



II CONGRESO
INTERNACIONAL
DE TEORÍA Y
TÉCNICA DE
LOS MEDIOS
AUDIOVISUALES

TENDENCIAS DEL
periodismo
AUDIO
VISUAL EN LA **era** DEL
espectáculo

actas

Javier Marzal Felici, Andreu Casero Ripollés y Fco. Javier Gómez Tarín (editores)

Transformaciones en la producción, programación y recepción del reportaje televisivo

Nel·lo Pellisser i Rossell. manuel.pellicer@uv.es
Universitat de València-Estudi General

El reportaje televisivo, como otras modalidades discursivas de la televisión, se ha visto sometido en los últimos tiempos a una serie de transformaciones. Paradójicamente se encuentra entre los formatos más valorados cualitativamente por los espectadores, aunque luego los índices de audiencia no corroboran esta circunstancia. En un modelo televisivo en que el saber, la divulgación y el conocimiento han sido relegados a horarios adversos o, sencillamente, han desaparecido de las parrillas de programación, el reportaje está llamado a desempeñar un protagonismo mayor en un modelo televisivo más responsable.

1. Introducción

Tradicionalmente, el reportaje televisivo ha estado considerado una de las principales y más completas modalidades del periodismo audiovisual. Tras décadas de gloria, en los últimos tiempos ha acabado arrinconado en los horarios más adversos de las parrillas de programación, sobretudo los de formato más extenso (10, 30 o 50 minutos). Todo ello, sin mencionar la trivialización a que se ha visto sometido el formato del reportaje corto dentro de los mismos informativos y de los macrocontenedores multiformato que son los magazines televisivos. Los elevados costes de producción en relación a otra clase de productos, la baja “rentabilidad” en términos de audiencia, la banalización de la información televisiva (*infotainment*) son, entre otras, algunas de las razones que se esgrimen para justificar la pérdida de protagonismo de dicho género, sobretudo en las modalidades más extensas a que hemos aludido. Paradójicamente, algunos de los programas de reportajes que se mantienen en las parrillas de programación en condiciones de emisión más o menos óptimas, aparecen en los primeros puestos de los rankings de preferencias y de consumo elaborados a partir de las respuestas de los espectadores en los denominados estudios cualitativos. Aunque luego, los audímetros no siempre corroboran estas opiniones. A nuestro juicio, el reportaje televisivo ha acabado convirtiéndose en un género testimonial, en una pieza más del marketing comunicativo de las cadenas de televisión. Quizás, en unos tiempos en que la televisión exige con urgencia una redefinición, esté llamado a desempeñar un papel más relevante que el que en estos momentos tiene asignada.

2. Una digresión con el mar de fondo

Cuando en el último verano, tras instalarnos en el camping en donde habíamos decidido pasar nuestros primeros días de vacaciones, me acerqué por primera vez con mis hijos a la playa no sabía que durante los días siguientes mi memoria no haría más que rebuscar en el pasado y hacer buena la sentencia que dice que el mundo es un pañuelo.

Tras caminar por un camino entre palmeras, y a unos pocos metros de una pequeña puerta de forja por la que se accede desde el camping *Los Pinos* al estrecho paseo que recorre la costa de Les Rotes, en Dénia, pasamos por delante de una gran marquesina de ladrillo morisco y grandes vigas de madera cuyo aspecto resultaba elegante pero también siniestro. Se trata del acceso a una pequeña urbanización de casitas entre pinos que, por efecto del viento de levante, desafían la ley de la gravedad. La urbanización, envidiamente situada frente al mediterráneo, está rodeada de un discreto muro. Junto a la puerta de acceso hay un rótulo de relieve cerámico y de letras verdes que reza: BREMER 1954.

Aunque era la primera vez que pasaba por delante de aquella puerta, aquel rótulo y aquel nombre pervivían en mi memoria desde no sabía cuanto tiempo, lo que no dejaba de resultarme inquietante, como pude constatar más adelante. Al día siguiente, en medio del sopor y del abandono a que obliga la humedad del mediterráneo, y por un, para mí, extraño y desconocido mecanismo neurológico, el disco duro de mi memoria visual se había vuelto a activar. Tras un tiempo de desconcierto, el “buscador” hizo diana.

