



Universidad del País Vasco Euskal Herriko Unibertsitatea



Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación

GRADO PUBLICIDAD Y RELACIONES PÚBLICAS

CURSO 2015/2016

TRABAJO DE FIN DE GRADO



THE NEWSROOM.

ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA

AUTOR/A: SOFÍA DE ANDRÉS MARTÍN

DIRECTOR: JOSÉ ANTONIO MINGOLARRA

INDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. OBJETIVOS.....	3
3. METODOLOGÍA.....	4
4. LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES.....	4
4.1 Comunicación en las organizaciones.....	4
4.2 Comunicación interna.....	5
4.3 Comunicación informal.....	7
4.4 La moda en la serie <i>The Newsroom</i>	9
4.5 El ruido en la serie <i>The Newsroom</i>	11
5. OBJETO DE ANÁLISIS: La serie <i>THE NEWSROOM</i>	12
5.1 Ficha de realización y datos técnicos.....	14
5.2 Actores.....	14
6. ANÁLISIS DE LA COMUNICACIÓN INTERNA EN <i>THE NEWSROOM</i> ...	18
6.1 Comunicación verbal	19
6.2 Comunicación no verbal	21
7. RELACIÓN COMUNICATIVA ENTRE LOS PERSONAJES. EL LÍDER ...	25
8. CONCLUSIONES.....	31
9. BIBLIOGRAFÍA.....	34

1. INTRODUCCIÓN

“El punto inicial de la actual Edad de Oro de las series en TV se suele situar en el momento en que la cadena HBO se decidió a producir sus propias series dramáticas de larga duración (primero Oz, después The Sopranos, Six feet under, The Wire, etc.), abriendo para otras muchas cadenas el melón de una ecuación aparentemente simple: que una serie de calidad gustará al público porque lo que el público busca son series de calidad”¹.

Aunque las series que señala este artículo de opinión de la revista Jot Down son anteriores a The Newsroom, lo he tomado para el inicio de mi análisis porque la cadena HBO comenzó en estos años una etapa de producción de gran calidad y una de ellas es *The Newsroom*.

En la serie se produce una simbiosis entre una visión romántica del periodismo y una denuncia respecto a nuestra sociedad y al negocio de los medios de comunicación, en especial del negocio televisivo. La serie tiene un contenido rico en cuanto a comunicación y en especial, refleja de un modo gráfico los diferentes procesos comunicativos que se dan dentro de ella.

Aaron Sorkin, a través de Will McAvoy, intenta educar e inculcar una responsabilidad social a los medios de comunicación.

He decidido hacer este análisis concretamente centrándome en el proceso comunicativo interno de una organización seleccionando la serie *The Newsroom* como un buen ejemplo de ello.

La serie refleja los entresijos y el modo frenético de trabajo de una redacción, que, sin ir más lejos, es una organización y como en toda organización existe una comunicación interna. Es ese proceso de comunicación interna es en el cual voy a incidir y sobre el cual voy a analizar algunas de sus particularidades.

2. OBJETIVOS

En cuanto a los objetivos de este Trabajo de Fin de Grado, en primer lugar, se pretende hacer un análisis de la comunicación en la serie de televisión *The Newsroom* desde la perspectiva de una observación directa de la misma.

En segundo lugar, se pretende conocer el proceso de la comunicación interna que se da en la serie así como de la naturaleza y carácter de los personajes.

Así mismo, se pretende conocer y analizar las relaciones afectivas de los personajes que intervienen en la serie *The Newsroom* y la importancia de dichas relaciones en la comunicación dentro de la organización.

También se pretende conocer y analizar cómo se da la comunicación en sus distintas direcciones (vertical y horizontal).

¹ Jot Down. Contemporary culture mag. (2014). ¿Por que vivimos en la edad de oro de las series? Recuperado de <http://www.jotdown.es/2014/09/por-que-vivimos-una-edad-de-oro-de-las-series/>

Otro de los objetivos es conocer en qué medida afectan factores externos a la organización y cómo afectan tomando como muestra los primeros capítulos de la serie *The Newsroom*.

Por último, a través de la serie *The Newsroom*, se intentará aclarar y explicar las relaciones de poder y las jerarquías implícitas que se dan en este tipo de organización.

3. METODOLOGÍA

La metodología de este análisis ha sido la observación directa de una muestra de los diez capítulos de la primera temporada de la serie. Esta metodología consiste en observar directamente el transcurso de la serie y apuntarlo y más tarde poder analizarlo.

Mediante la metodología de observación directa he podido analizar *in situ* los aspectos claves de la serie para después aplicarlos a los distintos aspectos que se dan en los procesos de comunicación interna en una organización, concretamente, en la serie *The Newsroom*.

He seguido como modelo de análisis las características e indicaciones que sobre la comunicación interna manifiestan autores como José Ignacio Bell Mallén y Jesús García Jiménez.

4. LA COMUNICACIÓN EN LAS ORGANIZACIONES

4.1 Comunicación en las organizaciones

El presente trabajo tratará de hacer un análisis de la comunicación interna centrandolo en el tema en una organización como es la serie de televisión *The Newsroom*. Tendrá una estructura deductiva, es decir, comienza analizando los aspectos más generales de la materia que nos ocupa hasta llegar a lo particular, que será el análisis de la comunicación interna en una organización como *The Newsroom*, un programa de televisión estadounidense.

