



La representación del periodismo televisivo en las series de ficción contemporáneas.

Una comparativa entre *The Newsroom* (HBO, 2012) y *Argon* (Netflix, 2017)

Autores **María Fernanda Novoa Jaso**

Doctoranda en el Departamento de Comunicación Pública,
Universidad de Navarra

mnovoa@alumni.unav.es

Resumen Este artículo presenta un análisis temático de las series periodísticas *Argon* (Netflix, 2017) y *The Newsroom* (HBO, 2012) que centra sus tramas en la redacción de un programa de informativos. El objetivo principal de esta investigación es describir la imagen que se proyecta del periodista televisivo en la creación de contenidos noticiosos. La investigación concluye que las series proponen una actitud ética en el modo de elaborar la información para los espectadores. Ambas series realizan críticas sobre algunos elementos del periodismo actual. Promueven el estereotipo del periodista como perro guardián reconociendo, a través de los personajes, la necesidad de la calidad informativa.

Palabras clave Periodismo; ficción; series; televisión

Abstract This article presents a thematic analysis of the journalistic series *Argon* (Netflix, 2017) and *The Newsroom* (HBO, 2012). Both television series relate the routine in a television newscast. The objective of this investigation is to describe the image of the television journalist. The investigation concludes that the series propose an ethical attitude in the way of elaborating the information for the spectators. Both series criticize some aspects of current journalism and promote the stereotype of the journalist as a watchdog recognizing through the characters, the need for informative quality.

Keywords Journalism; fiction; series; television

I. Introducción

Los guionistas que configuran las historias de la pequeña pantalla han encontrado, en la rutina profesional, un modo de acercar a los espectadores al día a día de las ocupaciones más sugerentes. En el caso del periodismo, el imaginario colectivo permite reflexionar sobre su representación en la ficción audiovisual y sobre los mensajes que las series transmiten de este oficio. La figura del profesional de la información en el medio audiovisual varía en función de la temática del producto. Sin embargo, los académicos coinciden en otorgar una clasificación dualista de los periodistas ficticios como héroes y villanos (Ghiglione y Saltzman, 2005; McNair, 2010; Saltzman y Ehrlich, 2015).

Los estudios sobre la imagen del periodista en la cultura popular tienen sus inicios en la década de los setenta. Ehrlich y Saltzman (2002) recogen la evolución del personaje en *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture* (2015) donde analizan la figura del profesional en cine, televisión, novelas, cómics u obras de teatro. Varios estudios se han centrado en la presencia del periodista en el cine (Courson, 1976; Barris, 1976; Langman, 1998; Steinle, 2000). Langman (1998) señala que es en la década de 1930 cuando se produce el auge de la película periodística (Langman, 1998, p. 10). De modo paralelo, las primeras series periodísticas, al igual que los largometrajes, vincularon a este personaje con el género de acción y aventuras (Daniel, 1996).

El modo en que el profesional cubre, disemina y transmite la información noticiosa se ve de manera detallada en las *workplace tv series* o *series profesionales*. Tal y como explica Galán (2007), las series profesionales “suelen ser series dramáticas o combinan el drama con dosis de comedia; poseen una duración aproximada de 50-100 minutos, tramas múltiples y un ingrediente fundamental que es el acercamiento a la realidad tanto en los temas como en la construcción de los personajes” (Galán, 2007, p. 41). Algunos ejemplos de este tipo de series protagonizadas por periodistas son: *Generation Kill* (HBO, 2008) *The Wire* (Quinta temporada, 2008), *State of Play* (BBC, 2003), *Studio 60* (2006-2007), *The Hour* (BBC, 2011-2012), *Borgen* (DRI, 2010-2013), *Treme* (HBO, 2010-2013), *Scandal* (ABC, 2012-2018), *The Newsroom*

(HBO, 2012-2014), *House of Cards* (Netflix, 2013-2018), *The Great Indoors* (CBC, 2016) o *Argon* (Netflix, 2017).

El drama periodístico en la televisión es casi tan antiguo como el propio medio de entretenimiento. Daniel (1996) apunta que los programas iniciales representaron el espectro del éxito y el fracaso que experimentaría el género. A finales de los años noventa, los personajes televisivos irrumpen en las series para contar sus vivencias e historias cotidianas (Galán, 2006). De esta forma, la dinámica de trabajo de los periodistas se hace visible en las televisiones y permite consolidar imágenes en las audiencias.

La extensión del formato televisivo a otras plataformas se ha acompañado de una mayor diversidad temática de las series. Por eso, la naturaleza expandida del formato serial (García Martínez, 2012) “permite replicar la cotidianeidad periodística y el quehacer diario de una redacción, deteniéndose en la recolección de detalles, en cómo se gana la confianza de una fuente, en los tiempos muertos, en las fricciones entre empleados y directivos, en cómo afrontar problemas deontológicos, en los callejones sin salida de una investigación o en las breves piezas que van alimentando una exclusiva de mayor alcance” (García Martínez & Serrano-Puche, 2013, p. 276). Este trabajo pretende indagar en cómo se configura el personaje periodístico en las series laborales, teniendo en cuenta las pautas que la ficción emplea para transmitir ideas sobre profesiones o situaciones de la vida cotidiana.

2. Marco teórico

2.1. El periodista en la pequeña pantalla

La llegada generalizada de la televisión a los hogares, afirma Cascajosa (2016), tuvo lugar al finalizar la Segunda Guerra Mundial. Los nuevos estilos de vida posibilitaron la adquisición de aparatos de televisión (Cascajosa, 2016:85). La primera serie dramática que se emitió regularmente en televisión fue *Kraft Television Theatre* (1947, NBC). Dos años después de su aparición, llegó a las pantallas el primer serial dramático protagonizado por periodistas, *The*

Big Story (NBC, 1949-1957). Ese mismo año, CBS estrenó el emblemático drama periodístico *The Front Page* (1949-1950).

