcionamiento al día. También se denomina así al envío de un programa determinado al aire, o al espacio de un noticiero que tiene varias ediciones al día. Así, se puede hablar de "emisión matutina" y "emisión verpertina" o nocturna del mismo noticiero.

FLIP CARD

Cartón de las mismas proporciones de la pantalla de televisión que contiene un anuncio, la identificación de la estación o cualquier aviso, y que se coloca frente a una de las cámaras en el estudio, colocado sobre un atril vertical. Al flip-card que identificaba la estación antes de salir al aire, se le denominaba "carta de ajuste".

HALO

Fuerte contraste entre una figura y su entorno, que crea una aureola o halo negro en torno a una imagen clara o viceversa, sobre todo, en la televisión en blanco y negro.

IDENTIFICACION

Nombre, letras, números o siglas que sirven de identificación a una emisora o canal de televisión, que se usan al final o al inicio de un programa o en cualquier otro momento de la transmisión. En inglés se conoce como "Station Call Letters".

INCRUSTACION (Véase "Chroma Key")**INLAY**

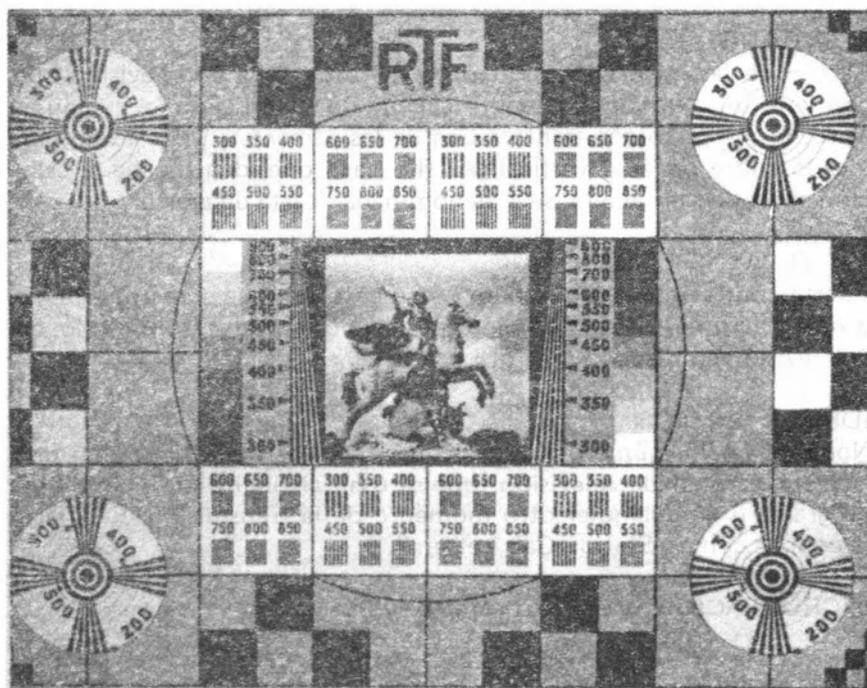
Término que, en inglés, designa al trucaje electrónico de televisión por medio del cual se inserta una imagen pequeña, captada por una cámara, dentro de la imagen captada por otra. Véase también "Overlay".

LAVALIER

Micrófono pequeño, que se cuelga al cuello del locutor o se prende en la solapa de su chaqueta. También se denomina a veces "Chest Mike" o micrófono de pecho.

MONITOR

Tubo receptor en el estudio o en el control de televisión, para com-



Patrón de ajuste de la Radio Televisión Francesa (RTF), que permitía a los ingenieros de la estación controlar la calidad de la imagen antes de iniciar las transmisiones del día, y a los usuarios, comprobar la recepción de la señal en su televisor.

probar la calidad de la imagen que se está transmitiendo. También se denomina así al aparato que se emplea para controlar la calidad de la imagen en una grabación fuera del estudio, y que se conecta directamente con el grabador.

ORTICON

En una cámara de televisión, el tubo que capta y amplifica la señal de video, y que se mueve hacia atrás y hacia adelante para captar y enfocar la imagen. Se denomina también "Orthinoscope" u "ortinoscopio", y fue inventado en 1939 por Jams y Rose.

