

El presentador de noticias: las cualidades necesarias para una comunicación eficaz

The newsreader: requirements for on effective communication

Alejandro Salgado Losada
Salamanca (España)

RESUMEN

El presentador de noticias: las cualidades necesarias para una comunicación eficaz se centra en la enumeración de las principales cualidades específicas para la presentación de programas informativos en televisión, especialmente, la credibilidad. Las aportaciones teóricas más importantes relativas a la presentación en televisión quedan aquí recogidas, y entre todas ellas destaca la correspondiente a Andrew Boyd. En este texto se introduce una interpretación de las cualidades expuestas inicialmente por este autor: credibilidad, honestidad, profesionalidad, experiencia, imparcialidad, buena voz, buena imagen, claridad, autoridad, confianza, personalidad, entusiasmo y tranquilidad.

ABSTRACT

The anchorman: the qualities necessary for an effective communication contains an enumeration of the principal specific qualities for the presentation of informative programs on television, specially, credibility. The most important theoretical contributions relative to the presentation in television remain here quiet, and among all of them the correspondent emphasizes Andrew Boyd. In this text there gets an interpretation of the qualities exposed initially by this author: credibility, honesty, professionalism, experience, impartiality, good voice, good image, clarity, authority, confidence, personality, enthusiasm and tranquility.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Televisión, calidad, informativos, presentación.
Television, quality, news, presentation.

Tomamos prestado el título de la obra del comunicador estadounidense David Brinkley, Lo que es ser presentador, para recabar someramente algunas de las descripciones más reseñables a este respecto: qué es ser presentador. Antes de comenzar el específico estudio de las cualidades del presentador de informativos en televisión, estimamos oportuno introducir aquí una serie de consideraciones previas.

Dennis e Ismach, para quienes los días del periodista todo terreno han quedado lejos ya, manifiestan que hoy «el reportero más que rápido debe ser sagaz y lúcido. Debe ser en parte investigador y en parte autoridad en la materia que cubra. Y debe ser capaz de adecuar sus temas a los intereses de la audiencia» (1).

Algunos de los rasgos que estos autores atribuyen al buen periodista son:

«Voluntad, coraje, juicio (buen criterio para saber apreciar correctamente la naturaleza, el alcance y la importancia de una historia y escribirla con sentido profesional), determinación, persistencia, imaginación (dicho más gráficamente: ver el bosque cuando otros sólo ven los árboles), integridad, sentido de organización (mente metódica, capaz de hacer sencillo lo complejo) y un instinto básico consistente en la habilidad de eliminar lo extrínseco, e ir directamente al corazón del asunto» (2).

David Brinkley, uno de los presentadores de noticias y comentaristas de televisión más importantes en Estados Unidos, destacó algunas de particularidades de esta profesión:

«El papel del presentador es difícil de valorar (...), se diferencia de otros en que establece una relación noche a noche, día a día, con decenas de millones de personas, el presentador da a la noticia una especie de dimensión y carácter que nunca había tenido antes, utilizando como intermediarios su voz, su aspecto y su personalidad» (3).

Uno de los comunicadores más reconocidos del Reino Unido, el presentador de Channel 4 News Janet Trewin, afirma que las cualidades del presentador de informativos se resumen en los siguientes puntos:

«Es un buen comunicador, que no interpreta sino que es él mismo, que actúa como herramienta de marketing, que cree en sí mismo, que no se muestra como un «sabelotodo» ante nadie y que sabe trabajar en equipo» (4).

Un atributo clave para el presentador, en consideración de Trewin, es que éste sea honesto consigo mismo y con la audiencia. Este periodista británico sostiene, en este sentido, que «las mentiras no duran y, además, la cámara, el formato del programa o la audiencia lo detectarán» (5). Por su parte, Pérez Calderón señala que la condición de presentador admite si no numerosos, por lo menos varios matices o variantes que nadie tiene por qué practicar y dominar en su totalidad: «No todos los presentadores ni todas las presentaciones son iguales, ya que la especialidad no es algo rígido, invariable y monolítico» (6).