The Big Story se caracterizó por relatar historias de interés humano a través de casos inspirados en reporteros reales. En los casos proyectados, los periodistas se dedicaban a la resolución de crímenes, a la denuncia de la corrupción y a facilitar un servicio público a la sociedad (Brooks y Marsh, 1999, p. 102). A partir de 1949 surgieron otros programas sobre periodistas como *Big Town* (CBS, 1950-1956), *Crime Photographer* (CBS, 1951-1952), *Foreign Intrigue* (1951-1955), *Front Page Detective* (1951-1953) y *Not for Publication* (DuMont, 1951-1952). Otros títulos mostraron periodistas en algunos de sus episodios, por ejemplo *Chicagoland Mystery Players* (WGN-TV, 1947-1950), *Hands of Mystery* (DuMont, 1949-1951), *Colgate Theatre* (NBC, 1949-1958), *Voice of Firestone*, *The Billy Rose Show* (ABC, 1950-1951), *The Adventures of Superman* (1950), *Gillette Summer Sports Reel* (1950), *Lux Video Theatre* (CBS, 1950-1957) y *Pulitzer Prize Playhouse* (ABC, 1950-1952).

Ghiglione y Saltzman (2005) afirman que, a mediados del siglo XX, los periodistas de la vida real compitieron por la atención con los reporteros y editores ficticios. De esta forma, explican que los espectadores pudieron ver en sus hogares el desordenado trabajo de informar (Ghiglione y Saltzman, 2005:2). No obstante, Daniel (1996) apunta que entre 1959 y 1960 se produce un periodo de estancamiento en la producción de dramas periodísticos. Este periodo fue superado con la aparición de *Saints and Sinners* (1962-1963) que mostraba a un grupo de trabajadores de prensa en Nueva York. A mediados de los sesenta, muchas comedias y dramas televisivos se ambientaron en la Segunda Guerra Mundial. Las series periodísticas aparecieron junto a los dramas de espías y detectives (*Secret Agent*, 1965-1966; *The Man from U.N.C.L.E.*, 1964-1968).

La década de los setenta “supone un momento crucial en el panorama televisivo norteamericano. La expansión de la televisión por cable y los canales de pago, aunque no por separado, pero sí en su conjunto, empieza a afectar a los índices de audiencia de las *networks* –ABC, NBC y CBS, algo alarmante para quienes hasta entonces han dominado la parrilla televisiva” (López, 2015. 33). En este contexto, nace la productora MTM Enterprises

impulsora de *The Mary Tyler Moore Show* (CBS, 1970–77). Esta comedia la protagonizaba una periodista treintañera que mostraba su postura liberal.

El desarrollo de las series sobre periodistas avanzaba de modo paralelo al medio televisivo, Daniel (1996) resalta que para otoño de 1975 habían aparecido veinte “newspaper dramas” desde los comienzos de la programación de entretenimiento. Sin embargo, solo *The Big Story*, *Big Town*, *Foreign Intrigue* y *Wire Service* habían durado más de dos temporadas (Daniel, 1996:14). En este periodo surgen los primeros estudios sobre la imagen del periodista en la ficción audiovisual, académicos como Courson (1976) y Barris (1976) analizan los estereotipos presentes en el cine.

El personaje periodístico consigue su estabilidad con *All the president's men* (Todos los hombres del presidente, 1976). Su compañera de éxito en el medio televisivo fue *Gibbville* (NBC, 1976). Un año después, nació uno de los grandes hitos del mundo del periodismo en televisión, *Lou Grant* (1977). La propuesta de sus productores, Burns, Brooks, Reynolds, fue innovadora ya que buscaron romper con la imagen desencantada del periodismo y aproximar a los espectadores a la redacción de un periódico moderno. Las series sobre periodistas mostraron una imagen positiva de la profesión, Daniel (1996, p.16) opina que *The Andros Targets* (CBS, 1977) fue una de las primeras series que mantuvo los estándares de calidad.

La aparición de la cadena FOX en 1987 generó la confrontación de los canales de pago con las *networks*. “La recién creada FOX hizo su entrada cuando el medio más parecía necesitarlo, desafiando muchas de las convenciones de la televisión americana. Su objetivo era llegar a un público joven y urbano” (López, 2015:43). Por su parte, en 1993 llegó a la pantalla *Lois and Clark: The New Adventures of Superman* donde el periodista combinaba su faceta de profesional con la de superhéroe. Esta faceta se aprecia en series posteriores como *Smallville* (2001-2011).

A finales de 1990 la ficción serial vive lo que se ha denominado la “tercera edad de oro de la TV” (De Gorgot, 2014). El desarrollo de HBO también facilitó el acceso a contenidos independientes. En esta etapa designada como “la era del drama” (Longworth, 2000) encontramos dos series de calidad impulsoras: *The Sopranos* (Los Soprano, HBO, 1999-

2007) y *The West Wing* (El Ala Oeste de la Casa Blanca, 1999-2006). Esta última “es especialmente significativa por abrir la nueva etapa televisiva para las *networks*. La serie de Aaron Sorkin sería famosa por conseguir hacer dramáticamente interesantes cuestiones aparentemente poco atrayentes como los debates presidenciales, las elecciones al censo o la sustitución de un miembro del Tribunal Supremo” (Osorio, 2009, p. 51).

La proliferación de series permite visualizar periodistas con bastante frecuencia asumiendo papeles como protagonistas o como personajes secundarios. Un ejemplo se encuentra en la miniserie *State of Play* (BBC, 2003) protagonizada por un equipo de periodistas de investigación. Por otro lado, las críticas hacia el periodismo se aprecian en la quinta temporada de *The Wire* (2008). Ese mismo año, Simon lanza *Generation Kill* (HBO, 2008), una miniserie protagonizada por un reportero que ingresa en el batallón de marines norteamericanos durante la guerra de Irak.

Uno de los guionistas que más ha exaltado la labor del periodista ha sido Aaron Sorkin. Después del éxito de *The West Wing*, lanzó *Sports Night* (1998-2000) en ABC. La serie se centraba en el trabajo de los periodistas deportivos en televisión. Seis años después, Sorkin presentó *Studio 60* (NBC, 2006-2007), una serie sobre una redacción de televisión.

