

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y ACONTECIMIENTOS DEL SIGLO XX

Ramón Reig
María José Ruiz Acosta
(Coordinadores)



Vicerrectorado de Relaciones Institucionales y
Extensión Cultural

ÁMBITOS PARA LA COMUNICACIÓN, 3
Grupo de Investigación en Estructura, Historia y
Contenidos de la Comunicación

Universidad de Sevilla
1999

Colección
ÁMBITOS PARA LA COMUNICACIÓN

Director: Ramón Reig

Editan

- Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación (Universidad de Sevilla)
-Asociación Universitaria Comunicación y Cultura

Miembros del Grupo de Investigación

Dr. Ramón Reig (Director)
Dra. María José Ruiz Acosta (Secretaria)
Dra. Margarita Pérez de Eulate Vargas
Dr. Jesús Troncoso García
Dr. Julio Ponce Alberca

Aurora Labio Bernal
Concha Langa Nuño
Miguel Montaña Montaña
Rosa Rodríguez Cárcela
Javier Ronda Iglesias
Manuel Ruiz Romero
Antonia Sarabia Díaz
Ramón Sarmiento Guerrero

Dirección

Facultad de Ciencias de la Información
C/ Gonzalo Bilbao, 7-9
41003 Sevilla (España)
Teléfonos: 95/448 60 62 y 95/448 60 59
Fax: 95/448 60 85, 95/448 60 86
E-mail: mjruiz@cica.es

Distribuye: Centro Andaluz del Libro
Polígono La Chaparrilla
Ctra. Sevilla-Málaga, km. 3,7, parcela 34-36
SEVILLA
Tel. 95 440 63 66

Diseño: Estrella Gómez

Copyright: Los Autores

Copyright: Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación

Imprime: Gráficas Los Palacios
Avda. de Sevilla, 2. 41720-Los Palacios (Sevilla)
I.S.B.N.: 84-930596-0-9
Depósito Legal: SE-21 17-98

ÍNDICE

PRESENTACIÓN.....	7
CAPÍTULO 1: Aproximación al método de análisis estructural de los mensajes informativo-periodísticos Ramón Reig.....	9
CAPÍTULO 2: Prensa y asociacionismo: el gran reto de los diarios sevillanos de principios del siglo XX María José Ruiz Acosta.....	29
CAPÍTULO 3: La prensa sevillana ante los grandes cambios políticos de la primera mitad de siglo (1923-1936) Concha Langa Nuño.....	44
CAPÍTULO 4: La prensa ante el pacto autonómico de Antequera y el referendo constitucional Manuel Ruiz Romero.....	76
CAPÍTULO 5: El Mundial de Fútbol de 1982: ejemplo de información deportiva María del Carmen Gil Ramírez.....	89
CAPÍTULO 6: La estructura informativa en televisión: crónica de la Guerra del Golfo y el conflicto en la ex-Yugoslavia Aurora Labio Bernal.....	104
CAPÍTULO 7: El mensaje informativo del periodismo rosa: la boda de la infanta Elena a través de la prensa de Sevilla Rosa Rodríguez Carcela.....	118
CAPÍTULO 8: El macrojuicio del “caso Army” y la revolución del periodismo de tribunales en Sevilla Javier Ronda Iglesias.....	137
CAPÍTULO 9: La catástrofe ecológica de Aznalcóllar de 1998: un reto para el periodismo especializado en información ambiental Miguel Montaña Montaña.....	149
CAPÍTULO 10: La información internacional en una televisión regional: el caso del huracán Mitch Antonio Manfredi Díaz y Gabriel García Hernández.....	162

Capítulo 10

La información internacional en una televisión regional: el caso del huracán Mitch

Antonio Manfredi Díaz y Gabriel García Hernández

Canal Sur Televisión

El presente trabajo utiliza la información emitida en *Canal Sur Televisión* acerca del Huracán Mitch como base de trabajo para analizar cómo se afronta la tarea de elaborar la Información Internacional en una Televisión de carácter regional. Existen limitaciones técnicas, humanas y, sobre todo, incompreensión por parte de aquellos que opinan que hay que postergar una parte de la realidad por exigir a este tipo de televisiones una *ultraespecialización* local. Lejos de admitir este último planteamiento, este trabajo defiende la necesidad de ofertar una Información Internacional coherente, ajustada a la realidad, en la seguridad de que no supone contradicción alguna con esa exigencia de *ultraespecialización* local. Paralelamente hay que admitir, como se analizará en este trabajo, que el proceso de *espectacularización* de los contenidos informativos en Televisión afecta muy especialmente a la Información Internacional.

El análisis de los Informativos de *Canal Sur Televisión* ha estado siempre teñido de una crítica a lo que se han entendido como contenidos excesivamente *lejanos*, especialmente en los dos primeros años de sus emisiones. Se inició posteriormente un proceso inverso, hasta el punto de reducirse los contenidos a muy pocas informaciones de fuera de nuestra comunidad autónoma. En los últimos tiempos se observa un equilibrio en la composición de los informativos. En ello tiene mucho que ver la aparición de las desconexiones Locales, con las que la exigencia de *cercanía* queda plenamente cubierta y se pueden ajustar espacios informativos concretos diarios para otras informaciones, entre ellas la Internacional.