SATELITE

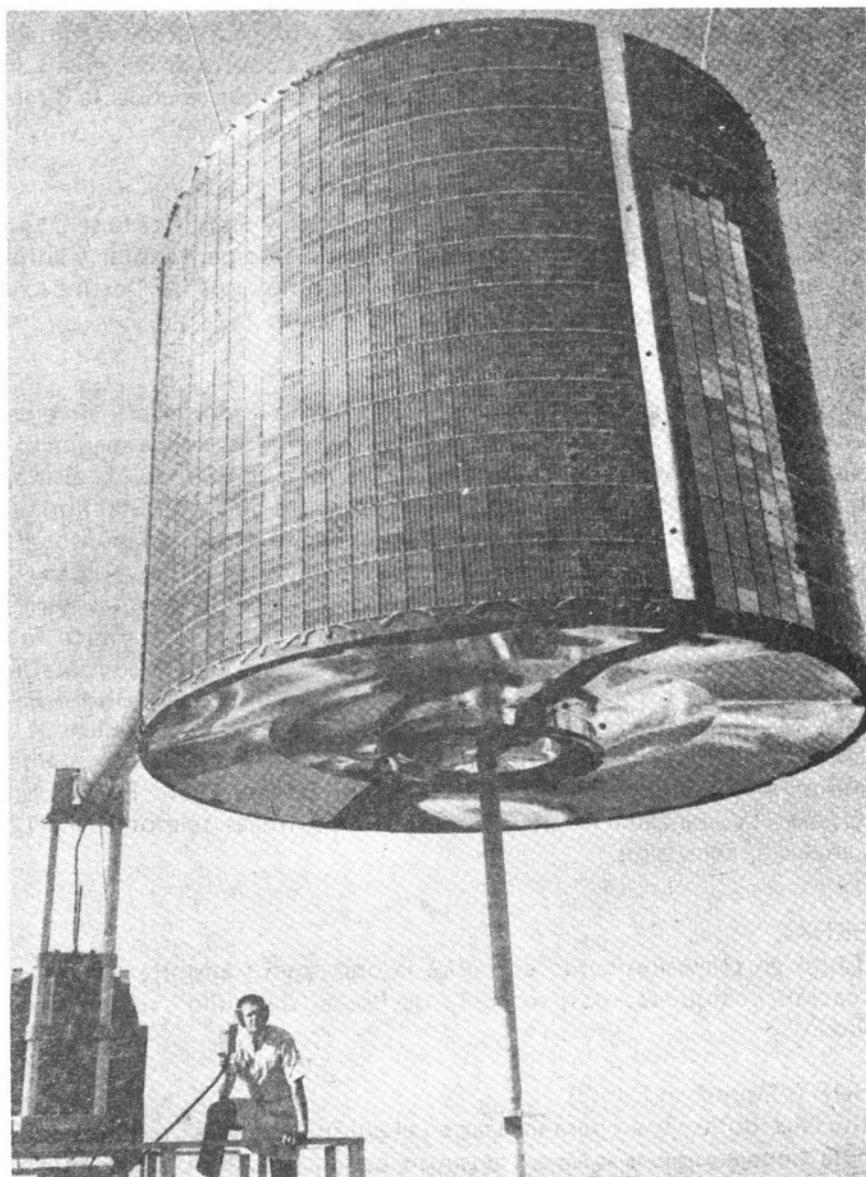
Dispositivo de transmisión que gravita en torno a la Tierra y sirve de enlace para captar o transmitir imágenes y sonidos. Puede ser **sincrónico**, si está fijo sobre un punto de la Tierra, a 36.000 km. de altura, o **asincrónico**, si tiene una órbita elíptica, entre 500 y 40.000 km. de altura, sobrevolando cada cierto tiempo sobre el mismo punto. El primer satélite para las comunicaciones mundiales fue el **Eco I**, lanzado por los Estados Unidos en 1960, seguido por las series **Telstar** y **Relay**, en 1962 y 1963. El primer satélite sincrónico fue el **Syncom I**, lanzado a órbita en 1963. El consorcio Comsat-Intelsat puso en órbita sobre el Atlántico el satélite **Early Bird** o Pájaro Madrugador en abril de 1965, con 240 líneas telefónicas. La Unión Soviética lanzó el mismo mes de abril de 1965 su satélite **Molniya I**, seguido de **Molni II** y **Molni III** en 1966. Por fin, el **Intelsat IV**, lanzado en 1971, enlaza 6.000 líneas telefónicas y 12 canales de televisión.