En la actualidad, los medios empleados en la producción de series son muy similares a los que se llevan a cabo en películas de éxito (Anna Tous). La calidad de la imagen y la reflexión en las tramas nos permiten encontrar dramas televisivos cada vez más específicos. La relación entre periodismo y política se aprecia en series como *The Hour* (BBC, 2011-2012), *Borgen* (DR1, 2010-2013), *Treme* (HBO, 2010-2013), *Scandal* (ABC, 2012-2018) o *House of Cards* (Netflix, 2013-2018).

Tal y como explica Cascajosa en su libro *La Cultura de las series* (2016), las series en los últimos años han pasado a un lugar destacado fruto de la combinación de factores institucionales, socioeconómicos y tecnológicos (Cascajosa, 2016). La diversidad de contenidos y relatos nos permiten ver una imagen del periodista que se adapta a la naturaleza de los contenidos y expone una tendencia que destaca la rutina laboral como fórmula para mostrar el trabajo de los que lo ejercen.

2.2. Los estereotipos del profesional de la información

Como hemos visto, los primeros estudios sobre la imagen del periodista en el medio audiovisual se centraron en el cine. Courson (1976), Barris (1976), Langman (1998) y Steinle (2000) proponen algunos estereotipos comunes en los largometrajes. Con el desarrollo de la investigación, otros autores como Saltzman y Ghigliore (2005), Ehrlich (2006) y McNair (2010) reflexionan sobre la aplicación de estos estereotipos en los contenidos de ficción. De esta manera, las tipologías más habituales en este campo son las siguientes:

- 1) El reportero (*newshound* o *crime buster*). Para Langman (1998:2) el reportero (*newshound*) lo representa el estereotipo del sabueso que va a la caza de la noticia, dispuesto a hacer cualquier cosa para conseguirla. Algunos rasgos que le atribuye a este personaje son la astucia, la rapidez y el cinismo.
- 2) El periodista como ser humano. Barris (1976) identifica al reportero como ser humano para ilustrar a periodistas creíbles con emociones y conflictos internos. Saltzman y Ghigliore (2005) apuntan sus cualidades y defectos y destacan su gran ingenio.
- 3) *La sob sister* o *news hen*. Este personaje lo encarna la reportera que deja su trabajo para dedicarse a la vida familiar. Además, se enfrenta a dificultades debido a la falta de cooperación de su entorno laboral (Langman, 1998, p. 3).
- 4) El periodista como cruzado. Este periodista, en ocasiones, se asocia con la figura del editor, que actúa motivado por su conciencia (Langman, 1998, p. 5).
- 5) El reportero como extranjero. Barris (1976) lo define como reportero *overseas* que hace referencia, en la mayor parte de los casos, al corresponsal de guerra.
- 6) El editor. Los editores, para Saltzman y Ghigliore (2005), han sido representados como personajes bruscos y de lengua afilada. Usualmente se les retrata como personas malhumoradas, fumadoras y veteranas. Al igual que el reportero sabueso, cuentan con instinto para detectar las buenas historias (Saltzman y Ghigliore, 2005:14).

- 7) El propietario de medios (*Media owner*). Este personaje, para Saltzman y Ghigliore (2005) trata de usar sus corporaciones en beneficio propio y de manera interesada.
- 8) *El Scandalmonger* o periodista chismoso. Según Saltzman y Ghigliore (2005) se trata de personajes interesados, corruptos y que irrumpen de manera excesiva en la vida de las personas
- 9) El reportero anónimo. Se trata del periodista que destaca por aparecer como uno más, dentro de la masa de periodistas que acechan a los personajes famosos, la mayor parte de las veces, de forma imprudente (Saltzman y Ghigliore, 2005, p. 21).
- 10) El periodista como perro guardián (*watchdog*). Se trata del periodista que cumple la función de vigilancia del poder político. McNair (2010) reflexiona sobre los orígenes de la profesión entendida como perro guardián que se remonta a la tarea de vigilancia iniciada a finales del siglo XVII.
- 11) Los testigos de primera mano. McNair (2010) lo clasifica como el periodista que vigila y analiza el entorno de modo descriptivo, lo que le convierte en un espectador de los acontecimientos.
- 12) El periodista como artista. Es aquel que cuenta con cualidades propias del novelista o escritor. Para McNair (2010) este personaje forma parte de la mitología del periodismo.
- 13) Los villanos de la profesión: granujas, estafadores o *King-makers*. McNair (2010, p. 159) explica que, para los críticos del periodismo, el personaje como villano resulta más molesto que el cínico o manipulador de la realidad.

3. Objetivos y metodología

Este trabajo tiene como objetivo indagar en la imagen que proyectan del periodista las series *Argon* (tvN-Netflix, 2017) y *The Newsroom* (HBO, 2012). Para ello, se ha realizado el visionado de la primera temporada de ambas series. La metodología empleada responde al método cualitativo de análisis temático del texto audiovisual (Ritchie & Lewis, 2003; Braun & Clarke, 2006). Este análisis "permite identificar, organizar, analizar en detalle y reportar patrones o

temas a partir de una cuidadosa lectura y re-lectura de la información recogida, para inferir resultados que propicien la adecuada comprensión/interpretación del fenómeno en estudio" (Barrera, Tonon & Alvarado Salgado, 2012, p. 217).

Las series elegidas forman parte del género dramático y el periodismo es la actividad principal de la trama. A continuación, se plantean las preguntas de investigación:

PI1: ¿Cómo se representa el periodismo televisivo en las series *Argon* y *The Newsroom*?

PI2: ¿Cuáles son los temas del periodismo contemporáneo que aparecen reflejados en *Argon* y *The Newsroom*?

PI3: ¿Qué estereotipos son los que predominan en los personajes principales de las series *Argon* y *The Newsroom*?

Argon es una serie de televisión surcoreana dirigida por Lee Yoon-jung. Tras ser emitida por la cadena tvN se incorporó al catálogo de Netflix, alcanzando así una audiencia internacional. La síntesis de la trama se refleja bien en la descripción ofrecida por la plataforma: "En un mundo lleno de noticias provocadoras y con frecuencia confusas, un equipo de apasionados reporteros de televisión lucha por sacar verdades a la luz".

