

Redacción periodística en televisión



Queda prohibida, salvo excepción prevista en la ley, cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública y transformación de esta obra sin contar con autorización de los titulares de la propiedad intelectual. La infracción de los

derechos mencionados puede ser constitutiva de delito contra la propiedad intelectual (arts. 270 y sigs. Código Penal). El Centro Español de Derechos Reprográficos (www.cedro.org) vela por el respeto de los citados derechos.

Redacción periodística en televisión

Javier Mayoral (coord.)
Pablo Sapag
Armando Huerta
Javier Díez



Consulte nuestra página web: www.sintesis.com
En ella encontrará el catálogo completo y comentado

Reservados todos los derechos. Está prohibido, bajo las sanciones penales y el resarcimiento civil previstos en las leyes, reproducir, registrar o transmitir esta publicación, íntegra o parcialmente, por cualquier sistema de recuperación y por cualquier medio, sea mecánico, electrónico, magnético, electroóptico, por fotocopia o por cualquier otro, sin la autorización previa por escrito de Editorial Síntesis, S. A.

© Javier Mayoral (coord.)
Pablo Sapag
Armando Huerta
Javier Díez

© EDITORIAL SÍNTESIS, S. A.
Vallehermoso, 34 - 28015 Madrid
Teléf.: (91) 593 20 98

Depósito Legal: M. 37.530-2008
ISBN: 978-84-975658-7-5

Impreso en España - Printed in Spain

ÍNDICE

PRÓLOGO	11
CAPÍTULO 1: LA MALA IMAGEN DE LA IMAGEN.....	15
1.1. La televisión como cloaca de la sociedad	16
1.2. La imagen y sus patologías informativas	17
1.3. Por qué y cómo se ha llegado a Jerry Mander	19
1.3.1. Razones de tipo histórico	20
1.3.2. Un lenguaje esencialmente distinto	22
1.3.3. La manipulación política	22
1.3.4. La búsqueda desesperada de audiencia.....	23
1.3.5. La televisión como mundo propio.....	25
CAPÍTULO 2: EL TRABAJO PERIODÍSTICO EN TELEVISIÓN	27
2.1. Estructura del equipo de trabajo.....	27
2.1.1. La estructura general de la cadena.....	28
2.1.2. Redacción, producción y realización	30
2.1.3. Modelos aislantes y modelos permeables.....	31
2.2. Estructura de la redacción.....	34
2.3. Las rutinas que genera un informativo	37
2.3.1. Agenda de previsiones y temas propios	37
2.3.2. La reunión de contenidos	39
2.3.3. Una escaleta provisional.....	40
2.3.4. Redacción de textos e introducción de cambios en la escaleta...	40

2.3.5. La emisión del informativo	41
2.3.6. Una mirada autocrítica	42
2.4. Nacimiento, desarrollo y muerte de una noticia: un caso práctico.....	43
2.4.1. Determinación del tema y primeras gestiones.....	44
2.4.2. La planificación del reportaje y propuesta de enfoque	44
2.4.3. La asignación de medios.....	45
2.4.4. La grabación.....	45
2.4.5. El visionado y la redacción del texto	46
2.4.6. El montaje y la emisión.....	47
2.4.7. Repaso de tareas asignadas a redactores, productores y realizadores	48
CAPÍTULO 3: MEDIO, GÉNEROS Y FORMATOS	51
3.1. La tecnología como elemento definitorio y esencial del medio	51
3.1.1. Contenidos	53
3.1.2. Actitud de las audiencias	53
3.2. Variaciones en torno a un mismo soporte	54
3.2.1. Televisión a través de Internet: directamente o de forma híbrida ..	54
3.2.2. Televisión por el teléfono móvil	56
3.2.3. Televisión en grandes espacios públicos.....	57
3.3. Los géneros periodísticos en televisión	57
3.3.1. Géneros informativos: al servicio de la noticia	57
3.3.2. Géneros interpretativos	60
3.3.3. Géneros de opinión	61
3.4. Formatos específicamente televisivos.....	63
3.4.1. Colas.....	63
3.4.2. VTR	64
3.4.3. Total	64
3.4.4. Colas + total	65
3.4.5. Directos.....	65
3.4.6. Falso directo.....	68
3.4.7. Sumario y titulares	69
3.4.8. Breves: la síntesis de la síntesis	70
CAPÍTULO 4: LA ESCALETA COMO MACROTEXTO INFORMATIVO	73
4.1. La construcción de una escaleta	74
4.2. La organización del trabajo.....	78
4.2.1. La reunión de Edición	79
4.2.2. La reunión de previsiones	79
4.2.3. La reunión de Dirección.....	80

