

**Una profesión y una pasión... Ocho años de experiencia audiovisual y los
retos de un periodismo en conciencia y posible**

Una sistematización presentada para obtener el título de

Comunicadora Social y Periodista

Facultad de Ciencias de la Comunicación

UNIMINUTO

Presentado por

Ángela Liceth Sánchez Jiménez

Estudiante de la Profesionalización de Periodistas

Junio 2015

Tabla de Contenidos

Introducción.....	3
Capítulo 1: Metodología	
Más que sistematización, un aprendizaje personal invaluable.....	5
Capítulo 2: Reflexiones sobre la práctica	
Punto de Partida.....	13
Un poco de historia.....	17
Breve reseña histórica de los noticieros en Colombia.....	17
Telepaís, “Con nuestra gente al día”.....	20
Cablenoticias, “24 horas de información”.....	22
Narrativas noticiosas audiovisuales...Contando historias.....	26
Rutinas periodísticas y lo que hay más allá	33
La economía política de la empresa periodística.....	36
A manera de cierre: Un nuevo periodismo audiovisual posible.....	42
Referencias.....	45

Introducción

Hace un año y medio inicié un proceso de profesionalización en compañía de otras 10 personas que al igual que yo habían dejado sus estudios superiores en el camino, cada uno por diferentes razones, unos porque se dedicaron a trabajar desde muy jóvenes, otros porque la vida les llevó por otros rumbos, hay quienes desde sus saberes no pensaron en la necesidad de llegar hasta el punto de estudiar Comunicación Social y otros ya tenían tanta experiencia acumulada en diferentes campos y tan poco tiempo disponible en sus agendas diarias que era difícil pensar en retomar los estudios. Hoy después de haber recorrido un mismo camino y de habernos encontrado en el deseo y la necesidad de culminar esa etapa de nuestras vidas que había quedado pendiente, entregamos los resultados de un análisis respecto a nuestra experiencia laboral, cada uno en su campo, para que sirva de referente a las nuevas generaciones de comunicadores y periodistas de la UNIMINUTO.

Mi sistematización es una mirada desde un punto de vista analítico a mi paso por dos empresas dedicadas al periodismo audiovisual: *Telepaís* y *Cablenoticias*, para revisar algunos temas importantes como lo son: las narrativas que se utilizan en los noticieros, las transformaciones tecnológicas, las habilidades y conocimientos que debe tener un periodista a la hora de trabajar en este tipo de programas, las rutinas, la economía política que afecta directamente las agendas y la línea editorial de dichos medios y finalmente unas conclusiones a la luz de mis propias vivencias y teniendo en cuenta algunos referentes teóricos y entrevistas en profundidad sobre cómo llegar a un periodismo audiovisual posible, en medio de los condicionamientos a los que nos enfrentamos a diario.

En lo personal, considero que este es un trabajo muy valioso, que me hizo no solo hacer una retrospectiva de mi experiencia y de lo que he aprendido y vivido a lo largo de los últimos ocho años en el mundo del periodismo, sino que además, por primera vez, me permitió con la recopilación de información, hacer un ejercicio analítico y crítico de mi hacer. Fui consciente no solo de la importancia que tienen las transformaciones tecnológicas en las narrativas audiovisuales sino de una serie de circunstancias que nos envuelven como profesionales en las empresas donde trabajamos, que son ajenas a nosotros, pero que al final terminan influyendo en nuestro trabajo y en nuestra libertad de

prensa. También el cómo podemos aprovechar nuestro papel privilegiado y casi de “poder” para llegarle a la gente y enviarles nuevos mensajes e información más clara, directa, con más contenido, de calidad y en la medida de lo posible, imparcial.

Aunque el reto planteado era que este trabajo de sistematización fuera un documento que sirviera para las nuevas generaciones de comunicadores, en mi caso debo reconocer que además me sirvió como autora, para repensarme como periodista y para hacer un ejercicio de conciencia de lo que viví, de lo que estoy viviendo y de lo que viene, que cada vez es mayor y requiere de una profesional, no solo altamente preparada en lo académico y en el manejo tecnológico sino mental y emocionalmente dispuesta a un nuevo periodismo y a hacer la diferencia desde el lugar que ocupo.

Más que sistematización, un aprendizaje personal invaluable

Con muchas dudas sobre cómo haría este trabajo pero sabiendo que era necesario darle desarrollo a una idea para posteriormente convertirla en un ejercicio de sistematización, inicié hace algunos meses este interesante proceso. Y es que parece sencillo de hacer, pero no lo es; Como ejercicio de investigación, requiere de mucha dedicación, de una hoja de ruta en la que se definan temas específicos, de la delimitación del campo de análisis y sobre todo de mucha introspección para lograr la capacidad de autoevaluarse y luego repensarse desde la propia experiencia y a la luz de quienes han teorizado al respecto. Es así, como hoy, después de varias jornadas de escritura agotadoras y madrugadas de inspiración, logro entregar un documento de sistematización de mi experiencia, que espero sea valioso para las nuevas generaciones de comunicadores sociales y periodistas que decidan apostarle al mundo de los informativos como opción de trabajo y de desarrollo profesional.

Debo reconocer que tardé mucho tiempo en asimilar y decidir el tema que elegiría para el trabajo y definitivamente la asesoría de mi tutora, Eliana Herrera, fue fundamental a la hora de aterrizar ideas y enrutar los objetivos hacia un aspecto específico de mi experiencia laboral. Fue así como luego de una conversación en la que analizamos mi línea de memoria y los puntos que habían sido claves y determinantes en mi paso por los medios de comunicación, empezamos a hallar “tensiones” en aspectos como: la teoría vs la práctica, las transformaciones tecnológicas como factor importante en las rutinas de trabajo, el paso de la producción de televisión a la de programas de carácter informativo como los noticieros y la relevancia de las competencias del profesional a la hora de enfrentarse a cambios de roles en el quehacer periodístico.

Seleccionar una parte de mi experiencia fue hacer conciencia sobre el camino que debía seguir para sistematizar, delimitándolo a mi trabajo en noticias, primero en la reportería y luego en la producción y coordinación de los noticieros tanto en *Telepaís* de Jorge Barón Televisión como en *Cablenoticias*, a partir de los siguientes puntos:

Pregunta de investigación: ¿Cómo inciden las transformaciones tecnológicas en las narrativas noticiosas audiovisuales?

Objetivo general: Esta sistematización pretende analizar la incidencia de los cambios a nivel tecnológico en las narrativas noticiosas audiovisuales a partir de la recuperación de mi experiencia en dos medios de comunicación: *Cablenoticias* y *Telepaís*, donde estas transformaciones fueron determinantes para el aprendizaje y el hacer periodístico.

Se trataba de hacer un camino en el cual analizar las transformaciones a nivel tecnológico que han incidido de manera determinante en la producción de los noticieros *Telepaís* y *Cablenoticias*, en los cuales he trabajado en los últimos ocho años para este análisis. Identificar los aprendizajes de un periodista a la hora de enfrentarse a la producción de noticias, teniendo en cuenta que su labor es parte fundamental en el eslabón articulado de talentos que integran estos grupos de trabajo. Visibilizar los aprendizajes me llevó, como se verá en el siguiente capítulo a identificar las principales narrativas que inciden en la producción de un noticiero y sus cambios a partir de las condiciones tecnológicas con que cuenta el medio de comunicación, para cerrar el proceso con una generación de una reflexión acerca de los aspectos económicos y políticos que influyen en el hacer periodístico, especialmente en la generación de agendas, teniendo en cuenta los intereses particulares de cada medio de comunicación.

El enfoque de mi sistematización se puede catalogar como un ejercicio histórico – hermenéutico puesto que me permitió desde la subjetividad de la experiencia hacer un análisis de la evolución de los noticieros en Colombia partiendo de un contexto histórico, basado en la recuperación de la memoria y de la experiencia personal en una perspectiva tecnológica que permitió reconstruir y comprender estas incidencias en el hacer periodístico. En medio de esta reflexión encontré que aparte de estas rutinas a las que a diario me enfrento, existe todo un trasfondo económico – político que influye en la creación de agendas mediáticas y del que solo somos conscientes en el momento de hacer un análisis de este tipo. Esta investigación posee una lógica inductiva la cual permite desde diversas lecturas tanto propias como de personajes que han protagonizado esas transformaciones y de la mano de expertos en el tema, configurar teorías y sacar conclusiones al respecto mediante un análisis crítico para la comprensión personal.

Partiendo de la base de que la sistematización es un proceso permanente y acumulativo de producción de conocimientos a partir de las experiencias de intervención en una realidad social y que es ante todo una:

Interpretación crítica de una o varias experiencias, que a partir de su ordenamiento y reconstrucción, descubre o explicita la lógica del proceso vivido, los factores que han intervenido en dicho proceso, cómo se han relacionado entre sí, y por qué lo han hecho de este modo (Jara, 1994)

Definí algunos aspectos importantes como: los personajes que entrevistaría y el por qué de sus testimonios, los referentes teóricos en los que me basaría para hacer una comprensión de mi experiencia y el tipo de temas que analizaría en medio de estas reflexiones.

En este ejercicio se sistematizó mi experiencia en dos empresas cuya infraestructura y rutinas son totalmente diferentes. Inicialmente analicé la labor cumplida en el noticiero *Telepaís* de la programadora Jorge Barón Televisión, donde las escasas herramientas tecnológicas hicieron que la producción de campo y al aire se desarrollara bajo condiciones limitadas: con pocos periodistas, sin posibilidades de salir en directo, obligando a la redacción de las noticias por parte de los periodistas en *Word* para la revisión y edición y la utilización de un formato análogo en *cassettes DVC Pro* y *Mini DV*, lo que hace más demorado el proceso de ingesta de material. Por otro lado se analizó la experiencia lograda en el canal *Cablenoticias*, que aunque es un medio de comunicación pequeño en comparación con los canales privados y que emite su señal mediante televisión por cable, cuenta con herramientas tecnológicas que permiten transmitir en vivo, utilizando formatos digitales tanto para la producción de campo como para la ingesta de material. Además posee plataformas para edición de contenidos son modernas y hechas para este tipo de tareas. En la actualidad, *Cablenoticias* está en un periodo de transición al sistema *High Definition*, con el cual se mejorará la producción, la puesta en escena y la calidad en la señal al aire.

Mecanismos para la recolección de información

Para comenzar con la reconstrucción de la memoria y así determinar los puntos clave de análisis elaboré una línea de memoria resaltando los momentos de mi experiencia laboral más importantes. Posteriormente mediante un cuadro comparativo, establecí fechas importantes que marcaron el paso de una empresa a otra y las debilidades y fortalezas que se presentaron en el camino. De esta manera encontré puntos relevantes en los cuales sentí que debía centrar mi análisis, teniendo en cuenta que era necesario hacer una delimitación.

Teniendo claro el campo de acción, se definió el proceso de revisión documental sobre la historia de la Televisión en Colombia y el surgimiento de los noticieros de televisión, esto como punto de partida para analizar el origen y establecer posibles relaciones entre este tipo de programas en sus inicios y lo que son hoy en día.

Para apoyar el análisis de este ejercicio, realicé dos entrevistas en profundidad: Julio de la Rue, periodista con amplia experiencia en el medio, actual director de *Cablenoticias* y quien vivió varias de las transformaciones tecnológicas que se han dado con el tiempo y Manuel Campo Vidal, periodista español, presidente la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España y director del Máster en Comunicación Avanzada y Marketing Digital, en el Instituto de Comunicación Empresarial quien ha hecho varios estudios acerca del impacto que tiene la tecnología en el hacer periodístico y los retos que esto representa para los comunicadores.

Como parte de este mismo proceso de apoyo, hice una revisión y comprensión de los referentes teóricos en los que me apoyé para el análisis de la investigación y finalmente establecí algunos conceptos y elementos técnicos de la producción de noticieros audiovisuales para aclarar sus usos, debilidades y fortalezas.