Paralelamente, el programa de información semanal “Los Reporteros” sigue emitiendo reportajes de contenido Internacional, y muy recientemente se ha iniciado la emisión del programa “Aldea Global”, en *Canal 2*, segunda cadena de *Canal Sur Televisión*. Hay que tener en cuenta que los Servicios Centrales de *Canal Sur* en San Juan de Aznalfarache, reciben a diario más de 23 envíos de satélite, procedentes de las agencias Reuters, APTN y la UER, con lo que están cubiertos los más importantes acontecimientos internacionales. Igualmente, ante acontecimientos de especial relevancia, pueden disponerse de imágenes en directo. Contamos con un corresponsal permanente en Bruselas, que cubre todo Centro Europa, y muy pronto lo haremos con otro en Rabat, para cubrir todo el norte de África. Cuando es necesario y posible, *Canal Sur* desplaza al exterior a algún redactor para informar de primera mano de los acontecimientos que se consideran de primer interés para Andalucía. Son, los llamados enviados especiales.

1.- EL FENÓMENO DE LA ESPECTACULARIZACIÓN

Dejando al margen, por el momento, esta situación específica en *Canal Sur TV*, que abordaremos más adelante con ejemplos prácticos, vamos a analizar, desde un prisma teórico, el tipo de información que demandamos desde las sociedades desarrolladas cuando afrontamos el conocimiento de lo que ocurre en nuestro entorno. Ignacio Ramonet señala que hay dos formas

de aparición del mundo subdesarrollado, lo que normalmente se denomina el Sur. La primera es, precisamente, en los telediarios.

“Con motivo de acontecimientos negativos de cualquier tipo, las catástrofes naturales por ejemplo, el sur está presente sobre todo cuando esos desastres acarrearán drama, sufrimiento y muerte. O bien cuando hay desórdenes de tipo político: guerras civiles... Para los ciudadanos - telespectadores que ven los telediarios, el sur es esencialmente un infierno. Es un lugar donde ocurren todos los cataclismos, todos los desórdenes, todas las violencias”¹.

Hay un segundo discurso, que es el *publicitario*, que nos habla de ciclos majestuosos, naturaleza virgen, etc. En fin, que del Sur nunca se habla en términos neutros.

“Por eso el Sur -concluye Ramonet- no tiene importancia en sí. Sólo tiene importancia en la medida en que el Norte esté presente o en cuanto los intereses occidentales estén involucrados... No solamente hay muertos que interesan, también hay muertos que no interesan”.

Más adelante veremos ejemplos tangibles de lo que les estamos contando.

Estas reflexiones nos ubican, sin duda, en multitud de imágenes descontextualizadas que nos llegan a diario de todo el mundo y que vemos en los telediarios de todas las cadenas. El 17 de febrero pasado, la agencia Reuters emitió a las seis y media de la mañana, y luego repitió en los sucesivos envíos, dos minutos de imágenes de asaltos, robos y delincuencia en Bogotá, la capital de Colombia. Eran imágenes realmente duras, en las que, con toda claridad, se robaba y mataba, delante de todo el mundo, ofreciendo un espectáculo dantesco a los que, tal vez, algún día, queramos visitar Colombia y su capital. En los telediarios de *Tele 5* se afirmó que habían sido grabadas por un aficionado. En *Antena 3*, que había sido la propia policía para identificar a los delincuentes. En *Televisión Española* que habían sido rodadas por una televisión local. En *Canal Sur* informamos que había sido la propia policía, tal y como se nos señaló en el *script* que nos llega junto a la emisión por satélite. En todo caso, nunca supimos si se trataba del centro o la periferia de Bogotá, si algunas imágenes correspondían, en realidad, a peleas entre bandas y ajustes de cuentas y, sobre todo, qué sentido final tenía ese rodaje, aparte de impresionar a todo el mundo civilizado. Probablemente, se trataba de mandar un mensaje negativo al turismo internacional. Lo cierto es que todas las cadenas de televisión emitieron esas imágenes, sin excepción, pero ninguna estableció el contexto adecuado de violencia y sinrazón de aquel país.

A esta situación hay que añadir la cierta libertad con que "puede sentirse el periodista para-' acentuar la crueldad de las imágenes, en la seguridad de que la falta de contexto no le exigirá responsabilidades externas. El profesor Martínez Albertos señala claramente que las noticias en Televisión no se presentan con el mismo grado de distanciamiento respecto al periodista como ocurre con otros medios². Dicho de otra manera, el periodista que elige para su trabajo el camino de la visualización de la noticia debe reconocer los peligros implícitos de su impacto emocional.