4.3. Los criterios de selección periodística	80
4.3.1. Importancia	80
4.3.2. Interés	80
4.3.3. Actualidad	84
4.3.4. Proximidad	85
4.3.5. Número de afectados	86
4.3.6. Celebridad	87
4.3.7. Rareza	87
4.3.8. Conflicto	88
4.3.9. Negatividad	89
4.3.10. Emotividad	90
4.3.11. Otros criterios y condicionantes	90
4.4. Los criterios de ordenación de noticias	92
4.4.1. Estructura	92
4.4.2. Relación entre elementos dentro de la escaleta	98
4.4.3. Componentes de la escaleta	101
4.4.4. Uso y combinación de formatos en escaleta	107
4.5. Tendencias en la edición	111
4.5.1. Espectacularización	111
4.5.2. Entretenimiento	111
4.5.3. Sensacionalismo	112
4.5.4. Especialización	112
4.5.5. Opinión	112
CAPÍTULO 5: MICROESTRUCTURAS TEXTUALES:	
LA EROSIÓN DE LA PIRÁMIDE INVERTIDA	117
5.1. Escribir para medios impresos. La entradilla y la pirámide invertida ...	118
5.2. Escribir para televisión. La pirámide diseminada	119
5.3. Los puntos de interés máximo y los detalles menores	120
5.4. Texto y totales: la información fluye	129
5.5. Otras modalidades de texto	132
5.5.1. La entradilla: informar y llamar la atención	132
5.5.2. Las colas o la síntesis de la información	135
5.5.3. El total. Dar sentido al sinsentido	137
5.5.4. El paso al directo	139
5.5.5. Los sumarios	141
CAPÍTULO 6: LA ESCRITURA TELEVISIVA	143
6.1. Escribir para el oído	144
6.2. El lenguaje de las tres c's más una: corto, conciso y concreto para ser claro	146

6.3. El orden del discurso: la construcción de la frase.....	150
6.4. Escritura, texto y estilo	158
6.4.1. El sujeto	160
6.4.2. El verbo: tiempos y voz activa	162
6.4.3. Los complementos.....	163
6.4.4. La adjetivación.....	165
6.4.5. La inclusión de cifras.....	166
6.5. La televisión frente a la prensa.....	167
6.6. “No lo intentes; hazlo”	168
CAPÍTULO 7: ESCRIBIR CON IMÁGENES. LA GRAMÁTICA INVISIBLE	171
7.1. Palabras e imágenes	171
7.2. Aprender a comunicar con imágenes	174
7.3. La imagen y su valor informativo	175
7.4. Lo audiovisual y la “audiovisión”	178
7.5. Una gramática que no se ve	182
7.5.1. Tipos básicos de relaciones texto/imagen.....	183
7.5.2. Relaciones morfosintácticas	185
7.5.3. Relaciones semánticas	189
7.5.4. Relaciones textuales.....	199
7.5.5. Relaciones pragmáticas	201
CAPÍTULO 8: EL MEJOR TEXTO PARA CADA CONTEXTO	205
8.1. La asignación del contexto.....	205
8.1.1. Fuentes y datos	209
8.1.2. Imágenes.....	210
8.2. El texto y sus especificidades.....	213
8.2.1. Urgente o <i>flash</i>	214
8.2.2. Colas.....	215
8.2.3. Paso a totales.....	217
8.2.4. Crónica.....	219
8.2.5. Reportaje.....	222
CAPÍTULO 9: LA PUESTA EN ESCENA	227
9.1. La comunicación verbal.....	229
9.1.1. El lenguaje.....	231
9.1.2. La locución	233

9.2. La comunicación no verbal	240
9.2.1. La expresión corporal	242
9.2.2. La expresión facial: los gestos	245
9.2.3. Dos modelos de presentador	247
9.3. El redactor y las conexiones en directo	248
BIBLIOGRAFÍA	253