El camino entre palmeras, la marquesina y la referencia a los bungalows Bremer aparecen en un reportaje titulado “Nazis en España” que había visto en la televisión hacía más de diez años. El espacio, dirigido por Carlos Estévez, llevaba como título genérico "Equipo de investigación" y se emitió en Antena 3 Televisión durante el periodo 1994-1998, en un horario más bien adverso. Por supuesto, no tenía nada que ver con los espacios grabados con cámara oculta que, bajo la etiqueta de "reportajes de investigación", se emitirían años después en Telemadrid, Canal 9 y Antena 3 con el sello de El Mundo Televisión. Aunque este es otro asunto.

Tras los días de playa volvimos a casa. Localicé mi copia del reportaje y lo volví a ver. Refresqué la memoria. Posteriormente hice algunas búsquedas hemerográficas. Incluso logré saber algunos detalles más de Gerhard Bremer, un antiguo oficial de las SS y ex miembro del estandarte personal de Hitler. Según el trabajo de Carlos Estévez y Teo Lozano, Gerhard Bremen, encarcelado durante dos años en Francia, fue uno de los nazis pioneros en realizar inversiones en el sector turístico en España. A principio de los cincuenta llegó a Alicante y poco tiempo después construyó en Dénia los bungalows Bremer, en donde se instalaron compañeros suyos vinculados al nacional socialismo. Allí se reunía de forma periódica con antiguos nazis. Incluso organizaba fiestas en las que se exhibía disfrazado con el uniforme de la SS, como confirmaron en su día algunos vecinos de la zona. Según el periodista José María Irujo¹, hasta su muerte en 1989, Bremer celebró con champaña cada 20 de abril el cumpleaños del *führer*. Según el reportaje de Estévez y Lozano, los apartamentos Bremer jugaron un papel relevante en

¹ “La pista española del ‘Doctor muerte’”. *El País*, 10/12/2006.

la red de evasión que se estableció en la península por aquellos años. Con un embarcadero privado, del que aún permanecen los restos, y un barco de recreo, Bremer conseguía hacer entrar en España antiguos correligionarios que huían de la justicia. Pero esta también es otra historia. Como la de Francisco Boix, el fotógrafo catalán que bajó a los infiernos de Mathausen para volver con una serie de negativos con lo que luego se pudo hacer justicia, y cuya estremecedora historia conocimos a través de otro excepcional reportaje-documental del que estos días, con ocasión de la redacción de este texto, nos volvemos a acordar.

¿Y toda esta digresión, para qué, se preguntará el lector? Pues por varios motivos. Unos, de carácter estrictamente personal, que tienen que ver con la actividad profesional de quien esto escribe. Y otro, específicamente relacionado con el género, el del reportaje, que, a nuestro juicio, es, aún, uno de los más completos del periodismo informativo. El caso que acabamos de relatar nos permite remarcar como, a diferencia de otros trabajos televisivos e, incluso, de muchos otros reportajes, este en particular había calado tan hondo en nuestra memoria que, más de diez años después de su emisión, aún lo teníamos presente. Del mismo modo que seguimos teniendo presentes, por diferentes motivos, trabajos como “El caso 112” o “Infancia rota” (TVE), “Las habitaciones de la muerte” (Chanel 4), “Balseros” y “Els nens perduts del franquisme” (TV3), o el aludido “Francisco Boix, un fotógrafo en el infierno”, producido para el cine pero emitido posteriormente por televisión, por citar solo algunos ejemplos. Todos ellos, reportajes-documentales que, al menos para nosotros, ocupan un lugar destacado en nuestra videoteca particular, además de formar parte, con mayor o menor énfasis, de nuestro *background* audiovisual.

Con esta anécdota alrededor de los apartamentos Bremer, con esta licencia al fin y al cabo que nos sumerge en la excitante historia que se refiere a la presencia durante años de nazis refugiados en la costa mediterránea con la connivencia de diversos gobiernos, no solo los de la dictadura, no hemos querido más que hacer una reivindicación del género del reportaje, de su vigencia y de sus valores.