SEÑAL

Tanto en televisión como en radio. la onda que transmite una información cualquiera. Así, se habla de "señal de audio" o "señal de video".

SOF ("Sound on Film")

Iniciales que se usan para indicar en el guión de televisión que la película tiene sonido y se va a transmitir así en televisión. Desde que se usa el videotape, las iniciales se han cambiado por SOT ("Sound on Tape").



El satélite de comunicaciones norteamericano Early Bird ("Pájaro Madrugador") colocado en órbita el 6 de abril de 1965.

TELEPRINTER

Un aparato que tiene un teclado semejante al de una máquina de escribir electrónica, que se utiliza para escribir en la pantalla, sobre la imagen que va al aire la identificación del personaje entrevistado, así como los números que indican precios, resultados de un juego, la hora o los minutos restantes, etc., así como los "créditos" al final del programa.

VIDICON

Tubo de televisión que ordinariamente se empleaba en las cámaras de televisión en blanco y negro, usaba lentes semejantes a los de cámaras de cine de 16 mm. y requería de mayor iluminación para poder reproducir con fidelidad la imagen, de la requerida por las cámaras con tubo Orticón.

INDICACIONES MANUALES PARA TELEVISION

Tanto en las transmisiones en vivo, dentro o fuera del estudio de televisión, como en las sesiones de grabación, el encargado del estudio, llamado comunmente **floor manager**, tiene que indicar a los actores, locutores o animadores el tiempo que les resta, los movimientos que deban ejecutar e incluso la exactitud de su actuación. Para ello, dispone de una serie de indicaciones o señales de mano ("Television Hand Signals"), que resultan de gran utilidad por su carácter "mudo", su discreción y su sencillez. Con algunas variantes, estas "indicaciones" se usan también en radio.

1. **STAND BY ("Preparados")**
El encargado del estudio (Floor Manager) levanta su mano derecha en al aire, con la palma hacia el frente y los dedos apuntando hacia arriba.
2. **ADELANTE**
El encargado del estudio baja la mano y la adelanta hacia la persona que debe empezar a actuar, con el dedo índice apuntándole de frente.
3. **SUBA EL VOLUMEN o HABLE MAS ALTO**
La mano derecha, con la palma hacia arriba, se mueve hacia arriba. Si la señal no es suficientemente clara, se repite combi-nándola con una leve indicación del índice a la boca.
4. **BAJE EL VOLUMEN o HABLE MAS BAJO**
La misma señal que la anterior, pero con la palma de la mano hacia abajo.

5. MAS RAPIDO

El encargado mueve el dedo índice de la mano derecha en círculos indicando velocidad.

6. MAS LENTO o ALARGUE MAS EL ASUNTO

Con las dos manos al mismo tiempo, el encargado del estudio imita al que juega con una banda de goma invisible, repitiendo el movimiento varias veces. (En inglés se denomina, por esa misma razón, "Stretch it out").

7. TODO A TIEMPO o CORRECTO

La mano derecha forma un círculo con los dedos pulgar e índice, mirando de frente al locutor. En los canales norteamericanos, también se hace esta indicación señalándose la nariz con el dedo índice, porque en inglés la expresión "On the nose", significa que todo está en su lugar.

8. O.K. TODO CORRECTO

La misma señal que en el número 7, pero con los tres dedos restantes levantados.

9. FALTAN DOS MINUTOS

Se levantan dos dedos (índice y anular) de la mano derecha o se usa un cartón de buen tamaño con el número dos escrito en trazos visibles desde cualquier ángulo del estudio.

