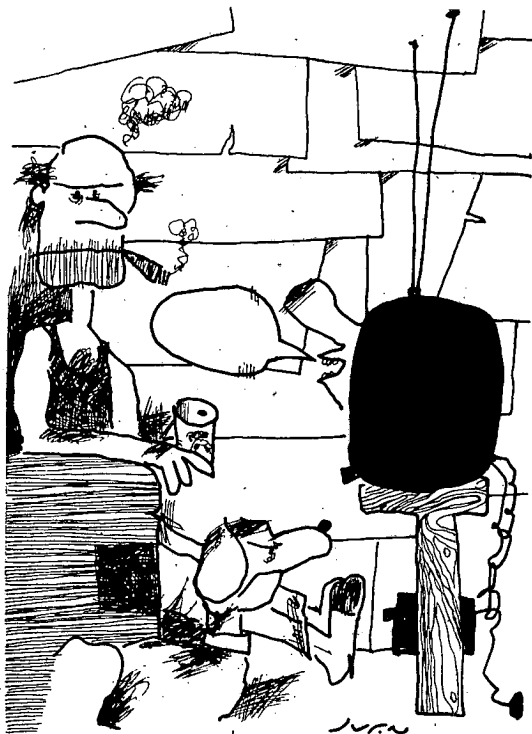


---

# UN PROYECTO DE NOTICIERO PARA LAS COMUNIDADES

**Carmen Álvarez**  
Ex-gerente del Noticiero de Televén (89-90)

*A Margarita D'Amico, la maestra que me enseñó a reconocer los elementos del periodismo audiovisual*



Un año duró el primer ciclo de El Noticiero de Televén, un espacio informativo donde la pauta se hacía de acuerdo a las necesidades de las asociaciones de vecinos, representantes de la economía informal y los movimientos de base de partidos políticos y organizaciones gremiales.

Instantaneidad, participación y espectacularidad... Tres características positivas que justifican el hecho noticioso televisado, a las que se con-

traponen la fugacidad, la fragmentación y la superficialidad. Justamente por sus contrastes, los noticieros constituyen una referencia importante en la era de las comunicaciones; tan importantes son, que trascendieron al impreso y a la radio, con una personalidad diferente, dentro del target masivo de la televisión.

Si bien es cierto, o porque es cierto, que comunicación significa diálogo, interacción y complicidad, entre el que consulta y el receptor, la información de televisión ofrece un reto a quienes la producimos porque, si de noticieros se trata, ¿de qué manera nos podemos hacer amigos de nuestros receptores?... ¿Cómo hacerlos partícipes de nuestras experiencias?... ¿Cómo hacer que nos crean y que no se sientan invadidos?... No deseamos imponerles presencia. No los queremos irrespetar. Necesitamos conocer sus carencias y su disponibilidad de tiempo para recibirlos. A cambio, respetuosamente, les hablaremos en el lenguaje que utilizamos para dirigirnos a nuestras personas más íntimas, a nuestros amigos más cercanos.

Sobre estas reflexiones surgió una propuesta de espacios informativos para un nuevo canal de televisión que, debido a su juventud, carecía de equipos técnicos y de personal periodístico entrenado.

## UN MODELO MIXTO

El Noticiero de Televén, Canal 10, tiene antecedentes nacionales y foráneos. Su estilo está inspirado en el modelo Telemundo CNN, de donde toma el hablar rápido de los locutores y periodistas. De La Agencia Close-Up Production, de Karl y Katty Hetchz, productores independientes para las cadenas ABC y NBC, se adoptó el uso del lenguaje coloquial, los tiros cortos de sonidos de los entrevistados y el empleo de abundantes imágenes, en sustitución de la palabra, para contar los hechos.

El Noticiero de Televén también recoge, en el tratamiento informativo, las enseñanzas de Margarita D'Amico, quien en su libro "Lo audiovisual en expansión", nos muestra claramente que la diferencia entre la noticia de televisión y la impresa está en la manera como son valorizados los elementos (5W + H), junto a los añadidos experiencia y personalidad, utilizados audiovisualmente, con imágenes y sonidos reales o personajes, con credibilidad.

También, para la concepción del fondo, tomamos en cuenta las ideas de Alejandro Alfonzo, planificador de la comunicación, quien nos dejó sus inquietudes cuando estuvo al frente de Venezolana de Televisión, a fines de 1983. Alfonzo creó un espacio informativo emitido por el Canal 5, que hacía énfasis en los problemas comunitarios, daba valor a la información de arte y espectáculo, a las historias de vida o de instituciones de servicio público. También tenían cabida la información de la región latinoamericana y las noticias generadas por los partidos políticos en esa época electoral.

Esos son los orígenes de los segmentos informativos de Televén, diseñados para servir a la comunidad. En este ensayo de noticiero tuvieron prioridad las asociaciones de vecinos, los representantes de la economía informal, los movimientos de base de los partidos políticos y organizaciones

gremiales, los movimientos estudiantiles, los artistas emergentes y representantes de diversas actividades no reconocidas por el status. El espacio nació para conquistar un universo hasta ese momento marginado por los otros informativos, que prefieren los sonidos de políticos, economistas de renombre y actividades ligadas al movimiento empresarial.