3. Los fundamentos del reportaje

El reportaje es, en primer lugar, un relato de hechos (J. González Requena, 1989), una narración de hechos informativos (Herreros, 1992). En este sentido, y al margen de un sinfín de consideraciones que tienen que ver con los aspectos formales, se trata de un género que aún posee la capacidad de conmover, de emocionar e, incluso, de provocar reacciones en la audiencia. En ocasiones, y ante determinados relatos y testimonios que, no sin esfuerzo, se logran cazar en la jungla televisiva, podemos experimentar pequeños instantes de emoción. Y no nos referimos tan sólo a los que se desprenden de determinados testimonios más o menos emotivos, ni a historias más o menos humanas y estremecedoras, sino que también podemos experimentar emoción ante determinados montajes, bien a base de imágenes recientes o de archivo, con su ambiente o con una música evocadora de una determinada atmósfera, o ante el reto de situar ante las cámaras determinados testimonios gracias a un notable esfuerzo de producción, o ante un uso certero e, incluso, original, de los recursos con que cuenta el lenguaje audiovisual. Aunque siempre habrá quienes lo consideren un parámetro poco científico, a nosotros los aspectos emotivos aún nos parecen útiles y, sobretudo, pertinentes para hacer frente a un mundo en que la comunicación es cada vez más un procedimiento electrónico que un acto humano.

Por otra parte, el reportaje televisivo se caracteriza por su «actualidad, diversidad, originalidad y narración» (Bandrés, García Avilés, Pérez y Pérez, 2000). Por lo que respecta a la actualidad en el reportaje, esta se aleja de la noción de inmediatez, más propia de la noticia, para ganar en profundidad, que es probablemente uno de sus principales rasgos. En este sentido, consideramos que el concepto de actualidad está exigiendo a gritos nuevas aproximaciones académicas ya que, en los últimos tiempos, está siendo zarandeado por algunos de los mandarines del periodismo audiovisual que gestionan la información en las redacciones de las nuestras televisiones, tanto públicas como privadas, hasta el punto de tergiversar las más elementales reglas del periodismo audiovisual (Bourdieu, 1997; Ramonet, 1998, Ortega, 2006). Como todo el mundo sabe, del mismo modo que el resto de expresiones periodísticas, la información televisiva es un ámbito de gestión de intereses, de poder, de organización discursiva, cuyas reglas no están escritas. Así, a fuerza de repetir a diario las mismas perversiones, de haber llegado a modificar sutilmente dichas pautas, casi sin darnos cuenta, se han ido introduciendo cambios en las mismas reglas de juego, de manera que los usuarios se encuentran cada vez más desconcertados y, por tanto, más indefensos ante los nuevos códigos con que se gestiona la información (Ortega, 2006; Humanes, 2006). Por esta razón, queremos reivindicar en este punto el reportaje; a nuestro juicio, una excepcional herramienta de aprendizaje, de divulgación de conocimiento. Hay que tener en cuenta que el reportaje representa un contrapunto a los formatos breves que se han ido consolidando en los tiempos del periodismo electrónico. En definitiva, el reportaje aporta profundidad. “Profundidad y criterio”, como apunta J. Vilalta (2006a: 24). Precisamente, la profundidad, y con mucha frecuencia el criterio, han ido desapareciendo en las modalidades discursivas que encontramos en el principal formato del relato de hechos, como son las citas informativas diarias. Entre otras razones por la banalización de los contenidos, la desaparición de determinados campos de la información de las escaletas de los informativos, la reducción de la duración de las informaciones televisivas en aras de un mayor ritmo que atrape a la audiencia (mayor número de historias y más sintéticas para un mismo espacio y tiempo). En definitiva, toda una serie de transformaciones (sutiles algunas y evidentes otras que para el espectador suelen pasar desapercibidas) que van más allá de la expresión *infotainment*, (infoentretenimiento), aunque el término puede ser útil para sintetizar estas transformaciones². Ante este panorama, el reportaje emerge como una alternativa para profundizar y narrar de forma original. Para ir más allá del vuelo superficial que se ha convertido la cita informativa diaria. Como señala J. Vilalta (2006a: 33), «se trata precisamente de esto, de mirar más allá de las apariencias. Esto al *statu quo* no le interesa. El poder quiere que nos acerquemos a retratar, pero no a interrogar: *ocúpense de las inauguraciones, pero no de las disfunciones*. Esto es la mirada inteligente que buscamos».