10. FALTA UN MINUTO

Lo mismo que el anterior, pero cambiando la cantidad de dedos o el número de la tarjeta.

11. FALTA MEDIO MINUTO

Se levanta la mano derecha, dejando asomar únicamente el dedo índice. Con el índice de la izquierda, se corta el índice de la derecha, y se repite dos veces la señal, hasta estar seguro que el locutor la recibió y la obedece.

12. RESUMA o VAYA DESPIDIENDOSE

Se levanta el puño de la mano derecha o también se colocan las dos manos delante del pecho, una frente a la otra, y se hacen

girar en el mismo sentido, como dando vueltas a un imaginario cilindro.

13. CORTE!

Con el dedo índice de la mano derecha, el encargado del estudio mueve su mano cortando imaginariamente su garganta.

14. JUNTENSE MAS

Tratándose de un locutor que presenta a un personaje o un entrevistador que aborda a su entrevistado, aun en la calle y en una grabación en videotape, el director mueve ambas manos como si tocara un acordeón invisible, acercando las palmas de sus manos una y otra vez, hasta que reciba respuesta positiva.

15. SEPRENSENSE MAS

De un modo similar a la señal 14, pero con las palmas de las manos hacia afuera, y repitiendo el movimiento una y otra vez, hasta que tenga respuesta.

16. ACERQUENSE A LA CAMARA

Si se trata de una emisión en el estudio, el director o manager se acerca a la cámara en cuestión y se coloca junto a ella o debajo de ella, levanta su mano derecha con la palma hacia sí mismo, y la mueve varias veces acercándola y retirándola, mientras mira de frente al animador o al personaje en cuestión. Si se trata de una entrevista en exteriores, no será necesario utilizar esta señal, a no ser durante los minutos que preceden a la grabación, mientras se prepara la toma. Únicamente se utilizaría si se está filmando una entrevista **en marcha**, es decir, mientras entrevistado y entrevistador van caminando hacia la cámara, y el camarógrafo se ve obligado a caminar hacia atrás.

17. RETÍRESE DE LA CAMARA

La señal es la opuesta de la anterior. El "Director", levanta la mano derecha con la palma al frente, y **empuja** al animador o locutor hacia el fondo.

18. STOP! DETENGANSE!

Con la mano derecha levantada y la palma al frente, semejante a la empleada por la policía de tráfico. La señal se usa tanto al

terminar un segmento del programa para incluir una "tanda" de anuncios, como para interrumpir una grabación por cualquier defecto de actuación o desperfecto técnico.

19. MIRE A ESTA CAMARA

Tratándose de una emisión en el estudio, donde se emplea más de una cámara, si el animador del programa no se ha fijado en la luz roja que indica el cambio de una cámara a otra, el "manager" señala a la cámara en cuestión, describiendo un arco imaginario con la mano derecha, de una cámara a la otra.

20. FIJESE BIEN u OBEDEZCA ORDENES

El "manager" señala sus ojos con el índice de la mano derecha, alternando el movimiento del locutor a sus ojos. Cuando ve que el locutor o animador da señales de haber entendido la señal, le hace la señal 8, o simplemente mueve su cabeza afirmativamente.

BIBLIOGRAFIA

En esta lista bibliográfica se incluyen tanto los libros como los artículos más importantes, aparecidos en los últimos años, acerca del tema de la televisión informativa, tanto en sus aspectos técnicos y lingüísticos, como en el ideológico.

Para facilitar su cita y búsqueda, tanto los libros como los artículos han sido numerados.

Al final, se incluye también una lista de publicaciones periódicas de todo el mundo en el campo de la televisión, el periodismo y los medios de comunicación masiva en general.