Luego de varias reuniones de tutoría, definimos que era necesario empezar a trabajar tanto en el documento final de análisis como en el texto metodológico para darle un hilo conductor a la historia y comprobar que lo que estuviera escribiendo respondiera a la pregunta de sistematización. Las primeras semanas las dediqué a avanzar en este texto que contempla el diseño metodológico y posteriormente seguí con el documento final. En medio de este esquema de trabajo, comprendí que es bueno trabajar en paralelo y hacer un

repasso cada cierto tiempo por ambos textos ya que están directamente relacionados y se complementan.

Teniendo en cuenta que este tipo de ejercicios buscan hacer una interpretación crítica de la experiencia, descubriendo lógicas que han intervenido en el proceso (Jara, 1994)¹ y para esto el autor propone establecer un “punto de partida” desde el cual situarnos para iniciar el análisis, decidí seguir esta propuesta. Opté por crear una especie de “introducción” para contar (en tercera persona) cuales son las competencias que un comunicador debe tener a la hora de participar de una producción audiovisual y las diferencias que existen entre la producción de programas pregrabados frente a los programas en vivo de carácter informativo como los noticieros. Inicialmente quería dejar la redacción de la totalidad del texto en tercera persona para contarlo como si fuera un espectador de mi experiencia, pero luego me di cuenta que era complicado, no me rendía en la escritura y además no me salía con naturalidad la narración de la historia, por lo cual decidí que solo el “punto de partida” lo escribiría en tercera persona y el resto en primera.

Son innumerables las historias alrededor de la construcción de ambos textos, debo decir que lo más interesante fue descubrir que mi tutora con su amplia experiencia en cuento a este tipo de trabajos me ponía “cascaritas” en los ejercicios y en las tareas que me dejaba semana a semana, solo para que me diera cuenta de las posibilidades que había dentro del análisis más allá del objetivo general y los específicos. Con su acompañamiento permanente y luego de consultar autores sugeridos que teorizaron sobre el hacer periodístico, descubrí que como profesional he estado inmersa en un mundo permeado por factores externos que influyen en las labores diarias y que nos sucede a todos quienes formamos parte de este campo. Y lo más interesante no era solo descubrir esto y hacer conciencia sino analizarlo y sacar mis propias conclusiones a la luz de mi experiencia.

Teniendo definido el punto de partida, comencé con una breve narración acerca de la historia de la televisión y la llegada de los noticieros a Colombia, con el objetivo de hacer una ubicación en el tiempo y encontrar coincidencias entre lo que sucedía hace más de 50 años y las características de los informativos hoy en día. También para hacer referencia a la historia de los medios en los que he trabajado y sobre los cuales hablo en la

1 Oscar Jara. Para sistematizar experiencias. Una propuesta teórica y práctica. Ediciones Tareas, Lima, 1994, p.23.

sistematización. Dentro esta misma línea de contexto histórico, seguí con una descripción de mi llegada a los dos medios de comunicación sobre los cuales basé mi análisis: *Telepaís* y *Cablenoticias*, en este punto me detuve un poco para contar con qué me encontré al llegar a cada uno de estos medios en cuanto al método de trabajo, las rutinas y las herramientas tecnológicas con que cuentan. Y como precisamente, uno de los objetivos importantes del trabajo es el de establecer las transformaciones tecnológicas y el cómo influyen en las narrativas, incluí un cuadro comparativo sobre las herramientas con que cuentan ambos medios de comunicación para las diferentes fases: preproducción, producción y postproducción. A medida que avanzaba la narración, fui encontrando algunos puntos clave, sobre los cuales hago referencias teóricas de expertos que han analizado al respecto.

Posteriormente entré a determinar, con base en las reflexiones hechas con mi tutora, varios puntos importantes, sobre los cuales centré el análisis de la sistematización: las narrativas noticiosas audiovisuales, la economía política de la empresa periodística y finalmente la reflexión sobre cómo hacer un periodismo audiovisual posible, en medio de una serie de circunstancias a las que nos enfrentamos como parte activa de la empresa periodística.

Cada uno de estos puntos contiene un análisis para ver mi experiencia en los dos medios de comunicación a la luz de algunos referentes teóricos como: Stella Martini y Lila Luchesi (2004) con su trabajo *Mapas, territorios y rutinas del trabajo periodístico* en Argentina. El español Ramón Reig (2007), con su discurso de El “ecosistema” del periodismo y el del periodista, capítulo extractado de *El Periodista en la Telaraña. Nueva economía, comunicación, periodismo, públicos*. Pedro A Rojo (2003) con su obra: *Tecnología y contextos mediáticos. Condicionamientos socio económicos y políticos de la comunicación de masas en la Sociedad de la Información*. Mauro Wolf (1985) con: *De la sociología de los emisores al “Newsmaking” La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Lorena Antezana (2009) *Estrategias narrativas de proximización del noticiero televisivo chileno*, el español Xavier Giró con sus reflexiones acerca de: *Los medios y la cobertura de la violencia* y finalmente el escritor y maestro del periodismo, el polaco Ryszard Kapuscinski. Todos estos autores y sus diferentes teorías me permitieron hacer una reflexión crítica acerca de mi hacer periodístico, más allá de la simple experiencia.

Aparte de estos referentes teóricos, acudí a dos entrevistas que me parecieron fundamentales y que me dieron luces acerca de cómo narrar mi experiencia y también analizarla con sus postulados. De esta manera, decidí hacer entrevistas en profundidad a Manuel Campo Vidal, presidente la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España y director del Máster en Comunicación Avanzada y Marketing Digital, en el Instituto de Comunicación Empresarial. De igual forma, entrevisté a Julio de la Rue, periodista y actual director de *Cablenoticias*. En el primer caso, Campo Vidal es un comunicador con amplia experiencia tanto en el medio como en la academia, que se ha especializado en el análisis de la evolución de los informativos no solo en España sino en el mundo entero, por tanto tiene una mirada crítica tanto desde los contenidos como desde las narrativas audiovisuales y sus transformaciones. En el segundo caso, es mi jefe actual, sobre quien recae la línea editorial del noticiero y la persona que viene implementando un nuevo modelo en el canal para empezar a cambiar nuestras rutinas y así adaptarnos al cambio al sistema *HD*. Es por esto que no solo da su concepto frente a mi desempeño laboral sino que además desde los distintos roles que ha protagonizado a lo largo de su carrera, me da su concepto frente a las competencias que debe tener un periodista a la hora de trabajar en reportería y/o producción de noticias.

En el caso de mi sistematización, más que una recopilación de mi historia laboral o una autobiografía, es una mirada, desde mi experiencia, a todo lo concerniente a la labor de un periodista en un noticiero, los retos a los que se puede enfrentar, las diferencias entre las producciones pregrabadas y en directo, las narrativas utilizadas en los noticieros para crear lenguajes e identificarse frente a otros, las herramientas tecnológicas para poder transmitir en vivo, con sus beneficios y dificultades, el trasfondo económico y político que hay en las empresas periodísticas que puede condicionar o poner algunos límites a la labor del periodista y finalmente el análisis de cómo vencer esas dificultades y optimizar los recursos tecnológicos para hacer un nuevo periodismo audiovisual posible.

Es por esto que considero valioso este documento para que los estudiantes lo puedan revisar y así saber a qué situaciones se pueden enfrentar si deciden optar por el periodismo en medios audiovisuales, que en lo personal, aparte de ser un mundo apasionante y con muchas posibilidades, es un campo de acción en el que podemos empezar a transformar la

manera de informar y de contar historias, con algo tan sencillo como nuestro propio lenguaje a la hora de escribir y de utilizar imágenes y sonido para articular una nota o informe. Lo anterior lo digo porque en las universidades, los estudiantes se gradúan con una preparación muy básica que no responde a las necesidades de los medios de comunicación y casi siempre los practicantes cuando llegan a las empresas, especialmente a las periodísticas, se encuentran con una realidad que no conocen, que nunca vieron o para la que no están preparados. La sistematización hace un repaso rápido pero en conciencia, con testimonios y análisis crítico respecto a los aspectos más importantes que debe saber un comunicador sobre el hacer periodístico en televisión, especialmente en un noticiero y todo lo que implica ser parte de un medio de comunicación de este tipo.

Punto de Partida

Hay mucho que recorrer, un poco de literatura a lo Gabriel García Márquez nos vendría muy bien en las noticias, siempre respetando el rigor de la información. (Manuel Campo Vidal)

El hacer televisivo es una tarea tan versátil y compleja como sus diferentes posibilidades de acción y esto lo sabemos quienes trabajamos en el medio. Dentro de este panorama, el comunicador tiene la oportunidad de desempeñarse en diferentes campos², bien sea por elección o por azar, convirtiéndose en un arduo trabajo que pone a prueba tanto el talento como la creatividad a la hora de generar un producto que sea de calidad y atractivo para el televidente. Este es un aprendizaje que he adquirido durante 15 años de experiencia en el medio, tiempo en el cual he podido explorar diferentes campos que han ido desde la producción de programas pregrabados hasta la producción de noticieros en directo, dinámicas que manejan diferentes rutinas y que demandan una serie de capacidades por parte del comunicador o periodista. A veces la pasión por la profesión no es suficiente y debe ir acompañada de una serie de conocimientos, derivados del manejo de diferentes tecnologías que son fundamentales a la hora de producir cualquier tipo de propuesta televisiva. Dependiendo del medio de comunicación, los formatos para la producción de programas varían de acuerdo con condiciones, algunas veces económicas de cada empresa o al tipo de servicio que ofrecen, por lo cual es usual tener que enfrentarse a cambios bruscos en las herramientas de producción, como las cámaras, las salas de edición, los elementos de transmisión al aire y los soportes o más conocidos como formatos de grabación³. Todo esto requiere no solo la disposición y habilidad por parte del comunicador, sino la condición necesaria de modificar las narrativas utilizadas tanto a nivel visual como en los textos de acuerdo con el objetivo de cada producto televisivo.

Para la producción de programas pregrabados, sin importar su clasificación, se permite gozar de un tiempo amplio para planear los diferentes elementos necesarios para llevar a

2 Los campos en el hacer audiovisual en los cuales un comunicador puede desempeñarse son: director, productor general, productor de campo, productor de contenidos, asistente de producción, productor de invitados, realizador, guionista, periodista, editor, camarógrafo, coordinador periodístico, jefe de emisión, jefe de redacción, animador, presentador, sonidista, operador de máster, asistente de dirección, operador de VTR, director de cámaras entre otros.

3 Los formatos de grabación actuales para televisión en Colombia son: *Betacam*, *DVC PRO*, *MiniDV*, *DVCAM*, *DVCPRO HD*, Tarjetas P2, *XD CAM* y *Professional Disc*.

feliz término un producto. Casi nunca hay prisa, ya que los realizadores cuentan con un tiempo prudente para cumplir con los tres momentos clave: la preproducción, la producción y la postproducción. Se elige el formato de grabación de acuerdo con el tipo de cámaras utilizadas y luego se define la sala que se usará para “entortar” (denominación dada en el medio a la labor de editar audio y video) lo que se ha grabado teniendo en cuenta la escaleta o guión establecido. El lenguaje a utilizar, tanto a nivel de imagen como en los textos irá bajo lo dispuesto por el director y/o productor y la agilidad y riqueza visual del producto dependerá tanto del direccionamiento de quien está a cargo del mismo como de la creatividad que tenga el camarógrafo en sus planos, y finalmente el concepto del editor que se convierte en el último eslabón de la cadena productiva audiovisual.