La trama traslada al espectador al escenario de la corporación HBC, una empresa de comunicación donde conviven dos programas informativos: *News9* y *Argon*. El desinterés que invade a los periodistas viene influido por las motivaciones lucrativas de la cadena.

En medio de este panorama es el presentador del programa, Baek-jin, el que trata de cambiar el rumbo de *Argon* para poder recuperar la esencia del buen periodismo. La serie se construye con un mensaje claro: "Hechos y no audiencias. Libertad de prensa y no de poder. Así deberían ser las noticias" (descripción de la primera temporada en Netflix).

Personaje	Puesto profesional
Kim Baek-jin	Presentador del programa
Lee Yeon-hwa	Reportera novata
Shin Chul	Productor
Yoo Myung-ho	Directivo
Uhm Min-ho	Redactor de finanzas
Yook Hye Ri	Redactora con aspiración a guionista
Heo Jong Tae	reportero
Kim Jin Hee	redactora sensacionalista

Tabla I. Elenco de personajes de *Argon*.

The Newsroom es una serie dirigida por Aaron Sorkin. Apareció por primera vez en HBO en el año 2012. Su éxito le atribuyó nominaciones como la de los globos de Oro, en la que fue nominada como mejor serie dramática. *The Newsroom* muestra el día a día de los periodistas de un informativo de noticias del canal ACN. El presentador de informativos, Will McAvoy, que cuenta con una larga trayectoria en el mundo del periodismo demuestra cómo la labor de la redacción trabaja al servicio de los directivos de la cadena y el espectáculo.

En un panorama donde los índices de audiencia son los que dictan las reglas de la información, se produce un cambio con la llegada de la productora de informativos Mackenzie MacHale. Su llegada propone modificaciones en la cobertura informativa y la plantilla se encamina hacia una nueva forma de mostrar la información apoyada en los valores propios del periodismo de calidad. El cambio en el modo de contar la información de manera honesta y contrastada genera malestar a los propietarios del medio.

Personaje	Puesto profesional
Will McAvoy	Presentador del programa
Mackenzie McHale	Productora del informativo
Margaret Jordan	Reportera
Jim Harper	Reportero
Don Keefer	Antiguo productor ejecutivo
Sloan Sabbith	Periodista económica
Neal Sampat	Experto en informática
Charlie Skinner	Jefe de redacción
Leona Lansing	Propietaria de AWM
Reese Lansing	Presidente de ACN

Tabla 2. Elenco de personajes de *The Newsroom*

4. Análisis de los resultados

Después de realizar el visionado de *Argon* y *The Newsroom* se presenta, a continuación, la comparativa de ambas series. Con el fin de ver las similitudes en los temas que construyen ambas tramas, se han seleccionado los aspectos más llamativos del periodismo actual que actúan como motor de estos guiones.

4.1. Del sensacionalismo a la exaltación del periodismo de calidad

El punto de partida de ambos programas expone un panorama similar. Tanto *The Newsroom* como *Argon* reflejan la necesidad de un cambio de rumbo en el modo de contar las noticias.

La actitud transformadora se ve motivada con la llegada de Mackenzie McHale en *The Newsroom*, mientras que en *Argon*, el presentador de noticias Kim Baek-jin es el que impulsa a sus redactores hacia un enfoque más ético del periodismo.

La visión negativa que tiene el presentador de noticias en *The Newsroom* (Will McAvoy), genera el descontento de la nueva productora (Mackenzie McHale) que se opone al hecho de que considere a la audiencia como un ente pasivo, formado por ciudadanos poco formados. El giro informativo de las noticias de ACN que plantea la productora tiene que ver con otorgar un sentido patriótico a la información. En el primer episodio, Mackenzie McHale afirma que busca “reivindicar el cuarto poder y el periodismo como una profesión de honra”. Por eso, reclama una emisión que informe “sobre el debate de una gran nación” en el que las palabras “civismo” y “respeto” acaben con el cotilleo. En el primer episodio deja claras sus intenciones al presentador del informativo, que hasta ese momento dictaba las noticias a partir del índice de audiencias:

Mackenzie McHale: *Cuando hay mala información pueden producirse decisiones trágicas y alborotarse cualquier intento de debate vigoroso (...) te aterra perder tu audiencia y haces todo para recuperarla. ¡Estas a punto de emitir las noticias en 3D!*

Will McAvoy: *Es una televisión abierta que se financia con publicidad.*

Mackenzie McHale: *Prefiero hacer un buen programa para pocos que uno malo para muchos (...) ¿Acaso un buen informativo no puede ser popular? Haremos un buen informativo que también sea popular. (T1, EPI. 2012)*

Ante la propuesta de la productora, el presentador se muestra escéptico al principio. Por su parte, el presentador de noticias de *Argon*, Kim Baek-jin, manifiesta su impotencia al inicio de la serie. El presentador ha sido manipulado por sus superiores y es obligado a disculparse por emitir una noticia que es verdadera. El periodista niega ante la audiencia esta información porque involucraba a uno de los directivos de su corporación. Consciente de que ha vendido

su ética a los intereses empresariales, el presentador decide liderar a su equipo hacia un periodismo de investigación, a pesar de las amenazas que lanzarán sus directivos sobre él. La figura de Baek-Jim muestra similitudes con la de Will McAvoy,

4.2. La noticia contrastada frente a la rapidez informativa

La tendencia hacia la información instantánea en el mundo del periodismo se refleja en ambos programas. Lo vemos en dos casos: en el derrumbe del edificio Midtown en *Argon* y en el atentado contra la congresista Gabrielle Giffords en *The Newsroom*. Frente a la rapidez con la que otros canales difunden una información sin verificar, los periodistas de ambas series deciden esperar la confirmación de una fuente oficial.