LIBROS

1. Arlen, Michael. **Living Room War** (New York: Viking Press, 1969).
2. Armiñán, Jaime de. **Guiones de Televisión** (Madrid: Ed. Rialp, 1963).
3. Baget, José M. **Televisión, un arte nuevo** (Madrid: Ed. Rialp, 1965).
4. Baggally, Jon P. **Análisis del montaje televisivo** (Barcelona: Gustavo Gili, 1979).
5. Barlett, Basil. **Writing for Televisión** (London: George Allen, 1955).
6. Beneyto, Juan. **El Color del Cristal: Mecanismos de manipulación de la realidad** (Madrid: Ed. Pirámide, 1982).
7. Brajnovic, Luka. **Tecnología de la Información**. 3ra. ed. (Pamplona: EUNSA, 1979).
8. CBS News. **Técnica de las noticias en Televisión** (Méjico: Ed. Trillas, 1981).
9. Colombo, Furio. **Televisión: La realidad como espectáculo** (Barcelona: Gustavo Gili, 1977).
10. Faus Belau, Angel. **La Información televisiva** (Pamplona: EUNSA, 1980).
11. Goldie, G.W. **Facing the Nation** (London, 1977).
12. González, Casanova, Josep A. **El Régimen político de la Televisión** (Barcelona: Nova Terra, 1967).
13. Gorostiaga, Eduardo. **La Radiotelevisión en España** (Pamplona: EUNSA, 1976).
14. Green, Maury. **Periodismo en Televisión** (Buenos Aires: Ed. Troquel, 1973).
15. Guasch R., Antonio. **Historia de la Televisión** (Barcelona, 1980).
16. Gutiérrez Espada, Luis. **Historia de los medios audiovisuales desde 1926,**

- vol. III. Radio y Televisión. (Madrid: Ediciones Pirámide, 1982), pp. 105-135.
17. Halloran, James D. y otros. **Los Efectos de la Televisión** (Madrid: Ed. Nacional, 1974).
 18. Kaplún, Mario. **La Comunicación de masas en América Latina** (Bogotá: Asociación de Publicaciones Educativas, 1973).
 19. Lalou, Etienne. **Regards neufs sur la télévision** (Paris: Ed. du Seuil, 1957).
 20. Martínez Albertos, José Luis. **El Mensaje Informativo. Periodismo en Radio, TV y Cine** (Barcelona: A.T.E., 1977).
 21. May, Renato. **Cine y Televisión**. 22da. ed. (Madrid: Ed. Rialp, 1962).
 22. Melón Martínez, Enrique. **Así es la Televisión** (Madrid: Ed. Rialp, 1966).
 23. Mickelson, Sig. **The Electric Mirror: Politics in an age of Televisión** (New York: Dodd, Mead & Co., 1972).
 24. Miquel, Pierre. **Histoire de la radio et de la Télévision** (Paris: Ed. Richelieu, 1974).
 25. Pasquali, Antonio. **La Información Audiovisual: Antología de Textos** (Caracas: Universidad Central de Venezuela, 1960).
 26. Rather, Dan. **The Camera Never Blinks** (New York, 1978).
 27. Romero, María Victoria. **Vocabulario del Cine y Televisión** (Pamplona: EUNSA, 1976).
 28. Ruge, Peter. **Prácticas de Periodismo en Televisión** (Pamplona: EUNSA, 1980).
 29. Sáez, José Luis. **La Prensa de Celuloide: Lecciones de Periodismo Cinematográfico** (Santo Domingo: U.A.S.D., 1983).
 30. Sanabria M., Francisco. **Radiotelevisión, Comunicación y Cultura** (Madrid: CECA, 1974).
 31. Silvester, Roger. **The Message of Televisión** (London: Heinemann Educational Books, 1981).
 32. Stasheff, Edward y Rudy Bretz. **The Televisión Program** (New York: Hill & Wang, 1962).
 33. Swinson, Arthur. **Writing for Televisión** (London, 1962).
 34. Vilches, Lorenzo. **La Lectura de la Imagen: Prensa, Cine, Televisión** (Barcelona: Ediciones Paidós, 1983).
 35. Voelker, Francis y Ludmila. **Mass Media: Forces in our Society** (New York: H.B. Jovanovich, 1972).
 36. Warren, Carl. **Modern News Reporting**. 3rd. ed. (New York: Harper & Row, 1959).
 37. Wood, William A. **Periodismo Electrónico** (Méjico: Ed. Letras, 1969).
 38. Zettl, Herbert. **Televisión Production Handbook** (San Francisco: Wadsworth, 1961).