Por el contrario, en los productos noticiosos la dinámica es diferente. Casi todo es en “caliente” (en tiempo real y en el mismo momento), no se cuenta con el tiempo suficiente para planear la “producción”, todo depende del horario que marque el hecho que es noticia, implicando una reacción inmediata por parte del periodista, quien debe poner en juego su creatividad mientras realiza el cubrimiento de la información. El formato de grabación lo decide el medio donde se labora y siempre es directamente proporcional al tipo de cámaras utilizadas. La etapa de la preproducción se suprime, el periodista sale en busca de los hechos en desarrollo y la creatividad y habilidades para definir lo que realmente es noticia se convierte en factor fundamental para el resultado final del trabajo periodístico. Y aunque la definición de noticia, es muchas veces subjetiva, está sujeta a ciertos parámetros y criterios de selección, como indican Martini y Luchessi (2004) a partir de su análisis sobre producción de noticieros en Argentina:

La noticia, producto del trabajo periodístico y razón de ser de los medios informativos, es la meta, el lugar de la llegada del ciclo de trabajo. Se conjugan para su publicación las tareas de investigación y rastreo en archivos, selección y aplicación de criterios de noticiabilidad, búsqueda y chequeo de fuentes, verificación de datos y armado del contexto, modalidades discursivas, procedimientos de clasificación y definición de su lugar en la sección o bloque y en agenda general. Su valor se mide en términos de primicia y de espectacularidad, de centimetraje y de espacio al aire, por ser tapa y tener una imagen de fuerte impacto y por la repercusión en el espacio público, sociedad y poder incluidos. (p. 107).

Teniendo en claro los parámetros para establecer lo que es noticia, es menester, entonces, del periodista dominar el lenguaje audiovisual, siendo capaz de contar esa información o

noticia con palabras, imágenes y sonidos articulados armónicamente respetando sus propias reglas. Poseer el dominio de este lenguaje implica estar en capacidad de “pintar” una noticia con toda la calidad que caracteriza a la redacción escrita pero articulada en su narración con imágenes y sonidos que permitan al televidente conocer una realidad diferente.

El comunicador debe ser capaz de utilizar asertivamente los géneros periodísticos audiovisuales y saber ponerse frente y detrás de una cámara en el momento y modo adecuados. Así las cosas, el periodista tiene ante sí nuevos retos tecnológicos, más allá del conocimiento académico del oficio y del dominio de la noticia. Un estudio del departamento de periodismo de la Universidad del País Vasco en el año 2000 concluyó que el desafío del periodismo y las nuevas tecnologías: *“Supone introducir más disciplina y racionalidad en los métodos de trabajo (...) Y en la medida que los desarrollos futuros sigan las líneas indicadas, requerirá una verdadera reconversión profesional del periodista para asumir la responsabilidad de codificar en imágenes y sonidos el mensaje periodístico”* (Díaz, 2000, p.65 y 66). Esto quiere decir, tener la capacidad de articular estas habilidades con el manejo de las herramientas técnicas y las plataformas tecnológicas, repensando el oficio con estos instrumentos para construir narrativas noticiosas con la mayor calidad y veracidad en la información.

Y es precisamente en este mundo de la producción de noticias donde el periodista tiene la oportunidad de asumir nuevos retos, más allá de la reportería o de la redacción. Hay una segunda área en el campo audiovisual y es la de asumir la producción de un noticiero. Esta gestión no menos importante, implica una mayor responsabilidad por parte del periodista que pasa de ser el “cazador” de noticias a convertirse en el filtro que mide, vigila, corrige y selecciona la información recolectada por el equipo de colegas que forman parte de un noticiero para finalmente ser publicada, lo que llamarían algunos teóricos: el *“Gatekeeper”* o seleccionador (Wolff, 2003). Al igual que en el caso anterior, esta labor implica una rapidez en el criterio de selección y en la mayoría de los casos una capacidad para trabajar bajo presión, teniendo en cuenta que los noticieros obedecen a necesidades de competencia frente a otros medios respecto a quien entrega primero la información. Sin embargo, el comunicador a cargo de esta responsabilidad debe cumplir con ciertos requisitos, entre ellos

poseer una amplia experiencia que le permita haber estado en campo y conocer la dinámica de la reportería, tener competencias en materia de redacción y ortografía, dominar los géneros periodísticos (en este caso asociados a la narrativa audiovisual), tener capacidad de liderazgo, conocer las herramientas técnicas y tecnológicas necesarias para la producción de noticias y las plataformas utilizadas para la elaboración de las continuidades o ‘rundowns’ (el orden de jerarquía de las noticias), sobre las cuales se construye la hoja de ruta de la emisión de un noticiero o programa de carácter informativo.

Con base en estas consideraciones, pienso que es valioso analizar la estrecha relación que hay entre las habilidades periodísticas del comunicador con los conocimientos tecnológicos en producción de televisión y en este caso en producción de noticias, para entender cómo esto incide en las transformaciones de las narrativas y de paso descubrir lo que hay detrás de las empresas periodísticas que muchas veces terminan estableciendo “agendas” orientadas a los intereses económicos del medio y de su ideología política.

“Si los informativos audiovisuales muestran una tendencia al espectáculo y a las catástrofes y sucesos, no es solo por motivos de captación de audiencia, sino porque no pueden ejercer un periodismo más audaz, de denuncia o investigación, al estar casi atados de pies y manos por sus dueños directos o indirectos” (Reig, 2007, p. 10).

Para este análisis pondré en contexto mi experiencia en dos empresas, que aunque guardan similitud en sus fines informativos, tienen marcadas diferencias en las herramientas tecnológicas con que cuentan para producir un noticiero. En medio de esta reflexión analizaré también el cómo a pesar de ser ambas casas periodísticas aparentemente “independientes” a nivel editorial, tienen estrechas similitudes en cuanto a ciertas restricciones en las publicaciones noticiosas relacionadas con intereses económicos. El paso por ambos medios, me dio un panorama interesante de análisis que quiero compartir como espacio de reflexión para los futuros comunicadores que elijan el mundo de la producción de informativos como opción para desempeñarse en su vida laboral.

Un poco de historia

Muchos momentos importantes han marcado de manera contundente mi hacer laboral, cada uno de ellos trazado por requerimientos propios del oficio, los cuales se han convertido en retos que me han medido como profesional y como ser humano. Pero en medio de estas experiencias, el mayor reto fue en el mes de febrero de 2008, cuando luego de 6 años de desempeñarme como productora de programas de televisión en el género educativo, se me cruza en el camino la posibilidad de entrar en un mundo nuevo para mí: el de las noticias. Y aunque ya contaba con algunos años de experiencia en el medio, mi zona de confort me indicaba que debía continuar en la producción de programas en *Teleamiga*, la empresa donde prestaba mis servicios, donde no solo contaba con el reconocimiento de mis superiores y compañeros, sino con el dominio del oficio.

A pesar de esto, apelando a mi yo racional que siempre ha prevalecido frente a mi yo emocional, decidí dejar de lado los temores y arriesgarme a entrar en este mundo desconocido de las noticias, donde me encontré con dinámicas, tiempos, estilos, narrativas y requerimientos diferentes que obligaban de mi parte una serie de competencias que debía tener para estar a la altura de mis nuevos colegas. Pero, antes de ahondar en esta experiencia con los noticieros, de la cual voy a hacer un análisis a lo largo de este texto, es importante ubicar estos noticieros en el marco de la historia de los informativos a Colombia y su evolución.

Breve reseña histórica de los noticieros en Colombia

Dice una frase popular, que “el que no conoce su historia está condenado a repetirla” y quise traerla a este análisis ya que considero necesario saber de dónde vienen nuestros noticieros y cómo nacieron para entender su evolución y lo que son hoy en día, porque a pesar de que han pasado más de 50 años, todavía guardamos algunas características propias de la época, como el tema de los patrocinios en los informativos. Narran quienes han estudiado la historia de los noticieros, que al tiempo con la emisión de los primeros programas de televisión en Colombia en el año 1954, se sumó la retransmisión de un noticiero enviado desde los Estados Unidos. El primer programa de carácter informativo producido en su totalidad en el país fue: “*El Mundo al Vuelo*”, patrocinado por la aerolínea Avianca, el cual se emitía a las siete de la noche de lunes a sábado. Tiempo después nació

un segundo noticiero conocido como: *Noticiero Económico Suramericana* cuya emisión estaba a las nueve de la noche. En 1965 se creó el primer programa informativo al mediodía denominado: “*TV Mundo*”. Cada uno de estos programas tenía una característica en común: eran patrocinados por una o varias empresas que de entrada exigían que su nombre apareciera en la referencia del noticiero o que la pauta apareciera visible en el transcurso del noticiero. Esto no difiere del funcionamiento de este tipo de programas hoy en día, pues el común denominador es observar diferentes tipos de patrocinio: al inicio del noticiero, en las cortinillas de paso a secciones, dentro de los bloques informativos a manera de menciones hechas por el presentador (con o sin gráficos alusivos a la empresa o producto patrocinador) al final de la emisión y en las mismas pautas comerciales.

Durante los primeros años solo existía una canal de televisión, y toda la programación era emitida por este, pero para 1967 nació un nuevo canal, que inicialmente se llamó “*Teletigre*” que era un canal local para Bogotá creado por Consuelo de Montejo, una popular líder política de la ciudad. El canal funcionó durante tres años y pasó a ser el anteriormente conocido “*Canal 9*”, después “*Canal A*” y ahora “*Canal Institucional*”. Banrepcultural.org (2005).

El esquema mixto de la televisión colombiana, en el que el Estado era el dueño de los canales y las empresas particulares (o programadoras) alquilaban los espacios y producían los programas, imponía horarios a los noticieros, que antes de la licitación de 1984 no se enfrentaban entre sí. De esta manera, nace la competencia por las franjas y la medición en los niveles de audiencia.

En 1992, el Estado colombiano abrió la licitación de nuevos espacios a las programadoras de la época y con ellas nacen reconocidos noticieros como el de *RCN*, *Caracol* y *CMI*. Tiempo después, con la entrada en operación de los canales privados en 1998 (*RCN Televisión* y *Caracol Televisión*), empezó una nueva etapa en los informativos nacionales. Cada uno tenía plena libertad en sus parrillas de programación y el tipo de enfoque editorial, sin depender directamente del gobierno de turno. La duración de los informativos empezó a aumentar de manera paulatina ubicándose en diferentes horarios a conveniencia de cada una de las empresas y, en general, de manera enfrentada.

Paralelo a esta evolución y desarrollo de los dos canales privados, se fue desatando una crisis al interior de los canales nacionales, generando una quiebra económica en la mayoría de programadoras, las cuales salieron del aire. Solo algunas de ellas lograron sobrevivir y hoy en día se mantienen vigentes con espacios informativos.

En 2007, año en el que corría a la nueva licitación, sólo quedaban dos noticieros en la televisión pública, *Noticias Uno* y *CM&*, ambos en el *Canal Uno* (el *Canal A* fue convertido en el *Canal Institucional* en el año 2004). También en 2007, Jorge Barón TV lanzó su noticiero, en el *Canal Uno*, llamado *Telepaís*. Hoy en día, estos son los cuatro únicos informativos de la televisión nacional pública abierta realizados por programadoras privadas.

Los canales locales y regionales, públicos y privados lograron también en estos últimos años posicionar sus franjas informativas. Casos como de *CityTv* en Bogotá de propiedad de la Casa Editorial El Tiempo, impuso un nuevo estilo de noticias basado en la reportería ciudadana y la videografía en la cual el periodista asumió un papel integral tanto en la narrativa noticiosa como en la audiovisual para contar la noticia. En la actualidad trabajan con varias emisiones, de media y una hora.

Los canales de televisión por cable también fueron protagonistas en esta reciente historia de los informativos. En la actualidad tres canales dedican la totalidad de su parrilla de programación a las noticias: *NTN24* de propiedad de la Organización Ardila Lulle, *Cablenoticias*, cuya propiedad es de empresarios venezolanos, liderados por Alberto Federico Ravell, ex propietario y exdirector del entonces clausurado Canal *Globovisión* y *Canal El Tiempo*, de propiedad de la Casa Editorial El Tiempo. En el 2013 se lanzó un espacio informativo llamado *RED + Noticias* en el canal de televisión por suscripción Día TV, que se transmite de lunes a viernes de 8:00 p.m. a 9:00 p.m. bajo la dirección del reconocido periodista y Álvaro García y cuya propiedad pertenece a la empresa Claro.