Martínez Albertos habla, pues, de impacto emocional, un concepto que, como también veremos más adelante, marca claramente todo el proceso comunicativo de la Televisión. Cada vez más, ese impacto emocional protagoniza el discurso televisivo, hasta el punto de ponerse por encima, en muchas ocasiones, del discurso racional. En la televisión actual, programas de éxito, como “Lo que necesitas es amor” o “De tarde en tarde”, que obtienen elevadas cotas en términos de audiencia, son, en realidad, grandes factorías de impactos emocionales, en los que los sentimientos están muy por encima de cualquier discurso racional.

¹ RAMONET, Ignacio: *La Tiranía de la comunicación*, Editorial Temas de Debate, Madrid, 1998, pp. 105-106.

² MARTINEZ ALBERTOS, José Luis: *El Mensaje Informativo*, Editorial A.T.E, Barcelona, 1977, p. 222.

La información internacional en una televisión regional

Es en este contexto en el que debemos entender la respuesta de las grandes cadenas de televisión ante desastres de la magnitud del Huracán Mitch. El gran esfuerzo consiste en realizar programas denominados “Telemaratones”, en los que famosos del espectáculo, principalmente, hacen su aportación económica a la caja de alguna ONG. Es decir, por encima del discurso racional, el esfuerzo se centra en el impacto emocional, en la recreación del desastre, asumiendo la seguridad subconsciente de algo así como... “pobrecitos ellos, están destinados a sufrir desastres de ese tipo”.

También Martínez Albertos incluye otro apartado que acaba por redondear este aspecto emocional del lenguaje televisivo. Habla del Culto a la Personalidad como factor que contribuye a aumentar la carga emotiva presente en los mensajes periodísticos de Televisión. Queda, pues, abierta la puerta para los héroes y los antihéroes, que tanto manejamos y creamos en este medio de comunicación. En el caso de lo que Ramonet definía como “Sur” los héroes son a menudo inocentes criaturas que lo han perdido todo y necesitan cualquier cosa para vivir, que miran al objetivo de la cámara pidiendo una ayuda que, en teoría, nadie puede negarse a darles. En este sentido, hay que recordar la emisión, en 1996, del reportaje “Las Habitaciones de la Muerte”, dedicado a los orfanatos chinos y la muy precaria situación de los niños y niñas que allí estaban. Sólo en la Delegación Provincial de Asuntos Sociales de Sevilla se recibieron 1.400 solicitudes de adopción, que colapsaron, por cierto, todo el servicio. Dos años después, sólo una pareja había completado una adopción en aquel país. Aquello fue, sin duda, un impacto emocional.

Añadamos también los eufemismos que en las sociedades desarrolladas se utilizan para ocultar los problemas de la delincuencia callejera. Mientras nos regodeamos en las imágenes de Bogotá, mirándonos unos a otros horrorizados por el espectáculo, estos mismos problemas, aunque sean en menor grado, son Ocultados y maquillados por un poder político que entiende esta situación como un detrimento a su estabilidad en el poder. El término que cuenta es el de reinserción social, sin ir más allá. En Bogotá, es gangsterismo, abiertamente.

El resultado final de esta *afectividad* que venimos desarrollando, y que parece diferenciar claramente el mensaje televisivo del resto de los mensajes periodísticos, es que el espectador alimenta sus esperanzas o sus anhelos, o sus fracasos, o sus sentimientos más íntimos, en las imágenes que se ofrecen, empezando por los héroes y los antihéroes que construimos a diario, como antes se señaló.

La realidad de cada día empieza a ser tamizada por la Televisión, que se convierte así en un fenomenal sistema de control social, como adelantó Sydney Lamet en su película *Network* hace veintitrés años, cuando se descubrió el impacto de audiencia de un programa dedicado a mostrar al espectador exclusivamente accidentes de automóviles rodados en helicóptero, normalmente por la policía.

2.- CONSECUENCIAS EN LA AUDIENCIA

Llegados a este punto, donde estamos utilizando la información de carácter internacional para desgranar algunos de los aspectos principales del lenguaje televisivo, cabe preguntarse cuál es el resultado de todo este proceso afectivo que hemos analizado anteriormente. El profesor Pérez Tornero señala que la Audiencia parece participar de la gesta televisiva, pero su presencia es sólo aparente³. El espectador, según el mensaje - mito de la Televisión, puede llegar a creer que *está* en los acontecimientos, pero esto es apenas un efecto de realidad, una figura de verosimilitud. Auténticamente, la presencia del espectador es sólo simulada.

La Televisión lleva a operar una auténtica reestructuración social, dice el profesor Pérez Tornero. A la larga, tiende a cambiar el sentido de la identidad colectiva por una identidad global pero subjetivizada, individualizada, personalizada.

³ PEREZ TORNERO, José Manuel: *El desafío educativo de la Televisión*, Editorial Paidós, Papeles de Comunicación, Barcelona. 1994. pp. 121-122.