ARTICULOS

39. Aizac, Jean. "La publicité et la Télévision", **Téléciné**, XXIV, n. 167 (Janvier 1971), pp. 34-44.
40. "America's Long Vigil", **TV Guide** (Philadelphia) vol. 12. n. 4 (January 25, 1964), pp. 19-45.
41. Antola, Livia y Everett M. Rogers. "Televisión en América Latina", **Chasqui** (Quito) n. 9 (Enero-Marzo 1984), pp. 10-16.
42. Asís, D. de. "Sociología de la Televisión", **Arbor** (Madrid), n. 277 (Enero 1969).
43. Crispino, Roberto. "Meccanica e psicologia del Telegiornale", **Rivista del Cinematografo** (Roma), anno XXXVI, n. 12 (Dic. 1963), pp. 502-505.
44. "Storia in tre puntate del giornalismo televisivo", **Rivista del Cinematografo**, anno XXXVII, n. 1. (Gennaio 1964), pp. 49-50; n. 2 (Febbraio 1964), pp. 107-109; nn. 3-4 (Marzo-Aprile 1964), pp. 167-169.
45. Cronkite, Walter. "And that's the way it is", **Columbia Journalism Review** (New York), XIX, n. 1 (May-June 1980).
46. Eco, Umberto. "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo", en **Los Efectos de las Comunicaciones de Masas** (Buenos Aires: Ed. Jorge Alvarez, 1969).
47. Guarda, Guido. "La Mondovisione", **Rivista del Cinematografo**, vol. XXXVIII, n. 6 (Giugno 1965), pp. 263-269.
48. Le Goff, Jean-Paul. "La Télévision transfigure l'événement", **Téléciné**, XXIII, n. 144 (Aout 1968), pp. 39-42.
49. Lent, John A. "Cobertura noticiosa Centroamericana", **Chasqui**, n. 9 (Enero-Marzo 1984), pp. 23-26.
50. L'information Télévisée, **Téléciné**, XXIII, nn. 164-165. número especial (Aout-Septembre 1970).
51. Lohisse, J. "Comunicación oral y sociedades de la oralidad", **Revista española de Opinión Pública**, n. 49 (Julio-Septiembre 1977).
52. "L'O.R.T.F. au service du povoir", **Téléciné**, n. 189 (Juin 1974), pp. 2-5.
53. Louis, Roger. "Il est capital d'utiliser la TV en priorité à des fins d'information", **Téléciné**, XXII, n. 149 (Janvier 1969), pp. 38-43.
54. Moles, Abraham y Claude Zeltmann. "Conserva de la Comunicación",