Pero además de todo esto, queremos remarcar la aportación del reportaje al conocimiento. Un parámetro cada vez más ajeno al medio televisivo que exige ser recuperado con urgencia. Nos referimos al conocimiento en términos de cantidad y de calidad de la información, en términos de formación, de educación y de denuncia. Tanto de las modalidades discursivas que se engloban bajo la denominación de reportaje televisivo, en sus distintas duraciones y enfoques, como la de documental. Aunque no es el momento de adentrarse en las aguas cenagosas que envuelven los límites de ambas

² Sobre la agenda de los medios, ver de J. Gavaldà y N. Pellisser: “La construcció de l’agenda: de les velles i les noves rutines de la indústria de la informació”, en *Treballs de Comunicació*, 16, desembre de 2001, Barcelona, Societat Catalana de Comunicació, pàgs. 35-50, y de T. León Gross: “La agenda de los informativos”. En *Medios de Comunicación. Tendencias '06*. Fundación Telefónica.

modalidades expresivas, ya que entendemos que son más los elementos que las unen que los que las separan. En este punto, y con el fin de llevar adelante una vindicación del formato, consideramos pertinente considerarlas una sola unidad o, dicho de otra forma, para evitar herir cualquier clase de susceptibilidad, diremos que se trata, aunque sea de forma provisional, de distintas expresiones de una misma manifestación. En este punto, consideramos muy útil usar, también de forma provisional, el término reportaje-documental para referirnos a los productos de mayor duración. Sobretudo los de 50-55 minutos destinados a los *slots* de programación de una hora, pero también los de 70, 80 y 90 minutos, o más, menos frecuentes en televisión.

Todo ello hace que el reportaje esté considerado como uno de los géneros informativos de mayor prestancia. Su sola mención es sinónimo, como hemos apuntado, de profundidad, de actualidad, de criterio, pero también de prestigio, de seriedad, de rigor, de credibilidad y de solvencia (Cortés, 1999: 207), como bien se encargan de remarcar los departamentos de promoción y marketing de las cadenas de televisión cuando promocionan las programaciones y, en particular los espacios informativos. Refiriéndose a un clásico del género en nuestro país, *Informe Semanal* (TVE1), Ricardo Vaca Berdayes afirma que «dicho espacio otorga “identificación, reconocimiento y prestigio” al canal que lo produce, esto es TVE-1; y que además garantiza el concepto de «servicio público» de la Radiotelevisión Española » (1997: 339). Curiosamente, en los estudios cualitativos, en particular en las encuestas de opinión en las que se valora la imagen de las cadenas, los programas y los presentadores y artistas, los entrevistados tienden a premiar los mismo géneros televisivos: los informativos y los espacios de reportajes y documentales. De manera que esta clase de programas aparecen como los mejor valorados por los espectadores, por lo que hay que deducir que los buscan y siguen con interés. Aunque este es el nudo gordiano de la paradoja a la que nos referimos en esta comunicación. Citando a Vance Packard en *Los persuasores ocultos*, José Miguel Contreras se refiere a la tendencia de los encuestados a «quedar lo mejor posible» ante el entrevistador. De aquí que «es en estos momentos cuando la gente afirma adorar *Informe Semanal*, no perderse nunca los documentales de la 2 y deplorar los programas de mayor audiencia, curiosamente, los que suele ver al volver a casa» (2001: 127-129). Para corroborar esta afirmación, tan sólo hay que repasar los índices de audiencia y comprobar cual es la respuesta de los espectadores, según los audímetros de Sofres Audiencia de Medios. Entre los 50 programas más vistos en las últimas temporadas, en donde se da un claro dominio de las teleseries, (en las distintas modalidades de drama y comedia) *sitcoms* y *docu-shows*, no encontramos ninguna que responda al género que nos ocupa. También es verdad que espacios como *Informe Semanal*, en TVE-1, en ocasiones, registran índices de audiencia que se acercan, e incluso superan, a las medias de la cadena, lo que los sitúa en el club de los elegidos y les asegura, aunque no siempre, su supervivencia. No es el caso, por ejemplo, del espacio *Dossiers* de Canal 9-RTVV que, tras quince años en antena y a causa de los constantes cambios en la duración y el formato, así como en un proceso delirante de banalización de sus contenidos, acabó por desaparecer sin más explicaciones, aunque en la temporada 2008-2009 ha reaparecido, sin periodicidad fija y sin un enfoque determinado, para programar trabajos, una vez, de carácter histórico; otras, supuestas investigaciones con cámara oculta y, otras, temas exóticos sugeridos por ONG's.