Telepaís: “Con nuestra gente al día”

Mi llegada al mundo de los noticieros fue en el año 2008, cuando ingresé a *Telepaís*, de la programadora Jorge Barón Televisión, una de las pocas que logró sobrevivir a la crisis por la entrada de los canales privados. Esta es una empresa sólida, con más de 40 años en el mercado del entretenimiento que un día decidió apostarle a la producción de un espacio dedicado a las noticias nacionales. Su emisión, en ese entonces, era de una hora y salía al aire a las 6 de la tarde por el *Canal Uno*. Su presentador y director, uno de los hombres que ha sido protagonista de la historia de nuestra televisión, el empresario del entretenimiento y animador Jorge Barón, o “Don Jorge”, como lo conoce la gente y como le decíamos en la empresa al cruzar con él en los pasillos del edificio ubicado en la calle 51 con carrera séptima.

Al ingresar a *Telepaís*, inicié una serie de aprendizajes en tiempo récord, que iban desde estar permanentemente actualizada, lo que en el medio llamamos “tener el mundo en la cabeza”, hasta el dominio del lenguaje audiovisual, que alguna vez vi en la universidad y que luego reforcé en el hacer laboral, pero que ahora se centraba en la reportería. De ahí nacieron una serie de preguntas: ¿Cómo pararse frente a una cámara? ¿Cómo redactar para televisión? ¿Cómo adoptar una fuente y tener dominio del lenguaje y la actualidad referente a la misma? ¿Cómo determinar la importancia de una noticia y establecer lo que es noticia?

En un análisis hecho en Argentina respecto a la definición de un hecho noticioso y los factores que en él intervienen para tener esta categoría, se encontró que

“La excepcionalidad se encuentra en la rutina de las prácticas periodísticas. La rutinización de lo excepcional es la marca distintiva de la profesión, porque desde esa lógica operatoria se hace la noticia. De modo que el trabajo del periodista es encontrar la excepción o tener el saber para la selección del hecho excepcional y la competencia y las herramientas para hacerlo noticia” (Martini y Luchessi, 2004, p.110).

Como periodista debía entonces tener la capacidad de entender cuál es esa excepción del hecho, eso que lo hace diferente y que le da un valor agregado para convertirse en noticia. En medio de estas nuevas rutinas, descubrí que lo tecnológico también es importante en el hacer de un periodista, quien dentro de sus capacidades y competencias debe tener un dominio de ciertas herramientas que varían dependiendo del medio donde se trabaja. A mayor capacidad económica, mayor es la cantidad de recursos técnicos y tecnológicos con los que se cuenta para ejercer la labor periodística, pero en todo caso, siempre será un reto

al que estaremos enfrentados quienes trabajamos en el periodismo audiovisual. Campo Vidal afirma que: “*El desarrollo tecnológico es imparable, exige un nuevo tipo de profesional. Las narrativas se deben revisar y el reto es permanente, urgente, constante de la credibilidad para que nuestros contenidos tengan en la ciudadanía el respeto y el valor que se merecen*” (Comunicación personal, 2015).

En *Telepaís*, la rutina estaba marcada por dos condiciones: éramos pocos periodistas, y sin herramientas de transmisión en vivo, entonces debíamos salir a buscar la información y regresar a la programadora a las dos de la tarde, con un mínimo de cuatro temas (noticias) desarrollados. Al llegar, teníamos que redactar las notas en *Word* para ser sometidas a revisión por parte del jefe de redacción, luego solicitar imágenes de archivo en formato *Betacam* y subir el material que cada uno traía grabado (entrevistas, imágenes de apoyo y pasos en cámara) en tiempo real en formato *DVC Pro* o *Mini DV* en las salas de edición que cada uno tuviera asignado. Al final, y luego de varias horas de edición, se entregaban las notas editadas, cada una “bajada” (exportada) en *cassette* formato *Betacam* para ser reproducida en el máster de estudio donde se emitía el noticiero en directo. Esto nos enseñó a trabajar, como se le llama coloquialmente: “con las uñas”, pero sin duda fue una gran escuela. Sin embargo, la ausencia de las herramientas tecnológicas necesarias para la producción de noticias, hacían que los tiempos se alargaran y no se pudiera tener la inmediatez necesaria a la hora de informar. Y aunque mi trabajo como reportera finalizaba en el momento en que los informes salían al aire, era imposible no juzgar la puesta en escena del noticiero. Los equipos con que contaba y cuenta la programadora, en cuanto al máster de estudio se refiere son bastante antiguos, mantiene las *VTR* o máquinas reproductoras del material en formato *Betacam*, lo que resta calidad a la imagen.

En relación con los encuadres, *Telepaís* mantiene un lenguaje audiovisual fijo, con tres cámaras en estudio, una de ellas con la posibilidad de hacer movimiento de *dolly* (cámara que se mueve de izquierda a derecha o al revés sobre un riel dando un aspecto de continuidad o seguimiento en el movimiento). Se mantiene un plano medio clásico en noticias, ajustado hacia la derecha para que a la izquierda de la pantalla se ubique el *wipe* (imagen alusiva a la noticia que va a salir al aire y que se pone a un lado del presentador para hacer referencia a la noticia que viene). Los movimientos con el *dolly* se hacen solo

para hacer “transiciones” con música de identificación del noticiero al entrar de pausa y cuando se va a cambiar radicalmente de tema en la continuidad.

Cablenoticias: “24 horas de información”

Un día, sin esperarlo ni estarlo buscando, recibí una propuesta de un colega con quien cubríamos la fuente de Altas Cortes y Procuraduría para trabajar en *Cablenoticias*. En alguna ocasión, había ido por casualidad pero nunca estuvo dentro de mis planes ingresar a formar parte del equipo de esta casa periodística. Decidí aceptar la invitación, tras una insistente solicitud por parte de mi colega, luego de presentar algunas pruebas de rigor ingresé un 22 de noviembre del año 2010. Mi función: cubrir la misma fuente en la que ya completaba dos años de experiencia, pues es común en el mundo periodístico en general lograr cierta experticia en el cubrimiento de determinadas fuentes que luego se convierte en un factor de ubicación laboral que reconoce dicha experiencia en al cual se acumula una capacidad de relación con los actores de esa fuente y un dominio o conocimiento específico de los temas propios de dicha fuente.

En *Cablenoticias* me encontré con una forma de trabajo completamente diferente a la de *Telepaís*. El espacio de la redacción es mucho más grande, al igual que el número de periodistas que la integran, la estructura organizacional es más definida y las herramientas tecnológicas para la producción del noticiero mucho más avanzadas. De entrada, me encuentro con la sorpresa del *I News*, una plataforma comúnmente utilizada en los noticieros de diferentes canales para armar continuidades y para que los periodistas redacten sus notas. Esta hace que no se gaste papel y que la redacción sea mucho más rápida para los reporteros y la revisión también más ágil para los coordinadores, jefes de emisión y director. Cada nota, *voice over* o cualquier tipo de imagen recibe un código o ID con el cual llega a edición y se publica para luego salir al aire sin necesidad de bajar en *cassettes*. Al principio toma un poco de tiempo acostumbrarse a esta dinámica pero luego uno se concientiza de la importancia de esta plataforma, teniendo en cuenta que a diferencia de *Telepaís*, en *Cablenoticias* son varias las emisiones durante todo el día.

En la reportería no debíamos cumplir con un número determinado de notas sino identificar claramente y hacer seguimiento a aquello que era noticia en cada fuente, para no salir ‘chiviados’ frente a otros medios y especialmente frente a nuestra competencia directa que es el *Canal El Tiempo*. Esta nueva casa periodística me ofrecía la posibilidad de salir en directo desde el lugar de la noticia, lo cual representaba un nuevo reto muy importante ya que ponía a prueba un aspecto que hasta el momento no había experimentado y es el del ‘en vivo’ que requiere una mayor habilidad para la improvisación durante el tiempo requerido, una seguridad en el manejo de la información y en la postura corporal y un adecuado manejo del lenguaje audiovisual.

El archivo es otro avance importante de *Cablenoticias* frente a *Telepaís*. En esta nueva casa, las imágenes que va haciendo cada periodista y el archivo histórico se guarda en una plataforma que permite tener el material en un sistema y no en *cassettes*, esto hace que no se pierda calidad en la imagen y que se agilicen los procesos de búsqueda de material, de visualización y de edición. Cada periodista solicita las imágenes que necesita a través de un chat interno y minutos después ese material llega directamente a las salas de edición (*avid*) para que cada reportero pueda sentarse con el editor a montar sus notas.

Luego de dos años cumpliendo mi labor en *Cablenoticias* se presentó la oportunidad de asumir un nuevo reto: hacer coordinación periodística. Esto, representaba un desafío porque era abandonar la reportería para quedarme en la redacción, detrás de cámaras, haciendo una labor de acompañamiento a los periodistas en cuanto a la revisión de sus notas y también una responsabilidad de vigilar que la continuidad del noticiero salga al aire como debe salir, en el orden que fue preestablecida por el Jefe de Emisión y con la calidad de contenido necesaria.

Estos cargos relacionados con seleccionar y decidir el orden jerárquico y lo que va o no al aire están emparentados con lo que desde la teoría se denominan los “*gatekeepers*”, propuesta por Kurt Lewin durante un estudio hecho en 1974. Lewin plantea la figura de un “*portero*” que se convierte en un filtro de lo que “*entra o no*”, en este caso particular hablando sobre el tema de lo noticiable: “*Las decisiones del gatekeeper no son realizadas sobre una base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien en relación a un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos, como la*

eficiencia, la producción de noticias, la velocidad” (Robinson, 1981, P. 97). Por supuesto para ejercer este tipo de cargos se requiere haber estado varios años en el campo de la reportería, tener un amplio manejo de las fuentes, poseer habilidades para la redacción y una buena ortografía, además de tener un criterio definido para saber si lo que propone el periodista en un consejo de redacción es noticiable, ya que de las decisiones que tome el “*gatekeeper*” dependerá la continuidad del noticiero, su calidad en contenido y por tanto, su posterior éxito a nivel de audiencia.

La preparación y la actualización no termina, en este momento el canal se enfrenta a un cambio del formato análogo al de alta definición, motivo por el cual en la actualidad nos estamos capacitando con ingenieros extranjeros en el manejo de nuevas tecnologías para cada área que interviene en la producción de los noticieros. Esto demandará un esfuerzo superior ya que el nuevo sistema permitirá mayor campo de acción a nivel visual, pero a su vez una facilidad por parte del equipo periodístico que integramos el canal en el aprendizaje y operatividad de estas nuevas tecnologías.

Para Julio de la Rue, director de *Cablenoticias*, el hecho de estar en medio de un drástico cambio tecnológico implica una serie de cambios por parte de los periodistas y del personal de producción en general: “*Ya no es el hecho de contar por contar, de registrar por registrar, no es lo mismo tener una pantalla 4/3 que una 16/9, esto hace que el discurso cambie y que la calidad tanto narrativa como de contenido sea mayor*” (Comunicación personal, 2015).

Cada una de las áreas inmersas en las rutinas de producción tendrá nuevas plataformas tecnológicas con las cuales se soportará la puesta en escena del noticiero. Los cambios implicarán una capacidad para manejar cámaras formato *HD*, máster de estudio adecuado con sus respectivos equipos *HD*, programas especializados para operar las *VTR* (*video tape recorder*), el generador de caracteres (títulos y *banners*), un nuevo sistema para el mezclador de video o *switcher*, la consola de audio, la consola de luces y transformaciones en la plataforma para elaborar la continuidad del noticiero (guión y orden de salida al aire de las notas).

