

26-11  
**Pantalla casera**

## **Siete días: protagonismo y noticia**

**Claudio Aguirre**

*Siete días*, el nuevo servicio de noticias que desde el último miércoles emite todos los días Canal 13 a las 10 horas de la noche, busca, desde la propia publicidad previa que lo fue anunciando, convertir a la información en un espacio cotidiano estelar de la programación.

Elogiable propósito, por cuanto responde a un criterio de realidad insoslayable: lo que sucede cada veinticuatro horas en el país y en el mundo es el material trascendente de todo medio de comunicación de masas no especializado. Contestar a esa palpable evidencia, jerarquizando la producción del comúnmente llamado "noticiero", es entrar por la puerta central de una casa y obviar, tal vez, "ventanas" de aparente más fácil acceso.

La reformulación del servicio informativo de Canal 13 encuentra su punto de partida en la elección de una variante, que podría definirse como clásica y difícil al mismo tiempo: el modelo del protagonismo, el periodista que totaliza frente a las cámaras el trabajo del equipo realizador, jugando sobre un delicado equilibrio que intenta la conjunción entre hombre de prensa, locutor, y animador.

*Siete Días* se define, de esta manera, como "el noticiero de Joaquín López

Dóriga". Un objetivo, formal, ni malo ni bueno en sí, y que reconoce antecedentes del acierto en la cronología de la televisión, sobre todo en los Estados Unidos. El periodista "estrella", por encima de la familiaridad que puede conquistar con el espectador, lo que trata de instaurar es un criterio de autoridad que, llegado el momento, se valide por sí mismo. En este modelo no es tanto el letipo o el trabajo de los redactores lo que surge como momento privilegiado de la noticia, sino el hecho de la "personalidad" que decidió seleccionarla y emitirla.

Compitiendo con un modelo similar, en sus primeras tres emisiones *Siete Días* ha tratado de situar sus diferencias con el programa de Jacobo Zabłudovsky.

López Dóriga se maneja con sobriedad a lo largo de una hora de transmisión. Sus ojos casi nunca abandonan al espectador y eso, desde ya, es un signo reconfortante. No existe un "trasfondo de show" a punto de emerger imprevistamente en cualquier momento. Las cuatro locutoras, si bien con una dicción demasiado escolar, es dable considerar que sufran los avatares de las primeras experiencias: se advertirán más naturales con el tiempo. El ritmo en general es moroso, lento. En la primera

edición cuatro reportajes (petróleo, Costa Rica, Premios Nacionales y fútbol) se prolongaron durante 20 minutos, un promedio excesivo y fatigoso.

En las primeras tres ediciones la falta de agilidad en el tratamiento del servicio fue el déficit más visible. En sesenta minutos de trasmisión lo cuantitativo de la noticia no puede ser relegado a segundo término, algo que justificaría sólo si se posee material de primera línea o de neta exclusividad que fundamenten tal reducción.

*Siete Días*, al mismo tiempo, corre el peligro de confundir seriedad con solemnidad. Es indudable que no elegir la noticia como "entretenimiento saturante" o nuevo espacio de alienación puede llevar a las antípodas, donde lo informativo tampoco cumple su misión con eficacia.

En términos de información política nacional se advierte una acentuada tendencia al conformismo. En cuanto a la información internacional, sería importante que Canal 13 deje atrás su etapa de películas de archivo y, desde el momento que pretende hacer de la noticia un programa de primer nivel, incorpore imágenes de los sucesos del día: sin duda una cobertura monetariamente más costosa