4. Los espacios de reportaje en la parrilla de programación

Como hemos apuntado, en los últimos tiempos, los espacios de actualidad, como en conjunto de las diversas modalidades de relatos de hechos que encontramos en la televisión, se han visto sometidos a diversas transformaciones. En el ámbito de las cadenas privadas han desaparecido espacios de reportajes, como ha sido el caso de *Espejo público*, en Antena 3 Televisión, posteriormente transformado en magazine diario, y han aparecido nuevas propuestas, como *Diario de...*, en Tele 5, o *Callejeros*, en Cuatro. En cualquier caso, no se ha producido una verdadera apuesta por el género. Tras la etapa del *reality*, los esfuerzos han ido por las sendas de la crónica rosa, el humor y la ficción (Imbert, 2008). En el ámbito público, y coincidiendo con los cambios producidos en TVE tras el vuelco electoral de marzo de 2004, se han mantenido las propuestas de siempre y se han añadido algunas nuevas. Curiosamente, en las últimas temporadas, las estrategias de marketing de las cadenas tanto públicas como privadas han hecho hincapié en lo que han denominado “espacios de reporterismo”. Lo hizo Televisión Española cuando se presentó la primera programación de la era Zapatero. “El reporterismo, un valor estable en TVE” titulaba una de las crónicas de aquellos días para referirse a la oferta de *Informe semanal*, *En portada*, *Documentos TV* y *Crónicas*. Realmente se trataba de una apuesta, no solamente en términos cuantitativos, sino también, como hemos ido viendo en el tiempo, en términos cualitativos. Paradójicamente, también la cadena privada Tele 5 se apuntó a la moda del reporterismo con *El buscador de historias*: “Un nuevo formato con vocación de servicio público, basado en reportajes de investigación y sociales pero sin renunciar al entretenimiento”, según recogía una información del diario ABC de 31 de enero de 2006. Aunque luego hemos podido ver que se trataba de una nueva vuelta de tuerca de las mismas perversiones a las que venimos asistiendo en los últimos tiempos a cuenta de simular el formato, la estética y la retórica de los espacios de actualidad pero con los contenidos que han hecho fortuna en los últimos tiempos. Ocurre que, en parte, fundamentalmente en el ámbito de las televisiones privadas, las nuevas propuestas de programación de la *postelevisión* (Imbert, 2008) se sitúan más bien en el ámbito del entretenimiento que en el de la divulgación de conocimiento. Sobretudo cuando analizamos la agenda temática de estos espacios, concebidos en muchos casos para intentar pescar hoy bancos de audiencia en caladeros ajenos, más que en sembrar para recoger mañana.

Otro aspecto que refuerza la paradoja a la que aludimos tiene que ver con la localización en las parrillas de programación de esta clase de espacios. Salvo algunas excepciones, como es el caso de *Informe Semanal*, *30 minuts*, *Callejeros*, que se programan en prime time, los espacios de reporterismo solemos encontrarlos en el late-night y, sobretudo en lo que corresponde a la oferta de RTVE, en La 2, así como en los segundos canales de las autonómicas, como es el caso de *60 minuts* en Canal 33 (Televisió de Catalunya) y *Documents* en Punt 2 (Radio Televisió Valenciana). También es cierto que, con el incremento de la oferta televisiva que se ha producido en la última década con el cable, el satélite, etc, y el que estamos en tránsito de consolidar con la implantación de la TDT, hemos asistido a un notable crecimiento del formato documental, sobretudo los de naturaleza, históricos, etc. hasta llegar a configurar-se una oferta de canales especializados. Hay que tener en cuenta que esta clase de producto permite programar a bajo coste y aseguran un rendimiento constante en términos de audiencia, aunque no aportan el elemento de actualidad que caracteriza el reportaje de hechos.