Con la llegada de la tecnología *HD* y en general de cualquier avance tecnológico en el periodismo audiovisual, “*ya no es suficiente que el periodista este bien informado, ahora*

debe estar en la capacidad de hacer análisis y de aportar datos de contexto más allá del simple hecho noticioso” (...) “Los tiempos, las tecnologías llevan a que la gente quiera la información rápida, concreta pero diferente y con valores agregados”(2015) asegura Julio de la Rue para referirse a los retos que traerá el hecho de vivir esta transición tecnológica, para quienes trabajamos en *Cablenoticias*.

Tabla 1

Comparativo de recursos tecnológicos para la producción de noticias

ITEMS	TELEPAÍS	CABLENOTICIAS
Formato de grabación	<i>DVC Pro y Mini DV</i>	Tarjeta P2
Tipos de cámaras	Estudio y exteriores <i>DVC Pro y MiniDV</i>	Estudio y exteriores P2
Salas de edición	Lineal y No lineal <i>Premiere</i> y una <i>Avid Newscutter</i>	No lineal, <i>Avid Newscutter</i> y tres salas <i>Final Cut</i>
Sistema de emisión al aire	Análogo	Análogo y próximamente <i>HD</i>
Formato de continuidad	<i>Word</i>	<i>INews</i> y próximamente <i>Octopus</i>
Número de emisiones	Una emisión diaria de una hora	7 emisiones diarias del noticiero de una hora más las de los programas especializados con un promedio de media hora de duración.
Tiempo al aire	30 minutos	60 minutos
Formato de archivo	<i>Betacam y DVC PRO</i>	En sistema

Elaboración propia de la autora

En este cuadro comparativo se puede apreciar las diferencias puntuales entre las herramientas tecnológicas con que cuenta *Telepaís* en comparación con *Cablenoticias* tanto para la producción de reportería como para la puesta en escena de los noticieros, estos elementos cobran protagonismo e influyen en las narrativas audiovisuales porque la forma

de contar la noticia puede variar dependiendo de estos elementos, con lo cual se puede crear intencionalidad o relevancia a una noticia a través de las imágenes, el sonido, los colores, los textos en pantalla y la voz.

Narrativas noticiosas audiovisuales... Contando historias

Desde el punto de vista epistemológico, la narrativa audiovisual es una construcción relatada por un personaje que cuenta una historia desde un punto de vista determinado. En la narrativa es importante diferenciar el relato de la historia. En el relato hay una serie de acontecimientos que le ocurren a un personaje y lo implican de manera parecida a la historia (en el caso de los noticieros al hecho de la realidad social que se ha seleccionado como noticiable). La narración o relato no deja entonces de ser más que una representación de la realidad en la cual los acontecimientos se presentan en el tiempo, existe una sucesión temporal (con independencia de las alteraciones temporales que presente el discurso), pero siempre acontecen en un tiempo determinado. Por su parte, la historia son aquellos hechos y acontecimientos que ocurren a un personaje en un tiempo y espacio concretos, los cuales no están en su totalidad referidos en el relato, en otras palabras la historia es el contenido al cual se le da forma mediante la narración o relato.

En el periodismo, esta teoría funciona igual: el contenido de la narración noticiosa audiovisual es la historia, aquel acontecimiento de la realidad social que se ha seleccionado como noticiable, que a su vez es el qué de la narración o lo que nos están contando y el discurso o relato es el cómo, cómo se nos presenta esa narración es en sí misma la noticia tal cual como es construida por el periodista (incluye el lenguaje que utiliza el periodista y el medio para dar a conocer la información). La narración audiovisual necesita un narrador y en la elaboración de las noticias, dicho narrador es el periodista, una historia (el hecho noticiable) y un punto de vista desde el que se nos cuenta esa historia que generalmente se divide en cuatro partes; el personaje, espacio, tiempo y los acontecimientos en los que se desarrolla la noticia.

A nivel de imagen, se le llama narrativa a todo aquello que permite “pintar” la información que se está transmitiendo, bien sea a través de la puesta en escena de la emisión del mismo como en la forma de contar la noticia por parte de los periodistas; todo esto permite crear una identidad propia del noticiero que va más allá de la línea editorial. A través de los dos elementos básicos audiovisuales: imagen y sonido en conjugación con herramientas tecnológicas, especialmente diseñadas para la producción de noticias, se facilita que el televidente reconozca un noticiero de acuerdo a su imagen y estructura particular. A este diseño visual se le suma el enfoque que le da cada presentador y/o reportero, tanto en lo verbal como en lo escrito, de acuerdo a lo preestablecido por la redacción del medio y a la intencionalidad que requiera la información que se está transmitiendo.

Hablar de narrativas noticiosas implica pensar en términos de discurso o relato, teniendo en cuenta que el contenido de este tipo de programas de televisión va más allá del simple mensaje informativo y se convierte en un complejo de contenido periodístico, imágenes, texto y audio, todo de manera articulada. *“Los medios de comunicación constituyen una puesta en escena discursiva de los fenómenos que son lo cotidiano de la información, este discurso mediático no es otra cosa que una configuración espacio – temporal de sentido. Los enunciados son entonces contruidos sobre elecciones que, conducen a una forma verbal y visual que da sentido”* (Antezana, 2009, pag. 110). Así las cosas, podemos decir que un noticiero es narración porque su acción es la de contar noticias y el sentido de esa narración es representar una realidad. Pero por otro lado, cada noticia es una narración que asume un orden y una intencionalidad para las acciones sobre las que se informa.

Partiendo de la base de que la noticia es ante todo un discurso con un contenido propio y que debe ser apoyado con imágenes y sonidos congruentes y que le den vida e identidad al hecho noticioso, es necesario hablar de ciertos vacíos en los que caemos los periodistas por el afán de publicar una noticia, sin detenernos a pensar en el cómo lo vamos a hacer para evitar distorsionar la información. A diario vemos en la mayor parte de noticieros y me incluyo, que las noticias que salen al aire se “tapan” o apoyan con imágenes de archivo que muchas veces se notan desactualizadas o que no corresponden con la información que se está dando o sencillamente nos basamos como periodistas en darle prioridad a los

testimonios que utilizamos, bien sea de las fuentes oficiales o de otro tipo de fuentes para editar la noticia. De esta manera, una nota de un minuto y medio o dos minutos, gasta la mayor parte del tiempo en mostrar declaraciones o testimonios, más no imágenes o sonidos que armonicen la información y le den sentido.

Otro de los errores en los que frecuentemente caemos entre periodistas, es el de pensar que somos el centro de la información, aspecto que es muy frecuente en las transmisiones en directo, sale el comunicador frente a la cámara hablando de un hecho noticioso y nunca le da paso a que el televidente pueda ver lo que está ocurriendo mediante el movimiento de su cámara o simplemente apoyándose en imágenes rodadas desde el máster de estudio de cada noticiero mediante el *VTR (Video Tape Recorder)* o reproductor de video. Estos errores que son tan sencillos de corregir, son un reto personal para cada uno de nosotros que desde nuestro hacer podemos empezar a modificar. No olvidar que somos un canal entre la historia y el televidente y que como tal debemos crear un discurso, una forma, un cómo y ese cómo se crea a través de unas narrativas conformadas por imágenes, sonido y contenido textual que debe estar articulado de manera tal que la información sea clara y lo más completa posible.

En su mayoría, incluyendo los dos medios en los que he trabajado, se utilizan parámetros definidos para establecer las narrativas audiovisuales que se pondrán en marcha para la identificación del noticiero y casi siempre se convierten en una regla de oro que no se puede modificar, hasta que los encargados lo decidan.

Aspectos como la musicalización tanto del cabezote (entrada y salida) del noticiero como la “noticia en desarrollo”, “último minuto”, “exclusivo” y “en vivo” son determinantes a la hora de darle protagonismo a una noticia en particular. Esto resulta altamente efectivo en términos de audiencia, ya que ciertas pistas musicales con determinada intensidad en sus características sonoras se convierten en un “gancho” que de inmediato atrae la atención del televidente. Por esto, no es extraño que sin estar viendo el televisor, uno identifique un noticiero por su musicalización y en especial cuando es una información importante a la cual se le pone una “cortina” o música de fondo mientras se cuenta la noticia o se va en directo hasta el lugar donde se produce la información.

Con respecto al video, igualmente se utilizan “cortinillas” que son graficaciones acompañadas con música, la cuales se usan para darle paso a una noticia de relevancia o a una transmisión en directo que requiere un anuncio de este tipo. Igual que en el caso anterior, se utiliza para llamar la atención del televidente y demostrar que esa información es importante o quizás acaba de suceder. Las cortinillas van precedidas de un texto previo por parte del presentador y posteriormente de una transmisión en directo, bien sea con el reportero en campo o con imágenes en directo provenientes de agencias de noticias, en especial cuando hablamos de información internacional en desarrollo.

A estas transmisiones en directo, se le suman algunas herramientas tecnológicas que permiten poner en pantalla, mediante el *switcher* (mezcladora de video) unas “cajas” o recuadros en los cuales se puede dividir la imagen para tener al presentador del noticiero, a sus reporteros, al lugar de la noticia y algunas veces hasta imágenes de apoyo previamente editadas y entortadas en “VTR” que permiten darle agilidad a la noticia y “adornar”, si se quiere, la información que el periodista está contando para ser agradable visualmente. Algunos medios, dependiendo de sus recursos técnicos le apuestan a la multipantalla mediante la cual se puede ir a diferentes lugares en remoto (con señales en directo) y así generar una impresión de inmediatez y amplia cobertura del medio de comunicación, por parte del televidente. Esta estrategia es comúnmente utilizada en transmisiones especiales como en jornadas electorales o manifestaciones sociales.

Otro aspecto importante son los “*banners*” o textos que salen en la parte inferior de la pantalla y que permiten marcar las ideas principales de la noticia que está saliendo al aire. Estos son redactados por cada periodista y posteriormente subidos a una plataforma tecnológica especial, denominada: generador de caracteres, que permite ponerlos al aire en el momento de la emisión del noticiero. De esta manera, el televidente en una frase y sin necesidad de estar oyendo, se puede enterar del contenido con solo leer. En los *banners* se pone no solo las ideas más importantes que resumen el hecho noticioso, sino también el nombre de los personajes que aparecen como testimonio en las notas y la marcación del reportero desde el lugar de la noticia, todo guardando las reglas ortográficas y las abreviaturas de acuerdo al manual de estilo editorial que cada medio tiene establecido.

Una estrategia importante de los noticieros para generar mayores niveles de audiencia es la de procurar estar en directo desde los lugares donde se produce la noticia el mayor tiempo posible, mediante la utilización de los recursos tecnológicos para este tipo de transmisiones como lo son: Microondas, *Fly*, *Live U*, *Ibis*, *Streaming* y *Skype* que utilizan diferentes configuraciones para emitir una señal en vivo. Las siguientes son las características aprendidas sobre cada una de estas posibilidades de transmisión en vivo a partir de la experiencia de trabajo como reportera:

La **Microondas** es un sistema utilizado para transmitir una señal de audio y video de un punto A: EMISOR a un punto B: RECEPTOR. Regularmente se ubican en sitios altos para su instalación como edificios o cerros para evitar cualquier obstáculo como árboles o edificios que impida el paso de las ondas. Para la comunicación de microondas terrestres se deben usar antenas parabólicas, las cuales deben estar alineadas o tener visión directa entre ellas, además entre mayor sea la altura mayor el alcance, sus problemas se dan por pérdidas de datos por atenuación e interferencias, y es muy sensible a las malas condiciones atmosféricas.

La ***Fly Away*** es un sistema de transmisión utilizado para subir una señal de audio y video a un satélite, la cual puede ser bajada por un receptor en cualquier lugar del mundo. (Emisor y receptor deben trabajar con el mismo satélite) se debe solicitar el segmento (espacio) en el satélite al proveedor correspondiente y funciona para transmisiones en directo.