## **UN NACIMIENTO PRECARIO**

El 15 de febrero de 1989 salió al aire el primer avance de El Noticiero, narrado por María Elena Useche. La permanencia de la locutora estaba sujeta a su capacidad para adaptarse al modelo audiovisual que debía ser lo suficientemente dinámico como para anular los rígidos esquemas de los presentadores de otros programas informativos transmitidos por televisión. María Elena Useche no se parecía a ninguna locutora conocida por el común de los televidentes venezolanos. Es más, ella sola, con su gran fuerza y su poderosa voz representó la "antilocutora".

En pocos días Useche dió que hablar: provocó un impacto acallado temporalmente por los sucesos del 27 de febrero. Meses más tarde los críticos de televisión, o periodistas del espectáculo, retomaron el impacto Useché, a quien consideraron una copia de María Elvira Salazar, conductora del Telemundo en español. Ante las críticas contrastábamos las dos personalidades: María Elena daba el pase a María Elvira y, ciertamente, no se parecían más que en el ritmo y en la emoción que imprimían a las informaciones. Useche declaró a Virgilio Fernández en El Nacional que no imitaba a la locutora costarricense, sólo seguía su línea porque para ella el estilo de María Elvira Salazar era el mejor, el que más llegaba a la gente.

Paralelamente comenzó la formación del recurso periodístico: Dinorah Rosas, Rafael Angel García, Carola Gigante, Ivonne Ayala. Cuatro semillas, que no tenían las costumbres de los reporteros experimentados y que se dispusieron a ser moldeados y a desarrollar, junto a los veteranos Teresa Maniglia, Fernando Alfonzo y Alberto Granado, un proyecto con gran sentido social, donde se pretendía dar una respuesta de los receptores, a través de llamadas y cartas, para pedir atención a sus problemas más inmediatos. Además de la denuncia, el equipo de El Noticiero-Televén, también se propuso ir tras las soluciones y difundir la respuesta oficial. Así arrancamos, con pocos recursos, con objetivos claros y mucha imaginación.

## **CAMBIARON LOS PROTAGONISTAS**

Muy pronto el equipo entendió la necesidad de colocar los intereses de la comunidad por encima de los partidistas, porque Venezuela cambió de protagonistas y ofrece otra temática informativa: dirigentes comunitarios, cuestiones relativas al empleo, la educación, los ingresos del ciudadano y la ecología, entre otros, fueron los primeros objetivos, con el entendimiento de revisar la acción permanentemente para rediseñar la estrategia.

El feed-back brotó especialmente desde los sectores más populares

de la población y en grupos de profesionales que se sintieron representados en El Noticiero. La aceptación de las campañas por la comunidad y el rescate del reportaje permitieron medir el éxito de las propuestas: Para finales de agosto, en la "Reunión internacional sobre indicadores de desarrollo más efectivos", los ponentes señalaban como preocupación social el costo de la vida... La satisfacción de las necesidades básicas y, agregaban, la participación popular. Las conclusiones del encuentro de expertos mundiales permitieron al equipo de periodistas de Televén llegar a comprender qué motivaba a la gente a reclamar otro tipo de información.

Sin embargo, no se descuidaron las noticias de Tribunales, la actividad parlamentaria, ni el quehacer gubernamental. Solamente se jerarquizaron de otra manera y se obviaron sonidos, que a juicio del grupo de reporteros y redactores no eran necesarios. Se dijo no a "las cabezas parlantes" y se comenzó a contar con imágenes y audios ambientes.

## **POR UN FINAL COHERENTE Y ARMONICO**

En la elaboración del manual de estilo de El Noticiero tuvo mucho que ver Inés Rodríguez, periodista audiovisual, especializada en España en producción de noticieros de TV. El manual, redactado para lograr un acabado coherente y armónico, recuerda al reportero que no debe considerarse el centro de la información y le dice cómo debe utilizar su creatividad para el brillo de ese centro noticioso, únicamente presente en la noticia y en el entrevistado.

También señala que el camarógrafo es un creativo capaz de velar por la ilustración visual de la noticia que se está produciendo como tal, debe saber que el entorno, los gestos, fachadas y otros elementos pueden enriquecer las informaciones y aproximar al televidente al personaje y lo introduce al sitio donde se generan las entrevistas. Indica también que entre las funciones del reportero, el camarógrafo, el redactor y el editor, debe haber un encabalgamiento pues ninguno puede finalizar un producto por sí mismo, sino que depende del profesionalismo del otro. Por ejemplo, los redactores son considerados periodistas-productores de cada una de las noticias que le son asignadas. El redactor es el responsable de escribir el "lead" de las informaciones y tiene la potestad de rehacer los textos narrados por el reportero, también escribe lo que lee el locutor. Por eso, además del buen uso del idioma castellano, necesita "creatividad, genio, vivacidad y mucha imaginación". Se esperaba que el redactor de El Noticiero tuviera el carácter suficiente para eliminar o incluir sonidos según su criterio de periodista-productor, en beneficio de la noticia. Para este último paso generalmente los redactores cuentan con la experiencia de otro creativo: el editor de video-tape, responsable de la inserción de las imágenes apropiadas para la presentación final del programa, donde el todo debe ser coherente y armónico, ajustado al perfil diseñado: tiempos, ritmos, sonidos. En fin, la forma presentativa acorde a los requerimientos.

