

# **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](http://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](http://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