1. Las cualidades del presentador de informativos en televisión

Como paso inicial, entenderemos por cualidad, en relación con nuestro objeto de estudio, aquel rasgo característico de un presentador relativo a sus perfiles profesional y personal y al modo de expresar un contenido ante las cámaras. El DRAE recoge como cualidad, «cada uno de los caracteres, naturales o adquiridos, que distinguen a las personas», así como «manera de ser de una persona». En las siguientes páginas desglosaremos cuáles son las cualidades necesarias para la presentación en televisión.

En la revisión bibliográfica realizada en torno a las diferentes aportaciones acerca de las cualidades necesarias para la presentación de informativos en televisión, resaltamos las consideraciones de Andrew Boyd. Según este autor, las cualidades ideales para un newscaster o anchorman (presentador de informativos en televisión) (7), se asientan sobre la base de la fuerza personal y autoridad, combinado con experiencia,

personalidad y carisma (8): autoridad, credibilidad, claridad, calidez/cercanía, personalidad, profesionalismo, buena voz, buena presencia (9). Como complemento a estas cualidades, añadimos una cita de John F. Day, que fue Director de Información de CBS News. Destacaba lo siguiente:

«Los elementos indispensables para la información televisiva y un buen redactor son: su función, habilidad para escribir bien y claro, inteligencia, educación, autoridad, conocimiento del medio... El modo de pensar todo eso puede significar la diferencia entre un informativo bueno o malo» (10).

Volviendo nuevamente a la obra de Boyd, diremos que en ella no se encuentra un desarrollo exhaustivo de ese conjunto de cualidades. A continuación nos detendremos en la descripción de cada cualidad necesaria para la presentación de informativos en televisión, si bien las definiciones serán nuestras y no del mencionado autor. A nuestro parecer, ese conjunto de cualidades configura la credibilidad del presentador, por lo que nos centraremos en ésta como eje vertebrador de otras cualidades menores. Nosotros, pese a describir la enumeración de Boyd, diferimos de este autor ya que, en su planteamiento, la credibilidad se equipara a otras cualidades, y quizás sería más correcto entender que todas ellas son constitutivas de la credibilidad.

- Credibilidad. Esta cualidad resulta fundamental, y es el presentador quien tiene que conferirle al espectador el mensaje implícito de que sus mensajes son creíbles. Creer en un presentador es confiar en que cuanto dice es cierto, que está comprobado. No obviamos la importancia que tiene, para la credibilidad, el estilo de la cadena, la edición informativa de un canal concreto, etc.

Rodríguez Pastoriza indica que «el presentador-conductor de un programa informativo, en su papel dentro de la puesta en escena informativo-televisual, no finge (no interpreta) sino que 'finge que finge' y proclama así su dimensión espectacular» (11). Y añade que este comunicador basa su papel en un conjunto de presuposiciones que se suponen aceptadas también por su público:

- Preconocimiento del contexto sociocultural y de las competencias comunicativas,
- Preacuerdo sobre el modo de interacción,
- Reconocimiento de la credibilidad del enunciador,
- Cierta sintonía en los valores básicos y en las expectativas generales de la vida, etc.

- Claridad. La comunicación en televisión es inmediata, fugaz, por lo que la claridad expositiva en el discurso ha de ser una máxima. Esta claridad afecta al lenguaje, y en televisión deberá ser claro, breve, conciso y preciso. Dentro de esta cualidad enunciada por Andrew Boyd, añadiremos que no sólo el presentador de informativos, sino todo comunicador que presenta un espacio televisivo requiere fluidez verbal y una capacidad expresiva notables.

- Autoridad. Una de las acepciones recogidas en el DRAE hace mención al «crédito y fe que, por su mérito y fama, se da a una persona o cosa en determinada materia» (12). Abogamos por esta interpretación. Por ello, autoridad no debería interpretarse como altanería ante la cámara o contundencia en el uso de la voz y los gestos.