Los reporteros de *Argon* reciben una alarma en sus móviles que les informa sobre la tragedia: el edificio Midtown se ha derrumbado por causas desconocidas provocando un gran número de desaparecidos. En medio de la confusión sobre los posibles motivos del derrumbe, el presentador decide que es oportuno esperar y ofrecer una información contrastada en una edición especial:

Baek-jin: *HBC se está quedando atrás. Necesitamos dar un paso adelante mientras otros se pierden en la confusión... Mientras los otros canales lo repiten como loros, nosotros lo tomaremos en serio e investigaremos a fondo.* (T1, EPI. 2017)

Mientras Baek-jin trata de recopilar toda la información para investigar el caso, observa cómo *News9* hace una acusación sin pruebas. Al parecer, identifican en el interior del edificio el casco del jefe de obra, que se encuentra desaparecido. De esta manera, le acusan de haber huido antes de que se iniciara el desastre que provoca varios muertos. El directivo Yoo Myung ordena a Baek-jin que comunique la información que ya han dado otros canales sobre el jefe de obra, como estrategia para ganar audiencia. El periodista se niega a dar información falsa, aduciendo que *los reporteros deberían revelar la verdad solo a través de los hechos*.

Un hecho similar ocurre en el cuarto episodio de *The Newsroom* cuando una llamada alerta de un tiroteo en Tucson en el que la congresista Gabrielle Giffords ha recibido un tiro

en la cabeza. Esta noticia, al igual que otras presentadas en *The Newsroom* se corresponde con un hecho real. Los periodistas, con el objetivo de contextualizar los hechos, empiezan a buscar más datos y declaraciones por vía telefónica.

La primera fuente informativa es un periódico local que confirma el estado de los otros heridos en el tiroteo, hecho del que informa el presentador (Will McAvoy). Seguidamente, otro canal de televisión informa que la congresista ha fallecido. Los periodistas deciden no comunicar este hecho hasta obtener más fuentes. El dilema surge cuando las cadenas Fox, NBC y CNN anuncian en la serie la muerte de la congresista. El presidente de ACN (Reese Lansing), al ver que el informativo no comunica esta noticia sin confirmar, irrumpe en el plató y exige a Will McAvoy que informe sobre la muerte de Giffords. Al ver que los periodistas esperan la confirmación oficial exige mantener el índice de audiencia por encima de la verificación:

Reese Lansing: ¡Cada vez que no estas al día, mil personas cambian de canal para ver al que sí lo está! (T1, EP4. 2012)

En su intento fallido de buscar el apoyo de los periodistas, Don Keefer, antiguo productor del informativo recuerda un principio moral:

Don Keefer: Es una persona. Un médico declara su muerte, no las noticias.
(T1, EP4. 2012)

Finalmente, el trabajo de los periodistas queda reconocido tras la confirmación de una fuente oficial que anuncia que Giffords sigue viva. La fuente en este caso es el anestesista que va a intervenir a la congresista en el hospital.

4.3. La respuesta empresarial ante un periodismo imparcial

El giro en la transmisión de la información de actualidad por parte de los redactores de ambas series genera malestar a sus directivos. La frivolidad del *share* frente a las informaciones

contrastadas se muestra como un aspecto habitual en el mundo de la televisión. Para los directivos, el tratamiento superficial de los hechos desvela noticias esquemáticas construidas bajo los parámetros del espectáculo y la pomposidad.

En el tercer episodio de *The Newsroom*, los resultados del cambio de actitud de los periodistas hacia un rumbo ético se traducen en un descenso de los índices de audiencia. Este hecho molesto a la Propietaria de AWM (Leona Lansing), que cuenta con un conglomerado de medios de comunicación, entre los que se incluye ACN, cuyo presidente es su hijo. El parentesco familiar en la propiedad informativa manifiesta la visión de este servicio público como un mero negocio. Leona Lansing reclama al jefe de redacción (Charlie Skinner) el descenso en las cifras de audiencia:

Charlie Skinner: *La cuota se ha estabilizado, hacemos un programa del que puedes estar orgullosa.*

Leona Lansing: *¿Qué ha sido de las noticias de interés humano? obesidad, cáncer de mama, huracanes, ancianas que tienen bebés, iPhones...* (T1, EP3. 2012)

La propietaria afirma que se están dando noticias que favorecen a la izquierda. El jefe de redacción responde que los hechos se ubican en el centro y no toman partido. Además, le reprocha que busque proyectar las noticias para la conveniencia de sus negocios con soporte político:

Leona Lansing: *Tengo negocios ante ese Congreso, pienses lo que pienses tienen las llaves del futuro de AWN.*

Charlie Skinner: *Las nuevas organizaciones son un servicio público con capacidad para informar e influir en la opinión pública nacional*

Leona Lansing: *Lo sé por eso mismo compré una.* (T1, EP3. 2012)

Tras reconocer su interés por el control de la opinión pública, la propietaria advierte que despedirá al presentador de informativos si este no se modera. Además, amenaza con

inhabilitarle como periodista de televisión durante tres años aludiendo a la cláusula de su contrato, algo que Charlie considera una sentencia de muerte en el mundo televisivo.

Tras una investigación realizada por los reporteros del programa, en el segundo episodio de *Argon* se demuestra que la persona que había sido acusada por otros medios como causante del derrumbe es inocente. El derrumbe del edificio Midtown genera especulaciones en otros medios sobre las causas. Las consecuencias de estas acusaciones afectan a la familia del acusado, que es atacada por un grupo de ciudadanos.

Los periodistas de *Argon* descubren que el jefe de obra, en realidad, murió mientras salvaba la vida de una niña. Por lo tanto, esta persona pasa de ser percibida como un criminal a ser un héroe. A pesar de que el equipo de *Argon* hace una buena cobertura de los hechos, Baek-jin no cuenta con el apoyo de los directivos, que pretenden reducir la plantilla:

Directivo Yoo: *Solo es aritmética. Una cadena de televisión calcula todo con un solo objetivo. Desecha los programas con índices bajos y se libra de los empleados innecesarios. Si te libras de aquellos que están subcontratados en tu equipo, las cosas mejorarán mucho.*

Baek-jin: *Después del esfuerzo que les he exigido a los nuevos y de formarlos para que sean buenos, los despidas para ahorrar dinero. ¿Cómo vamos a tener personal experto en noticias haciendo las cosas así? (T1, EP2. 2017)*

4.4. La denuncia de negligencias y el contacto con las fuentes anónimas

La confrontación de los periodistas no solo se produce dentro de la corporación sino en el momento en que denuncian prácticas desleales de otras organizaciones. Al inicio de *The Newsroom* se presenta una noticia real que tuvo lugar en abril de 2010: la explosión de un pozo en el Golfo de México. Esta noticia se presenta como una de las mayores catástrofes medioambientales. Los periodistas de *The Newsroom* reciben la información de que siete trabajadores se encuentran en estado crítico y once están desaparecidos.