El ***Live U*** es un maletín que permite enviar vídeo y audio desde cualquier lugar con cobertura móvil y conectada a cualquier cámara, sin necesidad de tener el soporte del satélite. Es capaz de crear de manera virtual un canal de transmisión de alta capacidad y elevada fiabilidad mediante la agregación de los diferentes canales individuales y utilizando señal de internet. Entre las principales ventajas del sistema de *LiveU* destaca su calidad por su capacidad para transmitir hasta 2,5 Mbps, su fiabilidad al trabajar con todos los operadores nacionales de telefonía móvil en paralelo, la movilidad ya que permite emitir en movimiento desde el lugar donde se desplace el operador de cámara, la rapidez porque se

está “en el aire” en menos de un minuto, la facilidad de uso de su pantalla táctil intuitiva, y su precio en comparación con cualquier otro medio de transmisión.

El **Streaming** es un tipo de tecnología para transmitir en directo mediante un búfer de datos que va almacenando lo que se va descargando en la estación del usuario para luego mostrarle el material descargado. Esto se contrapone al mecanismo de descarga de archivos, que requiere que el usuario descargue por completo los archivos para poder acceder a su contenido. El *streaming* requiere una conexión por lo menos de igual ancho de banda que la tasa de transmisión del servicio.

El **Ibis** es un sistema de transmisión y grabación de video y audio, para aplicaciones móviles con conexión directa de internet. Posee un servidor *web* integrado para acceso a imágenes en directo a través de uno o varios *modem* dependiendo de la capacidad que se requiera de señal para enviar imágenes.

El **Skype** es un *software* que permite comunicaciones de texto, voz y vídeo mediante conexión a Internet. El código y protocolo de *Skype* permanecen cerrados y son privativos de la aplicación, pero los usuarios interesados pueden descargar gratuitamente la aplicación ejecutable del sitio *web* oficial. Los usuarios de esta plataforma pueden hablar entre ellos gratuitamente y para el caso de televisión, se pueden hacer transmisiones desde teléfonos o dispositivos móviles con una calidad de imagen aceptable.

Cada una de estas herramientas de transmisión tiene sus pros y sus contras, dependiendo de sus características técnicas y del momento y lugar en el que vayan a ser utilizados, ya que en cada uno, factores externos pueden llegar a alterar su adecuado funcionamiento. Los que trabajan con señal de telefonía celular (*módems*), como lo son el *Live U* y el *Ibis* requieren de un lugar donde no haya mucha aglomeración de personas que puedan estar utilizando sus móviles al tiempo ya que se satura la señal disponible y dependiendo del operador se bajaría la capacidad del modem, lo que hace que tanto la imagen como el sonido se distorsionen o tiendan a congelarse. Para el caso del *streaming* y el *skype*, que trabajan con

internet, básicamente es necesario que el lugar de transmisión cuente con una alta capacidad en señal, ya que de lo contrario sería imposible emitir las imágenes; Al estar condicionados al internet, suelen ser los que mayores problemas registran en cuanto a transmisiones en vivo, porque las imágenes se pixelan o congelan con frecuencia, haciendo difícil esta labor. Frente a la Microondas y la *Fly Away*, podemos decir que son las herramientas de transmisión que poseen mayor calidad de imagen y sonido ya que utilizan, antenas repetidoras y señal satélite respectivamente; Sin embargo, su mayor inconveniente es la infraestructura que poseen y el tiempo que requieren para ser instalados en un lugar determinado, lo que hace difícil que el equipo se pueda mover con facilidad de un lugar a otro. Para el caso de la Microondas, el factor climático puede llegar a afectar su señal, mientras que para la *Fly Away* se requiere conectar la antena a una planta de energía que permite que esta pueda funcionar y conectarse a unos parámetros satelitales determinados.

Sin embargo, en medio de estas reflexiones acerca del periodista visto desde las narrativas audiovisuales y su rol como parte de una gestión en la cual convive permanentemente con lo tecnológico, es imposible desconocer algunas reflexiones hechas por el maestro del periodismo Ryszard Kapuscinski⁴ para comprender que no se nos debe olvidar las bases que debemos tener para no perder nuestra identidad en medio de la marea tecnológica.

Ahora el mundo de los medios de comunicación ha cambiado radicalmente. La revolución tecnológica ha creado una nueva clase de periodista. En Estados Unidos les llaman media worker. Los periodistas al estilo clásico son ahora una minoría. La mayoría no sabe ni escribir, en sentido profesional, claro. Este tipo de periodistas no tiene problemas éticos ni profesionales, ya no se hace preguntas. Antes, ser periodista era una manera de vivir, una profesión para toda la vida, una razón para vivir, una identidad. (Kapuscinski, 2002)

Rutinas periodísticas y lo que hay más allá

4 Ryszard Kapuscinski es considerado el maestro del periodismo por sus investigaciones y reflexiones sobre el oficio, desde un punto de vista más humano que académico. En el 2002, brindó una conferencia para el diario *El País* de España, que sus asistentes denominaron: “Lección Magistral” en la cual se expuso 10 reflexiones respecto al verdadero papel del periodista en la actualidad.

Hablar de rutinas periodísticas, es para nosotros los periodistas una realidad a la que nos enfrentamos día a día. A diferencia de otras profesiones u oficios, este demanda gran parte de nuestro tiempo, convirtiéndose en una labor que ocupa días enteros y fines de semana en los cuales se “debería” descansar. Es una tarea sacrificada ya que, como lo dice una frase popular dentro del medio “la noticia no duerme” y en realidad es así. El mundo se mueve, los sucesos igual y con ellos las reacciones que se generan en los ciudadanos, todas estas transformaciones sociales son las que a diario y casi “sin descanso” debemos registrar.

Esta es una profesión muy exigente. Todas lo son, pero la nuestra de manera particular. El motivo es que nosotros convivimos con ella veinticuatro horas al día. No podemos cerrar nuestra oficina a las cuatro de la tarde y ocuparnos de otras actividades. Éste es un trabajo que ocupa toda nuestra vida, no hay otro modo de ejercitarlo. O, al menos, de hacerlo de un modo perfecto. (Kapuscinski, 2002)

Pero entremos en materia respecto a estas rutinas periodísticas en el hacer audiovisual: generalmente suelen ser las mismas de la radio y la prensa, desde el momento en el que se decide lo que es noticia, pasando por el proceso de búsqueda de esa información y desarrollo de la misma a través de las fuentes, hasta cuando el material es procesado, editado y convertido en un informe periodístico. Sin embargo, cada medio en su línea editorial decide el tipo de rutinas que establece dependiendo de su estructura productiva, la intensidad de emisiones al aire, su enfoque y su capacidad tecnológica.

Las rutinas responden a las características tecnológicas y cognitivas de cada tipo de medio. La rutinización del trabajo permite la organización y la eficacia de una tarea que está “perseguida” por los tiempos y por la compleja relación con las fuentes de información y el interés público (Martini y Luchessi, 2004, p.67).

En medio de estas rutinas, que como lo analizan Martini y Luchessi, son productivas y permiten una organización y eficacia en el hacer periodístico, se debe definir en primer lugar los temas a investigar en el consejo de redacción, donde participan los periodistas, el jefe de emisión, el jefe de redacción, el productor del noticiero y el director de contenido. Allí, cada periodista propone una o varias noticias y dependiendo de la coyuntura, los encargados deciden que se acepta y que no. Posteriormente cada periodista sale a la calle, acompañado de un camarógrafo y en algunos casos un asistente de cámara a conseguir el material para armar sus noticias, consistente en tomas de apoyo, entrevistas, videos y

testimonios que le puedan servir para apoyar su informe. Dependiendo de la importancia de la noticia, los jefes de emisión deciden si el informe se emite en directo con el periodista desde el lugar de la noticia, dándole paso a una o varias notas, o si sencillamente regresa a las instalaciones del canal con su material para montarlo en edición y que la nota sea emitida como un *VTR (video tape recorder)* normal en el noticiero.

Ya dentro del canal, cada jefe de emisión, acompañado de su personal de ayuda y siguiendo las instrucciones de contenido dadas por el director, monta la continuidad o guión – escaleta de cada noticiero, dándole una jerarquía a las noticias y procurando que se organicen de manera tal que los temas no queden mezclados y que los tiempos coincidan (que la duración de las notas no sobrepase el tiempo límite establecido por el medio de comunicación, que generalmente es de dos minutos máximo). En medio de este proceso se hace una vigilancia permanente y casi previa al estilo en la redacción de cada nota y por supuesto la ortografía en los *banners* y créditos que saldrán al aire. Esto es indispensable para evitar errores que le resten credibilidad y calidad en la información.

Tanto la continuidad del noticiero como las notas se montan en una plataforma especial que varía dependiendo de cada medio de comunicación pero que casi siempre es *I News*, la cual permite organizar los bloques temáticos de manera tal que se ajusten a los tiempos establecidos para cada emisión. En este sistema se puede redactar, corregir, agregar información, crear banners y créditos, redactar los *innes* o textos de los presentadores, poner cortinillas o cabezotes que identifican secciones dentro del noticiero, pautas publicitarias y llevar el conteo de los tiempos para evitar sobrepasar el estimado para cada bloque y para la duración total de la emisión.

En cuanto a las narrativas, que es otro aspecto que va directamente ligado a las rutinas noticiosas audiovisuales, varían dependiendo de muchos factores, entre ellos las TIC con que cuenta el medio de comunicación, la línea editorial del mismo y los intereses económicos del conglomerado empresarial o grupo propietario del medio. “*El entorno del mundo mediático exige la articulación de cuatro vertientes distintas y a la vez complementarias: socioeconómica, comunicacional periodística y el estudio de los públicos*” (Reig, 2007).

Es así como a mayor capacidad económica, el medio busca aumentar los recursos y herramientas disponibles para la puesta en escena de un noticiero, para con esto subir los niveles de audiencia y hacer más llamativa la presentación de las noticias. Para esto, en algunos casos se adquieren multipantallas, se usan colores llamativos, que no se salgan de la paleta de colores que identifican al medio de comunicación, se busca estar la mayor parte del tiempo “en directo” desde varios puntos de la noticia, usando lo largo y ancho de la pantalla para ubicar recuadros con la mayor cantidad de señales posibles y así demostrar capacidad de cobertura por parte del medio en comparación con su competencia. Casos como el de RCN Televisión, son un claro ejemplo de esta inversión en tecnología, que es utilizada para darle un giro de 180 grados a la puesta en escena del noticiero, todo en función de unos niveles de audiencia.

Sin embargo, en medio de las ventajas a nivel visual que conlleva tener un muy buen presupuesto para mejorar a nivel de despliegue tecnológico, está el paradigma de la función del periodista como articulador de esas herramientas y sus habilidades para contar la noticia. Porque no es suficiente el tener muchos recursos visuales para transmitir una noticia, si estos se quedan cortos ante la falta de conocimientos necesarios sobre la noticia por parte del comunicador, más allá del cómo, cuándo, dónde, quién y qué.

Es en este punto del eslabón de la cadena productiva noticiosa, donde se evidencia que la calidad en la información parte de un muy buen conocimiento de la información por parte del comunicador quien debe contar con las habilidades necesarias para ir más allá de la noticia y ser capaz de darle al televidente un contenido que le permita analizar ese hecho noticioso desde varios ángulos para que sea él mismo quien juzgue sobre la noticia y no el periodista queriendo vender una idea o repitiendo lo que ve, que al final es lo mismo que ve el ciudadano que está frente a su televisor pero que desea saber más. *“La noticia debe servir para aumentar el conocimiento del otro, el respeto del otro. Las guerras siempre empiezan mucho antes de que se oiga el primer disparo, comienza con un cambio del vocabulario en los medios”* (Kapuscinski, 2002). Ese conocimiento solo lo puede aportar un periodista que se adelante a los hechos y esté contextualizado de lo que va a informar, un periodista capaz de analizar, confrontar fuentes, establecer relaciones y argumentar. Todo esto, no se obtiene, ni se logra con herramientas tecnológicas avanzadas, esto es un

valor que solo el periodista en su interior y con una capacidad de pensar los hechos sociales lo puede desarrollar, para luego transmitirlo a su audiencia.