- Entusiasmo. Quizás resulte extraño considerar el entusiasmo como una de las cualidades necesarias para un presentador de informativos, pero Boyd así lo hace. Esta cualidad sí se puede vincular con, por ejemplo, la actitud del presentador ante la introducción de una «noticia blanda», cuyo contenido le permite mostrarse «entusiasmado». Efectivamente, también se puede pensar en cómo sería la actitud ante noticias de contenido más formal, serio. Habrá que apuntar que quizás, más que entusiasmo podríamos hablar de la capacidad de adaptación al mensaje.

- Concentración. Ponerse delante de las cámaras requiere un esfuerzo de concentración máximo, ya que la puesta en escena de un programa es muy compleja. El conductor desempeña una labor de dirección ante las cámaras, aunque realmente ése no sea su cometido. Anteriormente, ya le asemejábamos a un director de orquesta, y algunos avances técnicos ayudan a realizar estas tareas con mayor eficacia. Por ejemplo, en la actualidad está muy extendido el uso del «pinganillo», un pequeño auricular que se intenta disimular para evitar una sensación de artificialidad. Mediante este instrumento, el presentador recibe y escucha las instrucciones desde el control de realización; ha de estar pendiente de las pautas indicadas por un regidor, y si se utiliza el teleprompter (también denominado autocue o autoscript) debe conseguir una lectura disimulada. Parece evidente la necesidad de concentración para simultanear tantas percepciones.

- Tranquilidad. Se podría considerar como una cualidad vinculada directamente a la anterior, y apela a la serenidad que el profesional debe reflejar ante las cámaras. El presentador no debe exteriorizar sus nervios, ya que haciéndolo perdería gran parte de la imprescindible credibilidad. La tranquilidad ayuda a controlar cualquier situación surgida en pleno directo, y en consecuencia, a reaccionar del mejor modo.

- Profesionalidad. Son precisamente los acontecimientos inesperados, sucedidos «fuera de guión», las apariciones públicas en otros contextos, los que pueden poner en evidencia, con más facilidad, el grado de profesionalidad del conductor de un programa informativo. La profesionalidad de un presentador queda reforzada cuando dispone de ocasiones en las que puede demostrar que no funciona como un simple «busto parlante», sino que es capaz de resolver con solvencia situaciones habituales de las rutinas profesionales del periodismo.

- Experiencia. Esta cualidad queda vinculada, habitualmente, a la credibilidad. El curriculum vitae de un presentador de informativos también cuenta. Debe considerarse que la experiencia será considerada como una cualidad suplementaria; no una condición obligatoria. Muchos de los presentadores de informativos son rostros jóvenes, y no por ello su trabajo es peor que el de otros profesionales del medio consagrados (13).

- Personalidad. Pese a tratarse de presentación de géneros informativos, en los que se diferencian información y opinión, los presentadores tienen opciones de mostrar su carácter, su sentido del humor. Ya se han establecido las diferencias entre «noticias duras» y «noticias blandas» en páginas anteriores. Y las introducciones y los comentarios de cierre a esas piezas permiten que, en ocasiones, el presentador abra la ventana de su personalidad. Esta cualidad queda directamente ligada a la cualidad entusiasmo, mencionada por Boyd. A nuestro parecer, sería más preciso apuntar el valor de aquella personalidad capaz de adaptarse a cada situación porque conoce el contexto de la información y, al tiempo, la valora con criterio. En un posterior momento hablaremos de la versatilidad del presentador de informativos en televisión.

- Buena voz. El uso correcto de la voz en los medios audiovisuales es esencial. Rodero aporta una breve definición y afirma que «la voz periodística es aquella que se encuentra en posesión de unas mínimas condiciones de audabilidad y agrabilidad al oído» (14). Otro de los aspectos reseñables, relativos al uso de la voz, es que las voces graves resultan más agradables al oído que las agudas, y que la velocidad de la lectura se debe adecuar al medio audiovisual. Esto es: escribir y hablar no para quien lee, sino para quien va a escuchar.