- en *La Comunicación y los Mass Media* (Bilbao: Ed. Mensajero, 1975), pp. 153-178.
55. Moros, Freddy. "La entrevista en Televisión", *UPEC (La Habana)*, año XII, n. 1 (Enero-Febrero 1980), pp. 26-27.
 56. O'Connor, John J. "Are We Being Taught not to Care?", *The New York Times* (October 1, 1972), pág. 19.
 57. Renoux, Jacques. "Journal d'un parti ou de la nation?", *Téléciné*, XXIII, n. 142 (Mai-Juin 1968), pp. 2-5.
 58. Rothe, Larry. "Watching the News Watch the News", *Loyola Today*, vol. X, n. 3 (Summer 1981), pp. 14-17.
 59. Sáez, José Luis. "Comunión y Telecomunicación", *Reseña* (Madrid), año III, n. 15 (Diciembre 1966), pp. 394-397.
 60. "Morfología de un género de consumo: La Telenovela", *Estudios Sociales* (Santo Domingo), año VI, n. 1 (Enero-Marzo 1973), pp. 23-37.
 61. "Tres décadas de cultura dominicana: Bajo el signo de la comunicación Masiva", *Estudios Sociales*, año XVII, n. 55 (Enero-Marzo 1984), pp. 69-84.
 62. Sormery, Julien. "Quand l'interviewer entre dans le champ", *Cinéma Pratique* (Paris), n. 163 (Hiver 1979-1980), pp. 2-7.
 63. "Telegenie: Nouvel art de Communication?" *Amis du Film et de la Télévision* (Bruxelles) n. 166 (Mars 1970), pp. 39-40.
 64. "Textos informativos en la pantalla de televisión", *El periodista Demócrata* (Praha), Vol. XXVIII, n. 11 (Noviembre 1981), pp. 25-27.
 65. Thoveron, Gabriel. "Las campañas electorales en la televisión", *Revista Mexicana de Sociología*, año XXXVIII, vol. 38, n. 3 (Julio-Septiembre 1976), pp. 649-668.
 66. "TV: Turn on our Turn-off?", *Look* (New York), vol. 35, n. 18 (September 7, 1971). Número completo dedicado a la Televisión en Estados Unidos.
 67. Urbez, Luis. "Prospectiva de la Televisión de Consumo", *Razón y Fe* (Madrid), vol. 207, núm. 1.016 (Marzo 1983), pp. 254-268.
 68. "Veinticinco años de televisión venezolana", *Comunicación* (Caracas), vol. 17 (Marzo 1978).
 69. Voisin, André. "Un véritable outil de communication", *Téléciné*, XXII, n. 150 (Février 1969), pp. 40-45.
 70. Waugh, Thomas. "Men cannot act in front of the camera in the presence of death", *Cineaste*, vol. XII, n. 3 (1983), pp. 21-29.
 71. Zeper, Roy. "The Cameraprompter, and how it works", *American Cinematographer*, vol. 62, n. 4 (April 1981), pp. 362-364, 374-375.

REVISTAS ESPECIALIZADAS

72. **Audio-Visual Communications Review.** Washington: Department of Audiovisual Instruction.
73. **Cinéma Pratique.** París: E.T.E.
74. **Columbia Journalism Review.** New York: Columbia University. School of Journalism.
75. **Comunicación.** Caracas: Centro de Comunicación Social Jesús María Pellín.
76. **Comunicación.** Madrid: REPRESS, S.A.
77. **Comunicación y Cultura.** México.
78. **Communications.** París: Centre d'Etude des Communications de Masse. Ecole Pratique des Hautes Etudes.
79. **Comunicazione di Massa.** Milano.
80. **Cuadernos de Comunicación.** Santo Domingo: Universidad Autónoma de Santo Domingo. Departamento de Comunicación Social.
81. **Chasqui: Revista Latinoamericana de Comunicación.** Quito: CIESPAL.
82. **Estudios de Información.** Madrid: Instituto de la Opinión Pública.
83. **Gazette.** Amsterdam: Institute of the Science of the Press.
84. **Ikon.** Milán: Instituto Agostino Gemelli.
85. **Journal of Communication.** Florida: Florida State University: Department of Speech.
86. **Journalism Quarterly.** Minneapolis: University of Minnesota. School of Journalism.
87. **Mensaje y Medios.** Madrid: Instituto Oficial de Radiodifusión y Televisión.
88. **Media Development.** London: World Association for Christian Communication.
89. **El Periodista Demócrata.** Praga: Organización Internacional de Periodistas (OIT).
90. **Press-Actualité.** Paris: Bayard-Press.
91. **Problemi dell'Informazione.** Bologna: Societa Editrice II Mulino.
92. **Public Opinion Quarterly.** New York: American Association for Public Opinion Research. Columbia University.
93. **Publizistik.** Bonn: Universitasverlag Bonn.
94. **Revue Française de Communication.** Paris: Conseil Français des Etudes et Recherches sur l'Information et la Communication (CFERIC).
95. **Semiotica.** La Haya: Research Center for the Language Sciences. Indiana University.
96. **Versus.** Milán: Valentino Bompiani.



Este libro se terminó de imprimir en julio de 1986, en Imprenta Marvin, siendo Director General de CIESPAL el Dr. Luis E. Proaño y Jefe del Departamento de Publicaciones Jorge Mantilla Jarrín.