Jaime Barroso llega a la misma conclusión cuando se pregunta por el éxito de la Televisión, y añade el método de difusión, apenas sin esfuerzo, el carácter de recepción doméstica y gratuita, la simplicidad de sus mensajes y la primacía de la contemplación sobre la explicación, puesto que lo ostensivo tiende a suplantar a lo reflexivo⁴.

El joven escritor español Juan Manuel de Prada, en su artículo “Zoolatría”, a propósito de uno de los temas de actualidad que han ocupado buena parte del mes de febrero, el ataque de los perros de presa a varias personas, señala que “hemos edificado una sociedad hipócrita que admite con displicencia la barbarie (y también las retransmisiones televisivas de la barbarie: los telediarios ya son variantes domésticas de los snuff movies) y, sin embargo, se rasga las vestiduras cuando los quintos de Manganeses de la Polvorosa tiran una cabra desde un campanario, acatando una tradición ancestral y, a fin de cuentas, intrascendente para la perduración del planeta⁵. Parece que la brutalidad contra los animales sólo se admite cuando genera divisas y una quincallería de metáforas taurinas”.

Como puede verse, todos los teóricos asumen, de una u otra forma, el peculiar sentido afectivo de los contenidos televisivos, que acotan la información no exclusivamente en función de un interés racional y periodístico, sino de muchos otros criterios, muchas veces puramente estéticos.

El profesor González Galiana ha señalado que se ofrece más imagen que información en los telediarios⁶.

“La información se dispone conforme a estrictos criterios de marketing para no contradecir la línea de la emisora. La urgente necesidad de amortizar este esfuerzo, y la lucha por definirse frente a la competencia, hace que en los criterios de selección de las informaciones (y en la preparación de éstas para ser emitidas) parezcan prevalecer intereses comerciales antes que otros, como los de: actualidad, trascendencia o proximidad que, a fin de cuentas y a efectos prácticos, tienen más difícil su definición y justificación”.

3.- MIRANDO HACIA EL FUTURO

Analizado hasta aquí el discurso televisivo y su afectividad manifiesta, con todas sus consecuencias, y muy especialmente como eje sobre el que vuela la pseudocultura, sin duda es el momento de hablar del futuro, de la evolución tecnológica de todos los medios de comunicación, y muy especialmente de la Televisión. Cabe preguntarse, pues, si esta característica diferencial del mensaje televisivo va a cerrarse o, por el contrario, a aumentar a partir de las nuevas formas de Televisión, tecnológicamente hablando.

Hay que sacar una primera conclusión de lo que ya parece que está ocurriendo con este desarrollo. La crisis de los géneros. Porque el género, como dice Gian Franco Bettetini, en su *Conversación Audiovisual* deriva de la necesidad de instaurar una relación de comunicación funcional y de eficacia entre un centro de elaboración cultural y una masa estratificada y muy diferenciada de usuarios unidos a éste⁷.

En buena lógica, desaparecida esta necesidad, desaparecerán también los géneros. La masa, como tal, dejará de ser un objetivo para los medios y su estructura de diálogo, el género, también.

⁴ BARROSO GARCIA, Jaime: *Proceso de la Información de Actualidad en Televisión*, Editorial del IORTV, Madrid, 1992, p. 15.

⁵ ABC, Ed. Sevilla, 15 febrero 1999, p. 7.

⁶ GONZALEZ GALIANA, Rafael y otros: *La Industria audiovisual en Andalucía*, en 1995-96, Colección Pliego de Información, Universidad de Sevilla, 1993.

⁷ BETTETINI, Gianfranco: *La Conversación Audiovisual*, Editorial Cátedra, Madrid, 1986.

La información internacional en una televisión regional

En cualquier caso, ¿no estaremos abriendo la puerta de una nueva superestructura creadora, posiblemente, de nuevas capacidades de diálogo, pero continuando en la masificación y mantenimiento capitalista de esta sociedad de consumo? ¿Qué aporta realmente esta nueva aplicación tecnológica?

La respuesta, aunque parece obvia, requeriría horas y horas de reflexiones. Acudimos, de nuevo, a Bettetini para analizar la situación actual de medios tan capitales e importantes como el Cine y la Televisión.

“La práctica audiovisual se ha fracturado -dice Bettetini- en una redundante explosión de canales, perdiendo algunas de sus connotaciones ligadas a la fenomenología de la cultura de masas: cine y televisión se van construyendo cada vez menos en función de una utilidad concebida, si no como una unidad ficticia, indiferenciada y siempre más organizada en relación con públicos bien definidos, por las demandas conocidas y no mediadas de instancias productivistas y sociologistas”.

Entramos aquí en un debate en el que no podemos aislar el estudio de toda la corriente tecnológica que nos abren las llamadas Autopistas de la Información, en las que la Televisión aparece también como la gran estrella, al menos desde un punto de vista comercial.

El vicepresidente de los Estados Unidos, Al Gore, hizo una definición de las autopistas de la información -técnicamente sería mejor decir redes de inteligencia distribuida- que desembocaba en el concepto de “comunidad global”.