El periodismo no es solo un oficio para espabilados que persiguen supuestas “bombas” informativas. Es también una labor intelectual de análisis de los acontecimientos. Y los acontecimientos tienen una perspectiva histórica, unas causas profundas y próximas, unas técnicas para lograr asimilarlos, unas formas redaccionales de ser presentados, unas tecnologías para colocarlos ante los ojos y los oídos del receptor. (Martini y Luchessi, 2004, p.74)

La economía política de la empresa periodística

Los comunicadores, nos vemos enfrentados a diferentes situaciones que nos confrontan en nuestra ética pero que a la vez nos definen y perfeccionan como profesionales de la comunicación, sujetos en el negocio de la empresa periodística. Estas situaciones pasan por aspectos como: la ideología política del medio, los socios o patrocinadores, los intereses económicos de los propietarios y las brechas que esto genera entre el hacer un periodismo de calidad y en la medida de lo posible “imparcial”⁵. El hecho de someterse a los condicionamientos en los enfoques de una noticia, los temas, la restricción o prohibición de entrevistar a tales o cuales personajes, que no van con la ideología del medio, hasta la obligación de tener que usar en el lenguaje, una serie de términos “calificativos” que pueden llegar a prejuzgar a una persona, movimiento social o sector de la sociedad, nos llevan a ser conscientes de la existencia esa “telaraña” de la economía política, como la denomina Ramón Reig (2007), directamente relacionada con los medios de comunicación que confronta la ética periodística.

5 Perelman, Ch. (1989) asegura que ser imparcial no es ser objetivo, es formar parte del mismo grupo que aquellos a los que se juzga o de quienes se habla, sin haber tomado partido de antemano por ninguno de ellos. Tratado de la Argumentación, Cap. Argumentación y compromiso, P. 113

La misión de los medios de comunicación es la de contar la verdad, pero ¿qué verdad? La información que suministran los periodistas está condicionada por diferentes factores internos y externos, que acaban contribuyendo a deformar esa verdad absoluta e ideal, al igual que sucede en los procesos de comunicación humana. Internamente, actúan como condicionantes del periodista, los conocimientos, la personalidad y los prejuicios del propio redactor, así como la línea editorial del medio para el que trabaja; (...) Externamente influyen las deformaciones producidas por las fuentes que le proporcionan la materia prima informativa, los grupos de presión que tratan de interferir en la política informativa de cualquier medio de comunicación y la propia audiencia. A estas presiones, debemos añadir la propia presión del medio. Los medios de comunicación son empresas con las mismas limitaciones económicas y técnicas que el resto de empresas y los periodistas son simples asalariados en una estructura burocrática y jerarquizada como cualquier otra. (Rojo Villada, 2003, p. 100 -101)

Como indica Rojo Villada, dos limitantes cuestionan la veracidad de la información que entregamos como periodistas: por un lado la exigencia por parte de una fuente que trata de manipular al comunicador para que dirija la noticia a conveniencia del lugar de origen, algo que suele suceder especialmente con fuentes gubernamentales. Y por otro lado está la presión del mismo medio, donde sus limitaciones económicas le obligan a depender del dinero que aportan socios o patrocinadores, que a su vez tienen intereses económicos o políticos que defender y lo hacen a través de la información que divulga el noticiero en cuestión. Sobre este mismo tema Martini y Luchessi (2005) hacen referencia a la “marea” político – económica en la que nos movemos a diario y que tenemos que sortear quedando en un delgado límite entre lo que pensamos que ‘es’ frente a lo que se ‘debe hacer’:

La información periodística se mueve en arenas político – ideológicas (muy poderosas) y debería incluir por igual como actores a la ciudadanía y al poder político. Pero ninguno de esos actores son colectivos homogéneos ni con igual derecho efectivo en el ejercicio de sus prácticas. Partimos pues del reconocimiento de que la relación entre la ciudadanía, la información periodística y el poder es asimétrica y es lugar de continuas contradicciones y negociaciones. (p. 64)

Es entonces cuando debemos hablar de “economía política”, un aspecto que en el ejercicio periodístico diario, muchas veces no somos conscientes, pero que determina nuestro trabajo y nos limita. Cada medio de comunicación tiene detrás unos propietarios que tuvieron la visión de invertir en este negocio, por diferentes factores, pero el más contundente de ellos: el de obtener una ganancia o quizás un reconocimiento político, mediante las relaciones públicas y el acceso al “cuarto poder” por parte de las élites. En un artículo para la revista Interacción de CEDAL sobre la realidad del periodismo en Colombia, Germán Ayala

Osorio plantea cómo en medio de esa “urdimbre socio – política, los medios de comunicación participan activamente dejándose permear por intereses externos:

El poder de las elites colombianas constituye, sin duda, una compleja red de relaciones económicas, culturales, sociales y políticas e incluso, familiares y de compadrazgo que se hacen impenetrables para opciones políticas que difieran de los proyectos que dichas elites han defendido a través del tiempo. Y de esa urdimbre participan activamente los medios masivos de comunicación a través de estrategias periodísticas – noticiosas y de su propia naturaleza como apéndices de conglomerados económicos que venden una mercancía que debe, de todas formas, ser rentable para que su exposición esté garantizada: la información. Estas circunstancias aseguran, por un lado, que un tipo información circule y otra se quede oculta, bien porque no alcanza el estatus de noticia-mercancía vendible, y por el otro, que las audiencias, en su heterogeneidad, terminen por no comprender qué se está dejando de decir, qué se oculta detrás de lo informado y por qué no se informa de otros hechos. Ayala (S.D)

Es por esto que hablar de un periodismo independiente es utópico, cada noticiero o medio de comunicación está influenciado por intereses bien sea económicos o políticos que intervienen directamente en las líneas editoriales y por ende en la capacidad de acción del periodista. En Colombia, un país abiertamente polarizado se evidencia esta teoría de manera contundente. Es común escuchar en los consejos de redacción frases como: “cuidado con este personaje que no se puede entrevistar” o “De ninguna manera busquen reacciones de tal o cual partido político” o “si sale algo al respecto de....no lo podemos sacar”. Esto sucede porque siempre hay presiones administrativas que determinan las agendas y lo que se puede divulgar o no, dependiendo de los intereses del medio. Uno de los casos más representativos de estas influencias que permean el periodismo es el del Canal RCN donde luego de la salida de Rodrigo Pardo como director y tras la entrada de Claudia Gurisatti en el cargo se ha desatado toda una “ola” de despidos casi masivos en la redacción, incluso de periodistas y jefes de emisión que llevaban años formando parte de esa casa periodística y que ahora por no compartir las ideas políticas de la directora tuvieron que renunciar o fueron removidos de sus cargos⁶.

En *Telepaís* por ejemplo, no podíamos ir en contra de las políticas del gobierno de turno. Era necesario cubrir toda la agenda de eventos relacionada con el entonces presidente

⁶ Esta situación se puede documentar con más detalle en el artículo de la revista Semana con fecha del 31 de mayo de 2015 escrito por León Valencia y denominado: “*Claudia Gurisatti y RCN*”, hace un análisis completo sobre la crisis periodística que vive este medio de comunicación con la llegada de Claudia Gurisatti como directora.

Álvaro Uribe y sus diferentes ministerios, altas consejerías y entidades gubernamentales. Quienes manejábamos fuentes relacionadas con el Gobierno o con la política no podíamos pensar en ir en contra de la ideología gubernamental ni mucho menos sacar noticias relacionadas con partidos de oposición como el Polo Democrático, esos temas estaban vetados y podríamos estar sometidos a sanciones. De igual manera, algunas veces la prioridad era el cubrir invitaciones hechas por las empresas patrocinadoras de la programadora, que en su mayoría eran amigos de Jorge Barón y por tanto socios del *Show de las Estrellas*. Estos personajes y/o empresas eran intocables: Presidencia de la República, Ejército Nacional, Policía Nacional, Alta Consejería para la Reintegración, Saludcoop, Servientrega, Interrapidísimo, Lotería de Bogotá, entre otros. En algunas ocasiones, esto llegaba al extremo de tener que cancelar el cubrimiento de verdaderas noticias por ir a cubrir eventos relacionados con estos “aliados estratégicos” del dueño de la empresa.

En el caso de *Cablenoticias* también se ve una limitación editorial por la posición política de sus dueños. Alberto Federico Ravell, gerente y uno de los propietarios del canal, es un reconocido periodista opositor al régimen bolivariano en Venezuela. Durante varios años desde cuando Hugo Chávez llegó al poder, se declaró abierto contradictor a sus políticas utilizando el canal *Globovisión* (entonces de su propiedad) y el portal *La Patilla.com* como canales para difundir información en contra de la filosofía gubernamental.

Ante esto, en el 2009, Chávez decidió iniciar una ofensiva contra la prensa que estaba en su contra, por lo que el entonces ministro Diosdado Cabello, director de la Comisión Nacional de Telecomunicaciones (Conatel), anunció que 34 emisoras de radio y televisión, entre ellas *Globovisión* “tenían que apagar los transmisores una vez notificados”, todo esto bajo el argumento de un “supuesto abuso” de la libertad de expresión.

Debido al cierre de *Globovisión*, Alberto Federico Ravell se reunió con sus socios venezolanos y empezaron a pensar en la posibilidad de buscar un país cercano donde se pudiera adquirir un canal de noticias con el cual seguir haciendo oposición sin el riesgo de ser clausurados o censurados. Es así como vinieron a Colombia y conocieron al empresario antioqueño Juan Gonzalo Ángel, primer propietario de *Cablenoticias* y reconocido dueño de cable operadoras en el centro y suroccidente del país. Después de varias reuniones, las

partes llegaron al cierre de un millonario negocio que da como resultado la compra del canal que a partir de entonces sería la herramienta para continuar haciendo crítica al gobierno venezolano.

Los nuevos dueños de *Cablenoticias*, al ser opositores del gobierno venezolano mantienen una buena relación con la oposición colombiana en cabeza del expresidente y hoy senador Álvaro Uribe, pero también con el gobierno del presidente Juan Manuel Santos. Procuran mantener un diálogo fluido con ambas partes y rápidamente lograron darse a conocer en el ámbito de los empresarios de la comunicación y el entretenimiento.

Paradójico a lo que se podría pensar, cada vez que hablaba Hugo Chávez y ahora Nicolás Maduro debemos registrarlos, digan lo que digan, no tenemos restricción de registrar noticias que tengan que ver con el gobierno venezolano, sin embargo, cuando sale un escándalo que envuelve al vecino país o la información alusiva a la oposición debemos darle un mayor despliegue de manera obligatoria.

Nuestra mayor restricción es en lo referente a las petroleras, en especial a Pacific Rubiales, esto debido a que uno de los socios del canal, el accionista mayoritario, por encima de Ravell forma parte de la junta directiva de la multinacional petrolera: el banquero venezolano Tobías Carrero.