## ALGUNA OPCION FRENTE AL OTRO DISCURSO

En nuestra referencia capitalista, la propiedad jurídica de los medios de difusión otorga al dueño derechos para el uso y disposición, de acuerdo a sus intereses y necesidades, que generalmente coinciden con los intereses de quienes detentan al poder político. Esta convergencia permite que los propietarios orienten sus objetivos de acuerdo a las exigencias de sus anunciantes, a sus intereses políticos y económicos, sin plantearse que los objetivos de la comunicación social están bastante alejados de las prácticas mercantiles.

Es consecuencia de toda esta deformación se generan manifestaciones alternativas de la Comunicación y se entiende que lo alternativo tienen un denominador común: se trata de opciones frente al discurso del poder en sus diferentes niveles.

Sin embargo, de tiempo en tiempo, aparecen ofertas de televisión alternativa en un intento de dar cabida a las opiniones de los diferentes sectores de la población, o en los que se entiende por alternativa una programación complementaria a la existente en el universo de mensajes ómnibus que ofrecen las otras plantas.

Uno de estos casos es el Canal 10, promocionado para el momento de su nacimiento como una alternativa en programación dentro de la TV venezolana. Con ese espíritu y gran claridad, Jorge Font-Coll Vicepresidente de Producción de la Empresa, sabía la clase de noticiero que necesitaba: dinámico, preciso, con una duración que no excediera el tiempo para contar una historia, sencillo en decorados, vestuario de narradores y reporteros. Uso racional de los recursos gráficos y efectos de post-producción. En pocas palabras, la sobriedad en beneficio de la credibilidad.

Beatriz Oropeza aportó su experiencia como directora-productora de informativos y actuó como catalizador en el proceso de formación del recurso técnico-periodístico, para que El Noticiero se consolidara en pocos meses y lograra una posición de privilegio entre anunciantes y espectadores.

En la parte conceptual merece destacarse la colaboración de Josefina Ruggiero, periodista muy joven, sin experiencia previa en televisión, pero con un envidiable banco de datos en su cabeza, y una gran calma que nos hizo siempre retomar el equilibrio, especialmente ante la crisis.

Cuando los ciclos se cierran, avasallados por los intereses mercantiles, sólo queda la reflexión. La primera etapa de El Noticiero fue joven, enérgica y retadora. El modelo permitió reafirmar que sin ser "underground" se pueden ofrecer contenidos alternativos y tal como señala el investigador Diego Portales, "un modelo de Comunicación Alternativa si parte del aquí y ahora de la existencia social, no puede ignorar las grandes estructuras institucionales e industriales...", reflexión en la que coincide Fernando Reyes Matta, cuando propone la búsqueda de un avance en el sentido de que la Comunicación Alternativa se incorpore plenamente a la comunicación masiva y que a través de ésta alcance amplios sectores sociales, "entregando la riqueza de un mensaje cuyo origen está en las inquietudes, en los debates y

en las luchas populares".

La ampliación del proyecto no fue posible quizás porque la valorización audiovisual de los elementos noticiosos más la experiencia y personalidad de cada uno de los miembros del equipo, permitió abordar los hechos de una manera más cercana al espectador que las telenovelas. Y los protagonistas fueron otros.

---

---

### **COMUNICACION AMERICA LATINA**

Publicación cuatrimestral de la OCIC-AL Organización Católica Internacional del Cine y del Audiovisual - América Latina. UCLAP Unión Católica para la Radio, la Televisión y los Medios Afines. WACC-ALJC Asociación Mundial para las Comunicaciones Cristianas América Latina/Caribe.

Correspondencia: Estados Unidos 2057 (1227) Buenos Aires - Argentina.

### **CUADERNOS DE COMUNICACION ALTERNATIVA**

Publicación Bimestral del Centro de Integración de Medios de Comunicación Alternativa (CIMCA)

Correspondencia: Apartado 5828 La Paz - Bolivia.

### **REVISTA BOLIVIANA DE COMUNICACION**

Correspondencia: Casilla 1068 La Paz - Bolivia

### **CADERNOS DE DIFUSÃO DE TECNOLOGIA**

Publicación Cuatrimestral de Departamento de Difusão de Tecnologia (DDT) de la Empresa Brasileira de Pesquisa Agropecuária (EMBRAPA)

Correspondencia: Caixa Postal 04-0315, 07000 Brasília DF, Brasil

### **COMUNICARTE**

Publicación semestral do Instituto de Artes e Comunicações da Pontifícia Universidade Católica de Campinas.

Correspondencia: Caixa Postal 317 - CET - Campinas - SP - Brasil

### **SIGNO Y PENSAMIENTO**

Publicación Semestral de la Facultad de Comunicación Social de la Pontifícia Universidad Javeriana

Correspondencia: Carrera 7a. N° 40 - 62 Bogotá Colombia