“Será la clave, dice Gore, del crecimiento económico para las economías nacionales e internacionales, extraeremos democracias fuertes, soluciones mejores a los desafíos ambientales globales y locales, mejor atención a la salud, y, por último, una sensación mayor de dirección compartida de nuestro pequeño planeta”.

Como puede verse, el señor Gore es muy optimista, habida cuenta, además, de que buena parte de las inversiones que se están realizando en su país tienen como destino este marco de las telecomunicaciones. Pero, al margen de ello, apunta un concepto positivo, al argumentar que ES POSIBLE EL DIÁLOGO GLOBAL y que, de éste, obtendremos todos singulares beneficios. La universalidad de la fibra óptica nos ayudará a todos y será, especialmente para los países pobres, un factor de desarrollo. Porque ya no sirve decir que pobreza en desarrollo económico es igual a pobreza en telecomunicaciones. Es, justamente, al revés.

Nace así un nuevo concepto también, tecnológicamente hablando, unificador: UN SOLO CABLE PARA TODO, hacia ese universo multimedia parece que vamos. En este sentido, parecen tranquilizadoras unas recientes declaraciones de uno de los hombres que más saben sobre este tema en nuestro país, Antonio Rodes, vicepresidente de la Asociación Española de Servicios de Distribución por Cable. Redes se limitó a decir que “este negocio de las telecomunicaciones no será un negocio especulativo, pero tampoco ruinoso”. Tranquiliza saber que los especuladores no ven con buenos ojos este negocio. Es como saber que, entonces, no habrá más que las presiones necesarias para desarrollarlo, pero sólo eso.

¿Y la publicidad? Tal y como la entendemos ahora, la fuente de financiación por antonomasia de los medios de comunicación actuales -excepto los públicos, claro está- también se verá fuertemente afectada por esta comunicación inteligente. Es cierto, muy afectada, pero podrá encontrar caminos de eficacia que, al mismo tiempo, contribuyan a abaratar los costes de los productos que solicite el receptor.

A este respecto, Michael Bungey, jefe ejecutivo de una de las multinacionales publicitarias mayores del mundo, el grupo Bates, que factura más de cinco billones de dólares al año, señaló recientemente en Barcelona que, llegado el momento de la revolución tecnológica que hemos explicado, “la publicidad será dirigida también de forma individual y directa a los consumidores que estén interesados en los productos ofrecidos”.

Vamos ahora con los planteamientos futuristas más pesimistas. Se trata de la opinión de dos prestigiosos comunicólogos de la Universidad Católica de Río de Janeiro, los profesores Roberto Amaral y Cesar Guimaraes. Para ambos especialistas, no hay motivos para creer que la introducción de las nuevas tecnologías, más o menos sofisticadas, vayan a contribuir necesariamente a la democratización de la televisión. Muy al contrario, todos los indicios señalan una creciente tendencia hacia una concentración aún mayor de medios y empresas. Sólo unas profundas modificaciones en materia política podrán detener este proceso de monopolización. Estas políticas tendrían que aplicarse en un entorno muy difícil, ya que los intereses en juego son muy poderosos.

Como puede verse, una interpretación pesimista del futuro. Mantenimiento de la colonización y de los intereses de los grandes grupos multinacionales. Tal vez, esta opinión venga avalada por el trabajo de ambos profesores, que investigaron la colonización cultural de las tribus amazónicas, cuyos canales de Televisión, supuestamente creados por el Gobierno para asentar su cultura y costumbres, fueron absorbidos por los grandes grupos, que los acabaron utilizando justamente para lo contrario, para echar de sus tierras a las tribus en beneficio, entre otras, de las grandes compañías petroleras, automovilísticas y madereras.

Un panorama, pues, no muy positivo. No obstante, habría que añadir conceptos ya dichos antes. Puesto en marcha el movimiento de la comunicación inteligente, ésta es difícilmente controlable. Y, además, esas profundas modificaciones políticas que pide-n Amaral y Guimaraes no dependerán exclusivamente de la voluntad de los gobernantes, si no que más bien les vendrán impuestas por el desarrollo de los acontecimientos, por el propio arrastre de esta revolución.

La única pregunta, como dice Agueda Simó, del Laboratorio de Realidad Virtual de Berlín, es si estamos técnicamente preparados, sociológicamente añade ella, para generar entornos virtuales en los cuales podamos navegar manipulando la realidad a nuestro placer. Porque podemos llegar a preguntarnos una cosa, ¿qué es más real, lo que está dentro del ordenador -televisor del futuro- o lo que está fuera? Una cuestión que, de una forma u otra, ha determinado millones de comportamientos durante siglos. ¿Qué es más real, lo que tú ves o lo que es? Suponiendo que lo que es sea lo que es y no lo que tú quieras ver.

En todo caso, caminamos inexorablemente hacia un mundo en que el receptor es considerado un sujeto ACTIVO, actor central del intercambio negociado entre las cadenas y el público. Esta definición es de Jean Paul Lafrance, profesor del Departamento de Comunicación de la Universidad de Quebec.