Teniendo en cuenta estos dos ejemplos y luego de dialogar con colegas de varios medios de comunicación, se constata que estas restricciones se viven en todas las salas de redacción de nuestros noticieros en Colombia, y no solo en televisión, sino también radio y prensa escrita donde los intereses económicos o políticos de los dueños de estas empresas se ponen de manera prioritaria en la agenda diaria, causando dos efectos: primero, que se tenga que evitar toda la información que afecte de manera negativa a los patrocinadores o socios de los medios y segundo, que se deba mencionar, resaltar o cubrir una noticia que afecte positivamente o esté relacionada con estos mismos personajes o empresas. Esta es una realidad a la que nos vemos expuestos como periodistas y en la cual terminamos inmersos, muchas veces sin darnos cuenta o sin ser lo suficientemente conscientes de ello. Xavier Giró (2004), Doctor en Ciencias de la Información y docente universitario plantea que a pesar de todo este universo de rutinas mediáticas creadas e influenciadas por los intereses políticos, existen grietas que los periodistas podemos aprovechar para empezar a romper

con estos condicionamientos que nos limitan el hacer. Asegura que es tarea de los periodistas y de los medios ensanchar esas grietas, pero aclara que, si deseamos lograrlo, es también tarea de todas las instituciones, grupos e individuos apoyar esos esfuerzos por una cobertura compleja, por el respeto de la ética periodística y por la construcción de la convivencia y la seguridad para todas las personas. Nuestro reto entonces como comunicadores es el de aprovechar las oportunidades que tengamos en los medios, especialmente en aquellos que no están tan permeados por la “economía política” para diseñar nuevas agendas que propendan por una independencia de contenidos con cuyo lenguaje permita contar las noticias de la manera más clara posible y sin calificativos, prejuicios o limitaciones.

A manera de cierre: Un nuevo periodismo audiovisual posible

Son muchas las conclusiones que surgen después de hacer una reflexión acerca de mi experiencia laboral, en especial en noticieros, luego de haberla visto a la luz de los autores que han teorizado sobre el oficio y en comparación con la realidad de otros medios de comunicación. Pero todo confluye en la necesidad de repensar nuestra labor como periodistas que formamos parte de un “cuarto poder”, permeado por muchas “telarañas” pero que a la vez ofrece oportunidades para que empecemos a cambiar nuestra manera de pensar, nuestra manera de escribir y nuestra manera de contar historias a través de la imagen y el sonido. Todo esto implica ser conscientes que a pesar de que formamos parte de estas “telarañas” podemos apostarle a un periodismo con imparcialidad⁷, algo que se logra mediante un cambio en los lenguajes que utilizamos dentro de las notas, transmisiones en vivo y otro tipo de informes de carácter periodístico.

Es importante hablar de imparcialidad, ya que es común escuchar sobre la “objetividad” de los medios, algo que no existe ya que estos están directamente influenciados por una economía política. Cada empresa depende de unos dueños con ciertos intereses que quieren defender, y esos intereses empiezan a tejer una red en la cual se crean unas “agendas” unidas directamente con la línea editorial de cada empresa periodística, que marcan lo que se puede contar y lo que no. Y es algo a lo que como periodistas no podemos escapar, sin embargo, si es posible desde nuestro hacer, en cualquiera de las posibilidades y campos, empezar a repensarnos desde la importancia que tiene nuestra profesión a nivel social partiendo de la premisa de que todo lo que contamos o informamos tiene unas repercusiones en la construcción de opinión pública y que por tanto, la gente nos cree. De

7 La imparcialidad es un criterio propio de la justicia y del derecho que establece que las decisiones deberían tomarse siguiendo criterios según los cuales no se traten casos semejantes de manera desigual, para lo cual es importante no dejarse llevar por influencias de opiniones parcializadas, es decir, a favor de intereses particulares y prejuicios sociales, culturales o morales. Un ejemplo de esto, es el manejo dado por los medios de comunicación a las muertes de soldados y guerrilleros, en este caso se ve como repudiable la muerte de los soldados, mientras que la de los insurgentes se celebra como un “logro” de la fuerza pública. Es entonces en el lenguaje utilizado y en el enfoque que se le da a la noticia donde esto se hace evidente.

ahí la importancia de empezar a modificar nuestros lenguajes tanto en la construcción del discurso textual como audiovisual.

Tenemos el reto de avanzar con la tecnología, aprender y actualizarnos con las nuevas herramientas que se implementan para mejorar la calidad de las producciones televisivas, especialmente en cuanto a narrativas audiovisuales, y esto hace que nos convirtamos en periodistas multifuncionales. En mi experiencia personal actual, justamente me estoy enfrentando a una transformación tecnológica en el canal donde trabajo que después de siete años de estar al aire en el sistema análogo de televisión por cable pasará al sistema de alta definición, lo que implicó no solo una millonaria inversión en equipos sino una capacitación permanente de todos los que participamos del proceso. Estas nuevas herramientas requerirán de quienes las vamos a utilizar una mayor rapidez, habilidad para la operatividad de ciertas plataformas que son mucho más interactivas y que permiten hacer tres veces lo que los programas anteriores permitían y claro está, todo eso se verá reflejado al aire en un mayor dinamismo en la imagen y muchas más posibilidades de modificar nuestras narrativas audiovisuales al aire. Al tiempo con estas habilidades para enfrentarnos a nuevas tecnologías que mejorarán nuestro hacer, es necesario concientizarnos de la necesidad de hacer también una evolución a nivel de nuestra manera de expresarnos y de contar historias para optimizar los nuevos recursos con los que vamos a contar y lograr una producción de noticias de calidad no solo a nivel de imagen sino en cuanto a contenidos e información. Todas estas son cosas que en la academia no se aprenden, pero sí en nuestras prácticas y trabajo, y es allí donde debemos demostrar que no solo tenemos competencias para manejar este tipo de plataformas tecnológicas que mejoran y disminuyen los tiempos para nuestro hacer, sino que además lo potencializamos con valores agregados que cada cual tiene dentro de sí y que parten de una introspección y una reflexión sobre cómo utilizar las “grietas” de las que habla Xavier Giró (2004) para empezar a modificar al viejo periodismo permeado y evolucionar hacia un nuevo periodismo más imparcial.

Otro punto importante de reflexión es el de nuestro papel dentro de la información que transmitimos, muchos de nosotros caemos en el error de volvernos el centro de la noticia, cuando en realidad somos un canal de comunicación entre el hecho y la comunidad, canal que articula los diferentes puntos de esa noticia y la vuelve entendible a los ojos y oídos de

quienes nos ven. De ahí la necesidad de ser responsables con lo que decimos, lo que mostramos y lo que permitimos que la gente escuche. Es importante estar debidamente informados, ser más que una figura que narra lo que está ocurriendo para pasar a ser un profesional que analiza y aporta contenidos que le sirvan a los televidentes para que ellos conozcan el “qué”, el “por qué”, el “para qué”, el “cómo” y “de dónde” parte esa noticia y de esta manera sean ellos mismos quienes saquen sus propias conclusiones e incluso para tomar decisiones públicas de manera más informada. Esta conciencia nos obliga a pensar que como canales de comunicación, estamos en el camino de la construcción de una opinión pública que da credibilidad a lo que ve en los noticieros y que juzga como una verdad aquello que en el fondo es solo una versión, es decir, una narración o representación de la realidad.

Tenemos la posibilidad de repensar el periodismo desde las muchas posibilidades por explorar y varios campos de acción en los cuales desempeñarnos en el mundo audiovisual, pero está en cada cual el sembrar esos valores agregados que nos diferenciarán de los demás profesionales y que nos permitirá dejar huella en los lugares por donde pasemos.

Salirnos de nuestra zona cómoda de narrar y contar lo que ya es obvio, para trascender a la profundidad de la información que solo se logra con un conocimiento y un estudio más amplio de la contextualización. Volvemos más humanos, saber que formamos parte de esa comunidad a la que le duelen e influyen las noticias y que por tanto debemos canalizar adecuadamente esas historias para convertirnos en un canal de comunicación eficaz y en la medida de lo posible: imparcial.

En el periodismo, en cambio, la actualización y el estudio constantes son la *conditio sine qua non*. Nuestro trabajo consiste en investigar y describir el mundo contemporáneo, que está en un cambio continuo, profundo, dinámico y revolucionario. Día tras día, tenemos que estar pendientes de todo esto y en condiciones de prever el futuro. Por eso es necesario estudiar y aprender constantemente. (Kapuscinski, 2002)

Como lo dice el maestro del periodismo, enriquecer nuestros conocimientos, nuestras habilidades, nuestro lenguaje y nuestra calidad humana nos hará mejores profesionales de la comunicación y mejores personas, de esas que nuestros medios tanto necesitan y así lograr algo que parece utópico, pero que quienes amamos la profesión lo creemos una realidad: **un nuevo periodismo audiovisual posible.**

Referencias

Antezana, B, Lorena. (2009) *Estrategias narrativas de proximización del noticiero televisivo chileno*. (P. 110) Revista de la facultad de Comunicación de la Universidad de Antioquia. Recuperado de <http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/view/6435/5905>

Ayala, O, Germán. *El periodismo en Colombia: Una historia de compromisos con los poderes tradicionales*. Revista Interacción CEDAL No. 44 - Sección Comunicación y Ciudadanía. Recuperado de: <http://www.cedal.org.co/index.shtml?apc=h1b1---&x=718&cmd%5B126%5D=c-1-%2744%27>

Giro, Xavier. *Los medios y la cobertura de la violencia*. Biblioteca virtual de desarrollo sostenible y salud ambiental BVSDE (p. 204) Recuperado de: <http://www.bvsde.paho.org/bvsacd/cd53/xgiro.pdf>

Historia de la Televisión en Colombia (2005) Exhibiciones en línea, Biblioteca Luis Ángel Arango. Recuperado de: http://www.banrepcultural.org/blaavirtual/exhibiciones/historia_tv/television_colombia.html

Kapuscinski, Ryszard. *10 Reflexiones sobre el periodismo* (2002) Conferencia ofrecida para el diario *El País* de España. Recuperado de: http://elpais.com/diario/2002/12/17/catalunya/1040090841_850215.html

López, De la R, Fabio. “*Historia de los noticieros de televisión en Colombia y la Construcción de una memoria crítica de la sociedad y del oficio periodístico*” Informe para la revista de la Facultad de comunicación social de la Universidad de Antioquia. Recuperado de:
<http://aprendeonline.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/11654/1062>

Martini, Stella., Luchessi, Lila (2004). Mapas, territorios y rutinas del trabajo periodístico. En *Los que hacen la noticia. Periodismo, información y poder*. Editorial Biblos. Argentina.

Perelman, Chaim. (1989) *Tratado de la Argumentación. La nueva Retórica*. Argumentación y compromiso. Biblioteca Románica – Hispánica. Traducción al español de Sevilla, M, Julia. (p. 113) España.

Reig, Ramón, (2007). El “ecosistema” del periodismo y el del periodista, En *El Periodista en la Telaraña. Nueva economía, comunicación, periodismo, públicos*. Huellas, Comunicación y Periodismo. España.

Rojo, V, Pedro, A. (2003). *Tecnología y contextos mediáticos. Condicionamientos socio económicos y políticos de la comunicación de masas en la Sociedad de la Información*. Ediciones y Publicaciones. (p. 100 – 101) España.

Valencia, León (2015) “*Claudia Gurisatti y RCN*” artículo de opinión publicado en la Revista Semana. Recuperado de: <http://www.semana.com/opinion/articulo/leon-valencia-claudia-gurisatti-rcn/429548-3>

Wolf, Mauro. (1985). *De la sociología de los emisores al “Newsmaking” La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas.* (Cap. 3)

Zapata, María., Ospina de F, Consuelo. (2005) *Cincuenta años de la televisión en Colombia. Una era que termina. Un recorrido historiográfico.* Historia de los medios de comunicación social y del periodismo en Colombia. Revista Historia Crítica de la Universidad de los Andes. Recuperado de:
<http://historiacritica.uniandes.edu.co/view.php/310/index.php?id=310>

Comunicaciones Personales

De la Rue, Julio. Periodista y Director actual de *Cablenoticias*. Entrevista en profundidad realizada el 10 de abril de 2015 en Bogotá

Campo, V, Manuel. Presidente la Academia de las Ciencias y las Artes de Televisión de España y director del Máster en Comunicación Avanzada y Marketing Digital, en el Instituto de Comunicación Empresarial. Entrevista en profundidad realizada el 16 de marzo 2015 en Bogotá