- Buena imagen. Por buena imagen cabría, inicialmente, una interpretación de las características físicas del presentador. También hay que integrar en este apartado: el vestuario de los presentadores, el peinado, el maquillaje o los accesorios (15). En el primer capítulo ya detallamos pormenorizadamente este punto, pues en la buena imagen no sólo cabe indicar aspectos relativos a la telegenia, sino a la comunicación no verbal de los comunicadores.

Entre la revisión bibliográfica realizada, encontramos que Pérez Calderón añade una serie de cualidades que todo buen presentador debe reunir, concretamente, en los informativos: «Algo parece claro, y es la necesidad inexcusable de que todos los presentadores sean profesionales de la información, suficientemente avezados, además. Un presentador no se improvisa y un buen presentador, mucho menos. Se precisa que tenga intuición, cultura, agilidad mental, habilidad para la repentinización, facilidad de palabra e instinto periodístico. Tiene que saber preguntar, saber escuchar y saber interrumpir a tiempo. Debe poseer capacidad de síntesis, sentido del tiempo y de la medida. E imaginación y hasta gusto artístico para, por ejemplo, realizar un espacio «ómnibus» o de miscelánea en el estudio, diez o quince entrevistas diferentes seguidas (...). Es preciso que, por ejemplo, presente el telediario a lo largo de un año sin falsillas ni rígidos esquemas fijos e inamovibles, sin latiguillos, ni muletillas, sin repetirse y sin quemarse, sin divismos, ni poses, ni gestos grandilocuentes, pero sin falsas modestias. Con esa difícilísima naturalidad que da la familiaridad con el medio. Es decir, con seguridad y aplomo, inspirando credibilidad y confianza, porque mal se puede trasladar ni comunicar nada a nadie y mal se puede creer lo que se dice, si no es posible creer en quien lo dice. Son cualidades que, en definitiva, resultan obligadas e indispensables en cualquier tipo de presentación, en cualquier programa y en cualquier género informativo» (16).

Después del repaso a los fundamentos teóricos y su consideración, aportamos el diseño de un modelo que resume y fusiona las aportaciones teóricas y prácticas plasmadas en este texto. En síntesis, consideramos que el presentador de informativos en televisión ha de presentar unas cualidades específicas que se pueden resumir en tres bloques: claridad, versatilidad y reconocimiento social, precedidos de una cualidad superior: la credibilidad.

2. Propuesta de modelo de cualidades

La credibilidad del presentador de informativos en televisión viene condicionada por diversos factores, y constituye la principal cualidad del presentador de informativos en televisión. Consideramos que el conocimiento del texto y contexto informativo son determinantes.

Dentro de la credibilidad del comunicador, destacaremos su profesionalidad y su honestidad. Con ello, no sólo nos referiríamos a la disposición de una formación académica apropiada, sino también al desarrollo de unas rutinas y prácticas profesionales imprescindibles: rigor, criterio periodístico y capacidad de análisis. En igual medida, la naturalidad y la autenticidad del comunicador resultarán esenciales para que el presentador de informativos resulte creíble, que no represente ni actúe. La credibilidad también se transmite mediante la presencia del comunicador, por lo que aquí incluiremos el papel que desempeña la buena imagen. La tranquilidad ante las cámaras tiene aquí cabida, junto al grado de concentración y confianza necesario para ello.

Tabla 1

Modelo de presentador de informativos en televisión (cualidades necesarias).