Es decir, pasamos de una sociología del receptor, analizado como objeto manipulado por fuerzas exteriores, ideológicas o económicas, a una sociología del receptor sujeto y preocupado de su relación con los medios. Se favorece, además, una desaparición - fusión de géneros que confunden las misiones diversas de los medios de antaño. Por ejemplo, se informa de todo divirtiéndose. Es el infotretretenimiento.

Las fórmulas educativas toman forma de espectáculos y, sobre todo, esta nueva estructura técnica eleva a los altares la cotidianidad. Como dice Lafrance, los programas ya no son concebidos como acontecimientos únicos, si no como encuentros fijos y abiertos, de modo que puede acceder a ellos, y salir, sin dificultad. Se crea, pues, un vínculo y una relación fuertemente individualizada, que crea, además, una muy fuerte interacción entre el narrador y el destinatario. Léase diálogo.

4.- LA INFORMACIÓN INTERNACIONAL EN CSTV

Tras estas reflexiones teóricas vamos a acercarnos a ejemplos prácticos que nos ayuden a comprender cuál es el tratamiento habitual en *Canal Sur Televisión* a la hora de elaborar la información internacional.

En primer lugar, y aunque sea tal vez descender a lo más básico, nos gustaría responder a una pregunta: ¿De dónde sacamos la información visual y escrita? Bien, es obvio que a

La información internacional en una televisión regional

diferencia de lo que puede ocurrir en la información local, no podemos mirar por la ventana de casa y contar lo que pasa en Londres, por ejemplo. En nuestra empresa, salvo que sea elaboración propia, recibimos la información escrita mediante tres agencias, dos españolas y una norteamericana: EFE, Europa Press y Visnews (*scripts* de Reuters). Respecto a las imágenes, salvo que se trate de la elaborada por un corresponsal, como en el caso de Bruselas, o de un enviado especial a algún acontecimiento, las imágenes, digo, nos llegan vía satélite de Reuters (británica), APTN (Associated Press Television News de Estados Unidos) y la UER (Unión Europea de Radiodifusión, conocida por todos como Eurovisión).

Dos puntualizaciones al respecto. Por un lado, la APT N es el resultado de la reciente fusión de APTV y WTN (Associated Press Television y World Wide Television News, esta última de capital anglo-americano). Por otro, la señal de la UER es una concesión en litigio, ya que TVE se opone a que las cadenas autonómicas, reunidas en la llamada PORTA, sean miembros asociados de la conocida red Eurovisión. Es por ello que esta señal se utiliza con cuentagotas, ante la posibilidad de una futura demanda legal. Sus envíos se denominan EVN (Electronic Video News) y provienen de la especie de bolsa de imágenes que tiene lugar todos los días en Bruselas y en la que participan cadenas públicas de todo el continente.

El no tener una red de corresponsales por todo el extranjero tiene un peligro: sólo contamos prácticamente lo que las agencias norteamericanas de televisión quieren y con las imágenes que ellos quieren. Como es lógico, una televisión regional ni está preparada, ni es su cometido tener una extensa red de corresponsalías. Así que la lucha por la objetividad es una lucha personal que depende más de la profesionalidad de cada uno que de los medios con los que se cuenta. Además, las agencias españolas, que aunque beben en muchas ocasiones también de agencias extranjeras, nos permiten en ocasiones dar una información más compensada.

El problema surge cuando, por intereses políticos que a nadie se le escapan, esas agencias norteamericanas no mandan sus cámaras a cubrir algo que a nosotros nos interesaría: por ejemplo, qué más nos hubiera gustado que dar la imagen del buque Juan Sebastián Elcano entrando en La Habana. O compramos las imágenes a otra televisión española que haya ido (caso de TVE), o nos quedamos sin dar la información. En el caso del Huracán Mitch, por ejemplo, ninguna de las agencias norteamericanas acudió a Belice. Es posible que no pasase nada exageradamente grave allí, pero algo ocurrió, ahí están las cifras de damnificados, y aquí no vimos nada de nada. Es sólo un ejemplo, pero esto nos pasa constantemente.

En nuestro informativo "Buenos Días Andalucía" de las 9 de la mañana, que es el que editamos los firmantes de este trabajo, dependemos en un 100% de los envíos por satélite de APTN de las 23 horas del día anterior y, sobre todo, del de Reuters de las 6:30 de esa misma mañana. Normalmente estamos pendientes de las agencias para informar de cualquier suceso que se haya producido por la noche, pero lo más habitual es que demos información de alguna de las imágenes que nos mandan británicos y norteamericanos. Al fm y al cabo la televisión es imagen. Convendría a más de un crítico darse una vuelta por nuestras redacciones para ver el esfuerzo que hay que hacer para no dar todas las mañanas lo último que ha dicho o hecho el presidente Bill Clinton, tal o cual maniobra del presidente iraquí Sadam Hussein o los problemas de las empresas norteamericanas Microsoft o Boeing, por citar algunos ejemplos. Ellos lo saben, es su modo de teledirigir nuestro estado de opinión. Pero ese es, tal vez, objeto para otro trabajo.