El periodista Jim Harper recibe la llamada de una fuente de carácter personal que no quiere desvelar. Gracias a las indicaciones de la fuente experta, Harper detecta que el error

de la mezcla de cemento es la causa de la explosión. Según la fuente había pruebas preliminares que demostraban que el pozo iba a fallar. La productora y el presentador del informativo de ACN le piden que revele su fuente y finalmente reconoce que se trata de su hermana, que trabaja como ingeniera mecánica. En la redacción le advierten que, si acusa a los responsables de homicidio por negligencia y se equivoca, le demandarán y ganarán. Para verificar si se trata de un caso de negligencia, la reportera Margaret Jordan obtiene datos sobre la inspección del pozo. La reportera descubre que la última inspección fue realizada por un operador que acababa de iniciar sus prácticas como inspector.

Finalmente, tras la entrevista de Will McAvoy en directo al inspector novato desvelan la negligencia. Debido a su escaso tiempo de instrucción, el trabajador desconocía que el pozo tenía alertas por incumplimiento de la normativa.

En el séptimo episodio de *Argon* tiene lugar una información exclusiva. En esta ocasión, el productor de *Argon*, Shin Chul, recibe un mensaje de una fuente anónima que pide al programa que investigue la causa de la muerte de tres bebés después de consumir un producto para lactantes.

El productor indaga hasta descubrir que el emisor del mensaje es un trabajador de la empresa *Sumyoung*, promotora del producto infantil. El periodista habla con la fuente y le pide que le cuente la verdad sobre los hechos. El trabajador le explica que la empresa le encargó realizar un informe interno para valorar si el producto contaba con ingredientes nocivos para la salud. El resultado reveló que su producto fue la causa de la muerte de los menores. La empresa, con el fin de mantener su reputación, renovó la fórmula y vendió los productos defectuosos a un precio menor. Los periodistas creen que la noticia debe ser comunicada, pero necesitan el testimonio que verifique los hechos. El informador se niega a ser entrevistado y pide a Shin Chul que destruya el informe. El productor consigue persuadirlo a través de una llamada telefónica:

Shin Chul: *Si nos rendimos ahora, la verdad quedará sepultada para siempre. ¿Qué pasa si no decimos nada sobre esto y mueren más bebés? ¿Realmente cree que puede manejar el peso de la muerte? Si dice que estará bien renunciaré a este caso. Depende de usted. (T1, EP6. 2017)*

Antes de emitir el reportaje, los periodistas aportaron pruebas de la veracidad del informe. Para ello, encargaron un análisis a dos laboratorios que obtuvieron los mismos resultados que el primero. De esta manera, el equipo se aseguró de dar una información verdadera. Tras el suicidio del trabajador por la presión laboral, la empresa *Sumyoung* afirma que el informante tenía una grave depresión que afectó a su rendimiento. Como consecuencia, la empresa alimenticia le acusa de modificar el informe y enviarlo a *Argon*. Además, el líder *Sumyoung* arremete contra el programa:

Líder de *Sumyoung*: *No pasaremos por alto lo que sucedió con la prensa, que transmitió hechos no comprobados con mala intención. (T1, EP7. 2017)*

Baek-jin es consciente de que la continuidad de *Argon* pelagra en medio de la pérdida de credibilidad. Por eso, organiza a su equipo, ya que el programa ha sido suspendido:

Baek-jin: *La suerte de Argon depende de a qué dediquemos este tiempo. Somos reporteros. No nos preocupamos solo de protegernos a nosotros mismos. Centraos en los hechos de la muerte del informante. Tenemos que descubrir si murió realmente por nuestra culpa, incluso si la verdad nos destroza... El público nos ve como al diablo, no será fácil (T1, EP7. 2017).*

Tras la investigación y la renuncia del productor, se demuestra que el informe era verdadero y que la empresa mintió. Desde *Argon* reconocen que su principal error fue no proteger a su fuente ante una situación tan delicada. Respecto a la credibilidad de las fuentes informativas hay que destacar un suceso del séptimo episodio de *The Newsroom*. Una fuente anónima llama al jefe del informativo (Charlie Skinner) para establecer su “credibilidad” y le anuncia que el presidente hará un importante anuncio sobre seguridad nacional. La redacción intenta anticiparse a la noticia de la que aún no tienen la información, a pesar de que cuentan con una doble confirmación de que la noticia es la muerte de Osama Bin Laden, el jefe de informativos les pide prudencia:

Charlie Skinner: *si llegamos dos minutos tarde que sea una pequeña penitencia por todo lo que hemos errado.*

Para la cobertura de las protestas contra Mubarak en El Cairo (Egipto) durante la Primavera Árabe, la redacción reconoce la necesidad de imágenes para informar a los telespectadores sobre el acontecimiento. Para lograrlo, contactan con un civil a través de Internet, el informático Neal Sampat valida la fiabilidad del civil que ejerce como reportero *in situ*. Aunque al principio busca el anonimato, la productora del programa solicita identificarle con su verdadero nombre y apellido:

Mackenzie McHale: “El reportaje no tendrá credibilidad si viene de un reportero anónimo” (T1, EP5. 2012).

4.5. Lecciones de ética y aceptación de los errores

Otro aspecto común en ambos presentadores de televisión responde al reconocimiento de los errores del pasado. Ambos hacen público su fracaso y parecen ser conscientes de la responsabilidad que tiene su trabajo. De esta manera, apreciamos dos discursos extensos en los que Will McAvoy y Baek-jin manifiestan su compromiso con el periodismo de calidad.