Claridad	<p>El presentador de informativos en televisión debe reunir unas habilidades de comunicación imprescindibles, tal y como detallamos a continuación:</p> <ul style="list-style-type: none"> - elaboración de textos con un lenguaje apropiado para los medios audiovisuales (claro, sencillo, breve, natural y preciso, que reproduzca un estilo conversacional). - exposición correcta del mensaje, con una lectura o narración sin titubeos ni equivocaciones. - resultará preferible el uso de voces con tonos graves, variados para romper monotonía, con una velocidad y volumen adecuados para cada situación comunicativa, con buena articulación y fluidez verbal. <p>La claridad también se logra mediante la correspondencia de la comunicación no verbal y el contenido verbal de los mensajes.</p>

Versatilidad	Capacidad del comunicador para poder afrontar con solvencia las diferentes situaciones comunicativas. Esta cualidad y habilidad es necesaria para modificar registros narrativos e interpretativos en función de los temas, enfoques o propósitos de la comunicación.
Reconocimiento social	Esta cualidad se sustenta, principalmente, en la trayectoria y experiencia profesional del comunicador. El carisma y una imagen pública positiva redundarán en un mayor reconocimiento social del presentador de informativos en televisión. Otros aspectos que actúan como elementos constitutivos de reconocimiento social es el grado de similaridad y familiaridad con su auditorio.

1. Cfr. DENNOS, E. E ISMACH, A.H. (1981): Reporting Processes and practices: newswriting for today's readers, Wadsworth Publishing Co. Belmont. pp. 21 y 22.

2. Para Dennis e Ismach, el arte de sobrevivir en la «jungla periodística» requiere la búsqueda de estas metas:
a) Desarrollar el hábito de no conformarse con la información de una sola fuente.
b) Pulir el lenguaje con la mirada puesta en la exactitud, la claridad, la legibilidad, sin suprimir la sagacidad ni la imaginación.
c) Aprender a reconocer las necesidades e intereses de los lectores.
d) Convertir ese conocimiento en historias (duras o blandas) que se adapten a esas necesidades e intereses.
e) Adquirir conocimientos en profundidad en uno o más campos del saber, dentro de la habitual cobertura informativa de un periódico: economía, leyes, estadísticas, ciencia, arte, etc.

3. Cfr. MOLLENHOFF, C.R.(1981): Investigative reporting, Macmillan, Nueva York, cit. en ibidem.

4. BRINCKLEY, D.: «Lo que es ser presentador», en El Mundo, 15-VI-2003. El texto es una adaptación de un fragmento de su libro La caída de Brinckley: gente, lugares y acontecimientos que dieron forma a mi tiempo.

5. TREWIN, J. (2001): Presenting on TV and radio. Oxford, Focal Press.

6. Ibidem.

7. PÉREZ, M.A. (1988): Teoría del presentador. Mensaje y medios, Época segunda, núm.1.

8. Cfr. BOYD, A. (1994): Broadcast Journalism. Techniques of radio and tv news. Heinemann Profesional Publishing. Focal Press, London. pp. 148 y ss. El término anchorman (comunicador de televisión) tiene su origen en Estados Unidos, con Walter Cronkite (presentador de Evening News en CBS) como precursor y máximo exponente. En el Reino Unido se prefieren los términos newsreader o newscaster, lo que ya de por sí muestra las diferencias entre los estilos a ambos lados del Atlántico, unos estilos imitados en todo el mundo. Sencillamente, los locutores británicos son vistos como personas serias y con una ligera autoridad que nunca permitirá que sus personalidades den color a las noticias. Frente a este estilo, el estadounidense, representado por una seriedad combinada con una amigable autoridad que lo mismo presenta que comenta las noticias. Boyd indica: «El término newsreader tiene manos connotaciones personales. El centro de atención no reside en el individuo, sino en las noticias. Newscaster sugiere un oráculo benigno, una autoridad que tiene a su disposición información privilegiada que la irá difundiendo, contando, a todo aquél que se siente a sus pies para recibirla. El newscaster es un paso por delante del newsreader, pero todavía muy distanciado de la figura del anchorman».