Más allá de que exista o no esa teledirección, lo cierto es que la dependencia de los envíos provenientes de los satélites anglosajones nos implica un problema añadido que ya hemos comentado hace un momento. Ellos tienen un concepto de lo que es actualidad en sus países y, claro, ello les obliga a volver una y otra vez sobre conflictos que afectan sus intereses (Golfo Pérsico, Oriente Próximo, Kosovo, Eritrea... pero también y en general, los conflictos bélicos, los atentados, el Fondo Monetario Internacional, el G-7...) descuidando el tratamiento y la información sobre países y dramas (la miseria, el hambre, el analfabetismo, el paro la desertificación...), sobre todo del Sur, que no forman parte de sus conciencias e intereses y sí de los de otros muchos que dependemos de sus cámaras y de sus envíos de información.

5.- EL HURACÁN MITCH: SU TRATAMIENTO

A finales del mes de octubre y principios de noviembre de 1998 el Huracán Mitch sacudió Centroamérica dejando tras de sí una estela de destrucción y muerte. Se registraron cerca de 18.600 víctimas (9.500 de ellas muertas) en un total de 5 millones de afectados. Las pérdidas ascendieron a más de un billón de pesetas fundamentalmente en Nicaragua, Honduras,

El Salvador, Guatemala, Panamá, Costa Rica y Belice. La pregunta a la que querríamos responder es cómo cubrimos aquel suceso en *Canal Sur Televisión*. Es un ejemplo que nos servirá para ver con más detalle cuáles son las posibilidades con las que contamos para informarles de lo que pasa en el mundo. En los siguientes seis bloques podemos encontrar reflejadas las distintas opciones informativas que se vieron a través de la pantalla:

* **Vídeo o Pieza** (ateniéndonos a las particulares denominaciones utilizadas en este medio de comunicación): Es lo más habitual. Se monta el vídeo utilizando las imágenes de los satélites y se graba en *off* un texto con la información obtenida por el redactor de los teletipos y los scripts que manda Visnews (resumen escrito de las imágenes que ofrece por satélite Reuters). Normalmente tratamos de contar lo que podemos mostrar con imágenes. Ese es el ideal, aunque no siempre es posible. No se puede hablar de un incendio en Mindanao y grabar nuestro *off* sobre imágenes de gente paseando por las calles de Manila. Pero para no salirnos del ejemplo que estamos tratando, deberíamos decir que lo ideal era que si había noticias de que los cerdos estaban devorando los cadáveres que estaban sin enterrar, mostráramos a los cerdos en tal situación. Eso es real y ocurrió. Tan macabras imágenes se mostraron en todas las cadenas.

* **Información en colas**. Esta es la peculiar denominación que obtienen aquellos vídeos que no llevan grabada la voz en *off*. Son imágenes que sirven para que sean comentadas por el presentador bien en los titulares del inicio del informativo o bien durante el telediario como una información independiente. También sirven para acompañar un testimonio, una entrevista, etc. Las imágenes, tal y como llegan del satélite no suelen ser emitibles. Contienen repeticiones, fallos de señal, movimientos de cámara no adecuados, y un largo etcétera de fallos que hay que depurar en el montaje. Tras su ordenación adecuada al texto que las acompañe, a esas imágenes las llamamos colas.

* **El experto**. En nuestro informativo (“Buenos Días Andalucía”), solemos acudir a la opinión de un experto que nos haga (dicho de modo coloquial), más *comestible* la información. En esta ocasión acudimos a un compañero, José Manuel Lupiáñez, que en esos momentos acababa de volver de Nicaragua donde se encontraba documentándose para publicar una guía turística del país. Para más suerte, este compañero cuenta con familiares en la zona. Esta figura del experto nos sirvió (como ocurre en muchas otras ocasiones con otros temas) para comentar las piezas emitidas. Una serie de mapas elaborados por el departamento gráfico sirvió para analizar el nacimiento y evolución del huracán.

* **Testimonio telefónico**. A veces la televisión debe convertirse en una especie de radio dada la imposibilidad de conseguir un testimonio visual y para dar lo más inmediatamente posible la información. En aquella ocasión conseguimos contactar telefónicamente con un andaluz que lleva veinte años en Nicaragua. Para ilustrar la conversación compaginamos su testimonio con más gráficos e imágenes que nos habían llegado esa misma noche... En este caso se trató del citado familiar de Lupiáñez, pero, tal y como ocurrió en otros informativos, podría haberse tratado de un cooperante que nos facilitara su ONG o congregación religiosa, o un ciudadano anónimo al que hubiéramos accedido a través de la embajada.