En el tercer episodio de la serie Will McAvoy reconoce que los adultos deben responsabilizarse de sus fracasos:

Will McAvoy: *Inicio el informativo emulando al Sr. Clarke, y disculpándome ante el pueblo americano por nuestro fracaso. El fracaso de este programa durante el tiempo que llevo al frente, a la hora de informar y educar con éxito al electorado. No me disculpo en nombre de todos los periodistas televisivos y no todos ellos les deben una disculpa. Hablo en mi nombre. He sido cómplice de una serie de fracasos lenta y repetidamente no reconocida ni corregida que nos ha traído hasta el presente (T1, EP5. 2012).*

El avance en su discurso manifiesta su compromiso con la audiencia:

Will McAvoy: *Muy pocas noticias nacen en el momento que llegan a través de nuestro cable. Seremos defensores de los datos y enemigos de la insinuación, la especulación y la sandez. No somos camareros sirviéndole la noticia como les gusta. Ni somos ordenadores que dispensan solo datos. Las noticias solo son útiles en el contexto de la humanidad.*

En el caso del presentador de *Argon*, vemos que, tras ser galardonado con un reconocimiento por su labor periodística, Baek-jin aprovecha la ocasión para revelar la verdad sobre una información que no fue bien gestionada años atrás:

Baek-jin: *No merezco este premio. Hace tres años informé sobre la acusación de corrupción del Grupo Cívico, pero el reportaje era falso. El director del Midtown, Janghuk Seo, fue el que me dio la información falsa. Sin embargo, cegado por emociones personales y prejuicios, no dudé de la información falsa, ni revisé la afirmación contraria y emití el reportaje. (T1, EP8. 2017)*

La noticia de la confesión se difunde en Internet y en otros medios de comunicación. El presentador concluye su discurso recordando una buena práctica de periodismo:

Baek-jin: *La esencia de un reportaje es informar de la verdad basándose en hechos. Los periodistas somos responsables de hacer juicios correctos y corregir reportajes. Como fallé en cumplir esta responsabilidad, no puedo recibir este premio. (T1, EP8. 2017)*

5. Conclusiones

Tras el análisis de ambas series se puede apreciar que existen similitudes en la estructuración de los temas periodísticos. Los escenarios y los elementos dramáticos permiten dibujar un retrato del periodista que adquiere rasgos matizados respecto a los estereotipos tradicionales de héroes y villanos. Por un lado, se aprecia una actitud rompedora por parte de la plantilla de ambas series, que decide abandonar la comodidad al servicio de sus directivos para iniciar un combate en la defensa de los intereses de los ciudadanos y de la verdad.

La reivindicación del periodismo televisivo como periodismo de calidad es uno de los principales reclamos que presentan los periodistas de *Argon* y *The Newsroom*, liderados

por la actitud ética de Baek-jin y Mackenzie McHale. La convicción de que un periodismo basado en la verificación y la presentación de noticias contextualizadas es posible se manifiesta como una denuncia al medio televisivo. La principal crítica de ambas series se dirige hacia la obsesión de los directivos por mantener unos índices de audiencia altos, a pesar de que esto implique la renuncia a la calidad.

En cuanto a los temas que figuraran en las series, observamos que mientras *The Newsroom* presenta noticias relevantes que acontecieron en la vida real, *Argon* habla de circunstancias verosímiles. De esta manera, se puede decir que los periodistas de la serie de Sorkin exponen un modo potencialmente idóneo de cubrir estos acontecimientos. La responsabilidad sobre la opinión pública es uno de los temas principales, otros temas comunes son la emisión de noticias falsas (*fake news*), el tratamiento con las fuentes, los intereses empresariales y la inmediatez informativa. En *The Newsroom* además se reflejan otros aspectos como la información *off the record* y el papel del periodismo ciudadano.

El estereotipo que predomina en los personajes principales de *Argon* y *The Newsroom* es el periodista como perro guardián (McNair, 2010) que se decanta por el cumplimiento de la vigilancia al poder político y económico. A través de los líderes de los programas, ambas series ejemplifican cómo deberían ser las buenas *praxis* en el oficio. En cuanto a los personajes antagonistas, encontramos que los directivos se corresponden con el estereotipo de Saltzman y Ghigliore (2005) presente en otros contenidos seriales.

Referências Bibliográficas:

- Barris, A. (1976). *Stop the presses! The Newspaper in American Films*. New York: Barnes & Co.
- Brooks, T., & Marsh, E. (1999). *The complete directory to prime time network and cable TV shows, 1946-present*. New York : Ballantine Books, 1999.
- Braun, V. & Clarke, V. (2006). Using thematic analysis in psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77-101.
- Cascajosa Virino, C., & Zahedi, F. (2016). *Historia de la televisión*. Valencia : Tirant Humanidades.