9. Ibidem. En Estados Unidos, por su influencia cinematográfica, la buena presencia de las estrellas de cine combinada con una credibilidad paternal parecen ser los requisitos para convertirse en un comunicador de televisión. El grado de calidez/cercanía y personalidad dependerán de cuál sea el estilo de la cadena en torno a la «amigabilidad». En Estados Unidos, en ocasiones, la máxima para ser «Sonrisa, sonrisa, sonrisa», mientras que en el Reino Unido, podría ser «Ceño, ceño, ceño». En el Reino Unido, la credibilidad lo es todo. Parece que cuanto más enfurezcas el rostro, más rudo parezca, más adecuado será para presentar las noticias, a no ser que ese rostro sea femenino. En el caso de las presentadoras, las cadenas de televisión parecen admitir la idea de que el atractivo (sex appeal) es lo más importante todavía parece universal. Julia Somerville, newsreader de ITN: «La televisión no quiere glamour leyendo las noticias. Lo que es más importante para las personas en un presentador es que le inspire confianza».

10. Ibidem. Boyd también aclara el significado de buena presencia: «Lo que dices y cómo lo dices necesitará carisma y la fuerza de la confianza para llegar al espectador, al otro lado de la lente. Éste es el factor que determina quién es un buen newsreader. Se llama presencia».

11. DAY, J.F. (1981): Técnicas de las noticias en televisión. México, Trillas; cit. en MANEIRO, A. (1992): Libro de estilo de informativos. Televisión de Galicia, S.A. Santiago de Compostela.

12. Cfr. RODRÍGUEZ PASTORIZA, F. (2003): La mirada en el cristal. La información en televisión. Madrid, Fragua.
REAL ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA LENGUA (1994): DRAE. Vigésima primera edición, Tomo I, Espasa Calpe, Madrid. p. 234.

13. La edad, la apariencia física, la telegenia, la fonogenia... son factores secundarios pero adyacentes a la asignación del reconocimiento social por parte de la audiencia. En este sentido, por ejemplo, Rosa María Mateo afirmaba que «credibilidad y juventud están reñidas, son incompatibles», cfr. Interviu, núm. 1448, 26-I-2004. Uno de los rostros más jóvenes de la información en la televisión española es Lourdes Maldonado, periodista de Antena 3TV, quien afirma: «Quiero dar una imagen juvenil y desenfadada, pero la verdad es que tienes que ceñirte a la imagen de cadena y parecer más seria. En los informativos te ponen años encima para que parezcas más creíble», cfr. El Diario Montañés, 21-03-2005.

14. Carme Chaparro, presentadora de Informativos Telecinco, también considera lo siguiente: «Entre los presentadores de informativos en España se ha producido un cambio generacional. Antes, los presentadores no eran periodistas, y no realizaban el trabajo previo. Ahora, la gente es más joven, y periodista. Uno de los inconvenientes de ello es que el presentador joven necesita tiempo para ganarse la credibilidad. Es muy difícil ganarse la credibilidad». Conferencia «Los rostros de los noticieros y su trastienda», Facultad de Comunicación, Universidad Pontificia de Salamanca, 3-III-2005. Conferenciantes: Carme Chaparro, Fernando

Olmeda y Lourdes Maldonado.

14. RODERO, E. (2004): Locución radiofónica. Madrid, IORTV-Universidad Pontificia de Salamanca.

15. Cfr. MERAYO, A. (2000): Curso práctico de técnicas de comunicación oral. Madrid, Tecnos. Merayo afirma que «el buen vestir no es llamar la atención ni echar mano de las mejores galas que uno encuentre en su armario (...). Se trata de adecuarse a cada situación, al público que nos va a escuchar o a los interlocutores con los que vamos a departir». En anteriores páginas ya se hablaba del engolamiento, esto es, el riesgo de distraer al espectador con un exceso de ornamentación; Op. cit. p. 282.

16. PÉREZ, M.A.: Op. cit. pp. 38-40.

Alejandro Salgado Losada es profesor de la Universidad Pontificia de Salamanca (España) (asalgado@upsa.es).