* **Crónica de un enviado especial**. Cuando el tiempo y el dinero lo permiten, *Canal Sur*, como cualquier otra emisora, trata de abordar lo que pasa en tal o cual parte del mundo a través de los ojos de alguien cercano a nosotros. Así, ese compañero del que hablábamos antes como experto fue mandado a Nicaragua y nos mandó crónicas desde distintas zonas del país. Gracias a distintos convenios internacionales y a través de las emisoras de televisión locales, un enviado de *Canal Sur* puede mandar vía satélite tantas informaciones como queramos o estemos dispuestos a pagar. En aquella ocasión obtuvimos crónicas, reportajes, entrevistas y, lo más importante, la noticia vista por un andaluz que puso énfasis en nuestras peculiaridades. Puede

La información internacional en una televisión regional

parecer poco importante, pero sólo hay que probar a ver una crónica de un enviado de *Telemadrid* o de *TV3*, y otra del de *Canal Sur* para darnos cuenta de lo que decimos. Nuestra cultura, nuestra forma de ser, etc., hacen variar el ángulo desde el que se aborda una información. Eso, por no decir que nuestro enviado trató de buscar en todo instante testimonios de andaluces, así como referencias comunes a nuestra historia o costumbres. Este tipo de cosas, entre otras muchas, son las que justifican el nacimiento de una televisión autonómica como la nuestra.

* **La Entrevista.** Entrevistar en directo a algún personaje relacionado con la información que estamos contando es algo que no se da en todos los informativos de televisión y que sin embargo es práctica habitual en “Buenos Días Andalucía”. Representantes de alguna de las Administraciones, historiadores, especialistas en información internacional, escritores, cooperantes y un largo etcétera de personajes engrosan la lista de asistentes a nuestro informativo. Junto a los que estuvieron en nuestro plató para hablar de la cooperación internacional o de la de nuestra propia administración autonómica, el 6 de noviembre *Canal Sur* hizo un Telemaratón informativo para recaudar fondos para toda Centroamérica y que contó con entrevistas en todos los informativos.

6.-NORMAS GENERALES DE ESTILO.

Finalmente, nos quedaría por hablar, aunque sea de forma somera, de unas normas generales de estilo que creemos importantes a la hora de ponerse a elaborar informaciones para este género informativo. Existe una que podríamos considerar básica, y es que, exceptuando los casos muy conocidos y repetidos día a día, la Información Internacional exige no dar por supuestos algunos extremos que podríamos obviar en la información local o nacional. Por ejemplo: puede no ser necesario repetir en una información qué es la tan comentada bicefalia del PSOE, todo el mundo lo sabe y vale con dar las últimas novedades del asunto. Sin embargo, parece de justicia decir que si hablamos de Augusto Pinochet no está de más recordarle al espectador que actualmente ocupa el cargo de Senador vitalicio en su país o que derrocó a Salvador Allende mediante un Golpe de Estado allá por 1973. Son pequeños datos que nosotros, por usar todos los días la información, consideramos obvios, pero que resultan muy útiles a los telespectadores para comprender tal o cual suceso, esta o aquella opinión vertida por un protagonista de la noticia que estemos dando.

En pocas palabras, la información internacional exige una mayor contextualización. Esta puede venir de unos datos históricos básicos, de una clave política reciente o de su localización geográfica.

Viene bien echar un vistazo a algunos manuales de estilo de distintos medios de comunicación para darnos cuenta que todo el mundo coincide en una serie de cuestiones que parecen universales para todos los medios de comunicación. En el del diario *El Mundo*, por ejemplo, se menciona la afirmación de algunos autores, como Garst y Berstein en *Headlines&Deadlines*, de que hay que abordar la información extranjera con cierta inocencia infantil, como descubriendo cosas nuevas a cada instante⁸. Así conseguiremos que la gente se entere de lo que les estamos contando, el no hacerlo, el montar un vídeo para politólogos e historiadores servirá para que cuatro digan, “bien este sabe mucho del tema”, pero habremos dado la espalda a una de las premisas que dan sentido a nuestra profesión... Que dicho de forma directa y burda, no es otra cosa que enterarnos de lo que pasa y contarlos de forma que todo el mundo lo comprenda.

⁸ DE LA SERNA, Víctor y otros: *Libro de Estilo de El Mundo*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1996, pág. 33.

Publicaciones del Grupo de Investigación en Estructura, Historia y Contenidos de la Comunicación

Colección Ámbitos para la Comunicación

1. Ramón Reig y M^a José Ruiz Acosta (Coordinadores)
Sevilla y su Prensa. Aproximación a la historia del periodismo andaluz contemporáneo (1898-1998).

2. Francisco Gil Chaparro
El crimen de los galindos. Recopilación de reportajes (serie Testimonios periodísticos).

3. Ramón Reig y M^a José Ruiz Acosta (Coordinadores)
Medios de comunicación y acontecimientos del siglo XX.

Ámbitos. Revista andaluza de comunicación

Publicación universitaria especializada.

Nº 1, septiembre 1998.

Nº 2, enero-junio 1999.