- Cascajosa Virino, C. (2016). *La cultura de las series*. Barcelona : Laertes, D.L. 2016.
- Casetti, F. & F. Di Chio. (1991). *Cómo analizar un film*. Barcelona: Paidós Ibérica.
- Carrasco, A. (2010). Teleseries: géneros y formatos. Ensayo de definiciones. *Miguel Hernández Communication Journal*, (1), 174-200.
- Courson, M. T. (1976). *The Newspaper Movies*. PhD dissertation. University of Hawaii.
- Daniel, D. K. (1996). *Lou Grant: the making of TV's top newspaper drama*. Syracuse, NY : Syracuse University Press.
- De Gorgot, E. (2014). “¿Por qué vivimos una Edad de Oro de las series?”. *Jot Down Cultural Magazine*. Disponible en: <http://www.jotdown.es/2014/09/por-que-vivimos-una-edad-de-oro-de-las-series/>
- Ehrlich, M. C. (2006). “Facts, truth, and bad journalists in the movies”. *Journalism*, 7(4), 501–519.
- Ehrlich, M. C., & Saltzman, J. (2015). *Heroes and Scoundrels: The Image of the Journalist in Popular Culture*. Urbana: University of Illinois Press.
- Ferrucci, P. & Painter, C. (2014). “Pseudo newsgathering: Analyzing journalists’ use of pseudo-events on The Wire”. *The Image of the Journalist in Popular Culture*, 5, 135–169. Disponible en: https://ecommons.udayton.edu/cgi/viewcontent.cgi?referer=https://scholar.google.es/&httpsredir=1&article=1042&context=cmm_fac_pub
- Galán, E. (2006). Personajes, estereotipos y representaciones sociales. Una propuesta de estudio y análisis de la ficción televisiva. *Eco-pos*, 9(1).
- Galán, E. (2007). *La imagen social de la mujer en las series de ficción*. Cáceres: Universidad de Extremadura.
- García Martínez, A. N. (2012). “Una máquina de contar historias. Complejidad y revolución del relato televisivo”. In de Toro Martín, J.M.; Bel, I. & Sánchez Tabernero, A. (eds.). *La Televisión en España. Informe 2012* (pp. 225-246), Barcelona: Ediciones Deusto.
- García Martínez, A. N. & Serrano-Puche, J. (2013). “El precio de la verdad: la imagen de los periodistas en las series de televisión contemporáneas”. In Gutiérrez Delgado, R. (coord.). *Poéticas de la persona. Creación, responsabilidad y vigencia en la comunicación pública y la cultura* (pp. 275-286), Salamanca: Comunicación Social.

- Ghiglione, L., & Saltzman, J. (2005). Fact or Fiction: Hollywood looks at the News. Image of the Journalist in Popular Culture.
- Good, H & Dillon, M. J. (2002). *Media Ethics Goes to the Movies*. Westport, Conn: Praeger.
- Hassard, J. & Holliday, R. (1998). *Organization-representation: Work and organizations in popular culture*. London: Sage.
- Koliska, M., & Eckert, S. (2015). Lost in a house of mirrors: Journalists come to terms with myth and reality in *The Newsroom*. *Journalism*, 16(6), 750-767.
- Kovach, B. & Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid: Santillana.
- Langman, L. (1998). *The Media in the Movies. A Catalog of American Journalism Films (1900-1996)*. Jefferson: McFarland & Company.
- Laviana, J. C. (1996). *Los chicos de la prensa*. Madrid: Nickel Odeon.
- López Gutiérrez, M. L. & Nicolás Gavilán, M. T. (2016). “El análisis de series de televisión: construcción de un modelo interdisciplinario”. *ComHumanitas: Revista Científica de Comunicación*, 6 (1), 22-39.
- McNair, B. (2010). *Journalists in film: heroes and villains*. Edinburgh: Edinburgh University Press.
- Mera Fernández, M. (2008). “Periodistas de película. La imagen de la profesión periodística a través del cine”. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 14, 505-525.
- Mieles Barrera, M. D., Tonon, G., & Alvarado Salgado, S. V. (2012), Investigación cualitativa: el análisis temático para el tratamiento de la información desde el enfoque de la fenomenología social. *Universitas Humanística*, n° 74, 195-225.
- Ness, R. R. (1997). *From headline hunter to superman: a journalism filmography*. Lanham, Md: Scarecrow Press.
- Osorio Iglesias, O. (2014). “Despersonalización de los medios, poder y guerras de audiencia en el retrato del periodismo en el cine de los años 90”. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20 (2), 789–804.
- Painter, C. & Ferrucci, P. (2012). “Unprofessional, Ineffective, and Weak: A Textual Analysis of the Portrayal of Female Journalists on *Sports Night*.” *Journal of Mass Media Ethics*, 27 (4), 248–262.

Peters, C. (2017). "Entering The Newsroom: The sociocultural value of 'semi-fictional' entertainment and popular communication". In S. Harrington (ed.). *Entertainment Values* (pp. 149-164). Londres: Palgrave Macmillan.

Ramonet, I. (2011). *La explosión del periodismo de los medios de masas a la masa de medios*. Madrid: Clave Intelectual

Reese, S. (1999). "Hacia una comprensión del periodista global. El modelo de investigación de "jerarquía de influencias". *Comunicación y sociedad*, Vol XII, N°2, pp. 47-68.

Ritchie, J. & Lewis, J. (Eds.) (2003). *Qualitative Research Practice*. London: Sage.

Saltzman, J. (2003). *Sob Sisters: The Image of the Female Journalist in Popular Culture*. The Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC). Recuperado de: <http://www.ijpc.org/page/sobsmaster.htm>

Saltzman, J., & Mitchell, L. (2013). *The Image of the Washington Journalist in Movies and Television 1932 to 2013*. The Image of the Journalist in Popular Culture (IJPC). Recuperado de: http://www.ijpc.org/page/ijpc_washington

Saltzman, J., (2002). *Frank Capra and the image of the journalist in american film*. California: Norman Lear Center USC.

Sánchez de la Nieta, M. A. (2016). *El Renacimiento del Periodismo. Nuevas tecnologías al servicio de su esencia*. Barañain: EUNSA.

Steinle, P. (2000). "Print (and Video) to Screen: Journalism in Motion Pictures of the 1990s". Presented at the *Popular Culture/American Culture Conference*. New Orleans, April, 2000.

Steiner, L., Guo, J., McCaffrey, R., & Hills, P. (2013). "The Wire and repair of the journalistic paradigm". *Journalism*, 14(6), 703-720.

Stone, G. & Lee, J. (1990). "Portrayal of Journalists on Prime Time Television". *Journalism & Mass Communication Quarterly*. 67 (4): 697-707

Waisbord, S. (2001). "Por qué la democracia necesita del periodismo de investigación". *Razón y Palabra*, 22, mayo-julio. Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/n22/22_swaisbord.html

Informações sobre a autora:

María Fernanda Novoa es estudiante de doctorado en el Programa de Comunicación de la Universidad de Navarra. Graduada en Periodismo, con un Máster de Investigación en Ciencias Sociales (Universidad de Navarra). Actualmente está investigando sobre la representación del periodismo en las series de ficción contemporáneas. Su interés se centra en la investigación sobre roles profesionales y estereotipos en la cultura popular.