5. La deformación del género³

Como sabemos, los géneros se caracterizan por estar en constante transformación. En este sentido, la deformación del género a la que aludimos no sería, de entrada, más que una especie de pleonasma. En cualquier caso, las transformaciones a que nos referimos por lo que respecta al reportaje de actualidad no serían tanto en los aspectos formales como en los contenidos. Es más, desde el punto de vista formal, la mayor parte de propuestas se asemejan, utilizan recursos similares de realización, adoptan el ritmo ágil y el tono del informativo de actualidad. De esta manera, se produce un mimetismo formal que confunde al espectador no especializado. Incluso, este fenómeno se produce en las autopromociones y avances de contenidos. Por el contrario, cuando analizamos la agenda de contenidos es cuando constatamos que es aquí en donde se han producido las mayores transformaciones. Fundamentalmente consisten en sustituir los grandes temas de debate, los denominados temas *hard* (*política, economía, fenómenos sociales, etc*), por temas intrascendentes, los por oposición temas *soft* (*sucesos, deportes, anécdotas, etc*). Este fenómeno, que es genérico en los relatos de hechos, y de forma evidente en los noticiarios diarios (Ramonet, 1998), ha condicionado la televisión de las últimas décadas y está relacionado con el proceso de penetración de las leyes del espectáculo, la espectacularización de la información, que se ha apoderado del rigor en el tratamiento y de las exigencias de la información. Pero es más, a nuestro juicio, hay que hacer referencia a otra circunstancia que se da, sobretodo, en el ámbito de los espacios semanales de reportajes. Y que tiene que ver con la agenda temática. La premisa de esta nueva paradoja sería: mientras hablamos de una serie de cosas, dejamos de hacerlo de otras. Mientras se construye la ficción de resumir la semana con la apuesta por una serie de temas, se dejan otros fuera. De manera que se sustrae al debate público una serie de temas sobre los que no hay interés en que se debata. A esta perversión asistimos cada día, cada semana, en muchas de las televisiones que podemos sintonizar desde nuestras casas en lo que configura la oferta televisiva en abierto. Unas veces, se justifican en aras de una mayor audiencia y, por tanto, de una mayor rentabilidad económica. Otras, lo hacen porque quieren alcanzar un público mayoritario, ser populares y huir de las minorías.

Un caso bastante representativo fue *Espejo público*, un programa semanal de reportajes, del que era imposible no establecer un paralelismo con *Informe Semanal* pero que, desde primera hora, «descafeinó» sus contenidos hasta convertir-se en una “revista de sociedad”. Al fin y al cabo era la apuesta, siempre respetable, de una cadena privada. Aunque nunca dejó de parecernos inquietante la selección temática que se hacía de la semana ya que nunca hubo forma de encontrar en la cadena espacios donde se abordasen de forma amplia las *hard news* a que aludíamos con anterioridad. Otro ejemplo reciente es *El buscador de historias* que Tele 5 ha puesto en marcha en las últimas temporadas en el *acces primer time* del fin de semana.

Con relación a este tipo de programas y de otros similares que adoptan el formato de los espacios de actualidad para orquestar una ceremonia de la simulación, no deja de ser sintomático que la crítica periodística haya acuñado el término

³ Sobre las transformaciones y deformaciones del género ver de Bernardo et al (2009): La transgresión de la realidad en el reportaje televisivo. El tratamiento del caso “El Cabanyal”. RLCS, Revista Latina de Comunicación Social, 64, páginas 328 a 340. La Laguna (Tenerife): Universidad de La Laguna, http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/27_826_50_ULEPICC_06/Bernardo_et_al.html.

“bricoperiodismo” para referirse a “los programas de reporterismo callejero, bricoperiodismo en los que un sujeto provisto de mucha labia y una simple videocámara sostiene toda una hora de buen entretenimiento”. Y añade el crítico: “Entretenimiento, decía. El caso es que a falta de valor para mover las cámaras en la calle y convertir los informativos en piezas frescas y vigorosas del día, las cadenas han preferido poner sobre el mostrador documentales semiinconscientes y luego, debajo del hielo picado, breves notas de vida con forma de documentales de autor”⁴.

6. Otras voces, otros ámbitos

Como hemos dicho, el reportaje se caracteriza, como el resto de modalidades discursivas, por estar en continua transformación. Eso no significa que durante estos procesos de acomodación pierda el sentido que justifica su existencia, aquel que permite al emisor y al receptor codificar y decodificar respectivamente con solvencia. Tampoco que se tergiversen las reglas del juego periodístico, tan zarandeadas en los últimos tiempos como nos ha manifestado el maestro Kapuscinsky (2002, 2003) en sus escritos antes de partir en su último viaje.

En este sentido, en los últimos tiempos hemos asistido a la adaptación al formato cinematográfico de muchos reportajes-documentales, inicialmente concebidos para la gran pantalla, pero sin perder de vista la televisión, pieza clave en la financiación de muchos de estos proyectos. En este proceso de adaptación, el reportaje-documental no solo ha ganado nuevos espectadores sino que, aprovechándose del formato cinematográfico, se han planteado relatos con una mayor duración, y por tanto, con mayor capacidad de profundizar, se han incorporado elementos de ficción (recreaciones, etc), sin renunciar a elementos característicos del reportaje de actualidad, como la polifonía de voces o la tensión escópica (González Requena, 1989) lo que ha permitido avanzar en la búsqueda de nuevas formas de expresión que, a su vez, el reportaje de actualidad ha adoptado y ha adaptado, con sus limitaciones, al medio televisivo. En definitiva, la transformación a la que aludimos se nos ha rebelado como un caudal de riqueza.

En este sentido, entendemos que no hay que perder de vista los aspectos tecnológicos que envuelven el mundo de la televisión. Por una parte está internet, a través de la cual podemos descargar y ver una extensa oferta de televisión, o el fenómeno *Youtube*, una plataforma a la que no hay que perder, tampoco, de vista por muchas y variadas razones que habrá que abordar cuanto antes mejor. Pero, sobretodo, lo que se nos muestra, aparentemente, como una auténtica revolución es la fusión de la televisión y el teléfono, un nuevo soporte para la industria audiovisual, sobretodo porque la distribución del hardware está garantizada. Por tanto, ante este nuevo panorama se impone una reflexión sobre los formatos y los contenidos que van a suministrarse por estos nuevos canales. ¿La brevedad de los relatos que impondrá el nuevo canal va a ser incompatible con la profundidad y con la divulgación de conocimiento?. ¿Qué papel pueden desempeñar formatos como el reportaje en este nuevo contexto de comunicación? Habrá que estar atentos. De momento, parece que las primeras probaturas apuntan por la senda de la ficción. Seguimos bajo la batuta del entretenimiento. ¿Habrá que seguir esperando, o se trata más bien de una declaración de intenciones que nos indica por donde van a ir, irremediamente, las cosas?

⁴ “Bricoperiodismo”. F. Álvarez. *ABC*. 15 de octubre de 2006.

Por si acaso, y volviendo la mirada a la televisión convencional (aunque cada vez menos) entendemos que una de las claves pasa por romper con la tiranía del audímetro, de manera que formatos como el reportaje no queden relegados en las parrillas de programación, o sencillamente estén ausentes, porque no logran el respaldo mayoritario de la audiencia. En este sentido, queremos hacernos eco de la reflexión de Enrique Bustamante cuando dice: “La cantidad de audiencia domina nuestros intercambios de formas simbólicas, ideas y valores. Desde la radio y la televisión, este virus inocular ya al resto de la cultura, poniendo en grave peligro la diversidad. Su defensa pasa justamente por encontrar otros indicadores de eficacia: la satisfacción, la educación, el intercambio y la cooperación multicultural, la innovación y la creatividad”⁵. Precisamente, al hilo de esta reivindicación de nuevos indicadores de eficiencia para valorar los programas, y a partir del texto del profesor Bustamante, Jordi Balló⁶, propone un decálogo (posible) de criterios “que no se pretenden objetivos pero que responden a la voluntad de verdad, que ofrecen valores”. Entre otros, cita el criterio del “impacto”, “un valor que mide el efecto sobre la sociedad, su capacidad de hacer cambiar el punto de vista de las cosas” y pone como ejemplo “Las habitaciones de la muerte” el reportaje sobre los orfanatos chinos que hemos citado al inicio de esta comunicación. También se refiere al criterio de la “divulgación”, referido a espacios cuya misión es la de “partir de los ‘ya conocidos para indagar en otros sectores... para divulgar lo oculto, respondiendo así a los retos globales de la sociedad”, y, en este caso, cita el espacio de reportajes de la CBS *60 minuts*. Como podríamos citar muchos otros.

Es en esta línea en la que, entendemos, se han de producir las transformaciones en la televisión. No solamente en el ámbito tecnológico, sino en el de los contenidos, en el de la divulgación del conocimiento, de la educación en libertad, que es al fin y al cabo, una de las pocas razones, además del tan manido entretenimiento, por las que vale la pena destinar nuestra energía al mundo audiovisual. Y es en este contexto en donde el reportaje de actualidad tiene futuro y cabida.

7. Bibliografía

- ARTERO, Manuel (2004): *El guión en el reportaje informativo*. Madrid: IORTV.
- BANDRÉS, E.; GARCÍA, José A.; PÉREZ, G. y PÉREZ, Javier (2000): *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós.
- BARROSO, Jaime (1989): *Introducción a la realización televisiva*. Madrid: IORTV.
- BARROSO, Jaime (1992): *Proceso de la información de actualidad en televisión*, Madrid: IORTV.
- BARROSO, Jaime (1994): *Técnicas de realización de reportajes y documentales para televisión*. Madrid: IORTV. Madrid.
- BERNARDO, J.M. y PELLISSER, N. (2009): “La transgresión de la realidad en el reportaje televisivo. El tratamiento del caso ‘El Cabanyal’”. En *Revista Latina de Comunicación Social*, 64, págs. 328-340. La Laguna (Tenerife): Universidad de la Laguna.
- http://www.ull.es/publicaciones/latina/09/art/27_826_50_ULEPICC_06/Bernardo_et_al.html.
- BOURDIEU, Pierre (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona: Anagrama.

⁵ “Cómo acabar con la dictadura de la audiencia”. Enrique Bustamante. *Culturas. La Vanguardia*. 26 de mayo de 2004.

⁶ “Un decálogo (posible)”. Jordi Balló. *Culturas. La Vanguardia*. 26 de mayo 2004.

- BRICHS, Xavier (2003): *Reflejos de la realidad*. Barcelona: CIMS 97/MIDAC.
- CASTILLO, J. M. (2004): *Televisión y lenguaje audiovisual*. Madrid: IORTV.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992): *Géneros informativos audiovisuales*. Madrid: Ciencia 3.
- CORTÉS, J.A. (1999): *La estrategia de la seducción. La programación en la neotelevisión*. Pamplona: Eunsa.
- DE LA TORRE, B. y LLAURADÓ E. (1999): *Una imatge val més. La feina de l'ENG-videoperiodista*. Barcelona: Pòrtic.
- FERNÁNDEZ DIAZ, F. y MARTÍNEZ ABADÍA, J., (1999): *Manual básico de lenguaje y narrativa audiovisual*. Barcelona: Paidós.
- GAVALDÀ, J y N. Pellisser (2001): "La construcció de l'agenda: de les velles i les noves rutines de la indústria de la informació", en *Treballs de Comunicació*, 16, Barcelona, Societat Catalana de Comunicació, págs. 35-50.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1989) *El espectáculo informativo*. Madrid: Akal.
- HUMANES, María Luisa (2006): "La anarquía periodística: Por qué le llaman información cuando quieren decir...". En *Periodismo sin información*. Félix Ortega (coord.). Madrid, Tecnos.
- IMBERT, Gerard (2008) *El transformismo televisivo. Postelevisión e imaginarios sociales*. Madrid: Cátedra.
- KAPUSCINSKI, Ryszard (2002): *Los cínicos no sirven para este oficio. Sobre el buen periodismo*. Barcelona: Anagrama.
- KAPUSCINSKI, Ryszard (2003): *Lapidarium IV*. Barcelona: Anagrama.
- LEÓN GROSS, T. (2006): "La agenda de los noticiarios". En *Medios de Comunicación. Tendencias '06*. Fundación Telefónica. Págs. 271-279.
- MARZAL, Xavier y GIL, Longi (eds) (2008): *Eines per a la producció de vídeo documental*. Benicarló: Onada.
- ORTEGA, Félix (2006): "El modelo de la no información". En *Periodismo sin información*. Félix Ortega (coord.). Madrid: Tecnos.
- PALACIO, Manuel y CONTRERAS, José Miguel (2001): *La programación de televisión*. Madrid: Síntesis.
- PROSPER, J. y LÓPEZ CATALÁN, C.J. (1998): *Elaboración de noticias y reportajes audiovisuales*. Valencia: CEU San Pablo.
- RAMONET, Ignacio (1998) *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Debate.
- ÚBEDA, Joan (1992): *Reportatge a TV: el model americà*. Barcelona: Íxia.
- SOLER, Llorenç (1998): *La realizació de documentals y reportajes para televisión*. Barcelona: Cims.
- VILALTA, Jaume (2006a): *El espíritu del reportaje*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- VILALTA, Jaume (2006b): *El reportero en acción. Noticia, reportaje y documental en televisión*. Barcelona: Universitat de Barcelona.
- YORK, I. (1991): *Principios básicos del reportaje televisivo*. Madrid: IORTV.
- VACA BERDAYES, Ramón (1997): *Quién manda en el mando*. Madrid: Visor.
- VV.AA. (1999): *Darrera la càmera. Quinze anys de 30 minuts 1984-1999*. Barcelona: Pòrtic.
- VV.AA. (2006): *El anuario de la televisión 2005/06*. GECA.