Comenzando por la punta del iceberg que asoma en toda relación humana, se empezará por establecer qué es la comunicación. La comunicación es, el proceso por el cual un emisor a través de un discurso entra en relación con un receptor, de tal modo que este último signifique el contenido del discurso del mismo modo que lo efectúa el emisor; de modo que si no fuera así le cabría la posibilidad de utilizar el feed-back. Siguiendo esta definición es conveniente decir que la comunicación tanto verbal como no verbal es inherente al ser humano. Todo ser humano necesita comunicarse ya que el hombre es un ser social por naturaleza. “La existencia de organizaciones se articula en torno a personas que tienen un propósito común ante lo cual combinan energías para conseguir dicho objetivo. Se dice que una organización existe cuando hay personas capaces de comunicarse unas con otras para actuar acorde a un propósito común”².

² Mingolarra, J.A., (2012). *Apuntes de la teoría de la comunicación*.

Una organización está formada por un grupo de personas y en todo colectivo o grupo de personas es necesaria la comunicación y especialmente se necesita la comunicación en una organización ya que tienen un objetivo común y miran todos hacia la misma dirección. En este caso la comunicación es de vital importancia. Llamaremos comunicación corporativa “a la totalidad de los recursos de comunicación de los que dispone una organización para llegar efectivamente a sus objetivos y a sus públicos”³

Una vez visto lo que es la comunicación y saber que para poder llevar a cabo un proyecto incluso una relación interpersonal, es importante comunicarse y comunicarse de manera efectiva. Este trabajo se centrará más analizando los tipos de comunicación que existen en la comunicación en una organización. Primeramente se hace una distinción entre comunicación formal e informal. La primera distinción que se debe hacer dentro del marco teórico que estamos desarrollando es que en toda organización hay dos tipos de comunicación y son la comunicación formal y la comunicación informal. Teniendo ésta muchas esta última veces una naturaleza afectiva.

La comunicación formal es aquella que no surge de la espontaneidad y tiene un lenguaje muy determinado y se aleja de la familiaridad. La comunicación formal es aquella que se establece mediante unos protocolos, unos manuales y unos canales muy determinados. Son unas instrucciones comunicativas que debe seguir toda persona que forme parte de la organización o institución.

Por el contrario, la comunicación informal es aquella que surge de la espontaneidad, sin unos canales preestablecidos y normalmente surge de temas que no son laborales, es decir, son conversaciones de índole personal. Este tipo de comunicación es muy importante en una organización ya que tiene que ver con opiniones y valoraciones personales y por ello es la comunicación más peligrosa.

4.2 Comunicación interna

Una vez explicado lo importante que es la comunicación dentro de una organización, se analizará el siguiente nivel de comunicación dentro de una organización que se divide en dos: la comunicación interna y la comunicación externa. Antes de comenzar a analizar cada una por separado y esclarecer de qué se trata cada uno, es importante subrayar que es crucial para una empresa no solo que coexistan las dos comunicaciones en armonía sino que lo que es importante que se dé una coherencia entre ellas dos tanto internamente como de cara al exterior. En primer lugar, uno de los grandes escenarios en los que se comunica la organización es a nivel externo, es decir, cómo se comunican con los stakeholders de una organización. Toda organización tiene y quiere dar una imagen concreta a la sociedad y a los públicos que le interesan, este es el ámbito de actuación de la comunicación externa. El objetivo principal de una buena relación y una buena comunicación con el exterior son mejores resultados, tanto en términos económicos como reputacionales.

³ Dr. Paul Capriotti. (1999). *COMUNICACIÓN CORPORATIVA. Una estrategia de éxito a corto plazo*. Recuperado de http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf

La manera en la que una organización se comunica con el exterior, es decir su comunicación, se ha convertido en una herramienta estratégica que la emplea toda aquella organización que quiera estar bien posicionada en un mercado con infinidad de competidores. Esto traduciéndolo a un término más coloquial, se refiere a cómo la empresa habla con el exterior, cómo se muestra, cuál es su envoltorio. El objetivo de toda empresa u organización, al fin y al cabo, es llevarse bien con sus públicos para cumplir los objetivos para los que ha nacido la organización. Tanto la comunicación externa como la interna es algo que llevan a cabo todas las organizaciones por lo que si se quiere que el público al que se dirige le tenga en cuenta lo más importante es hacer un estudio sobre qué ofrecen el resto de competidores y que demanda la sociedad.

Se debe señalar respecto a la comunicación interna que es aquella que está dirigida al público interno, es decir, a los trabajadores de la organización. **La comunicación interna nace con el objetivo de motivar al equipo humano que conforma la organización para que la motivación que reciben los trabajadores sirva para realizar los objetivos de la empresa, y se traduzca directamente en beneficio para la organización no solo en términos económicos sino también en el ambiente propio de la organización en cuestión.** Nace principalmente con el objetivo de motivar ya que de ello se traduce directamente mejores resultados. En el ámbito empresarial, que está en constante cambio, se dieron cuenta de que cuanto más eficaz fuera la comunicación dentro de la propia empresa, mejores resultados se obtenían. Se vio la importancia de ello ya que no solo los clientes son los públicos-objetivo de toda organización. Se está viendo cada vez más que los propios trabajadores son los embajadores principales de su institución y que los que mejor publicidad pueden hacer son ellos.

Asimismo no hay que olvidar que los trabajadores que forman parte de la organización tienen que ser plenamente conscientes del proyecto que están realizando y sentirse parte de él ya que es la única manera de que un trabajador se sienta parte de un proyecto común. **Lo que realmente motiva a una persona que forma parte de un proyecto es sentir que está aportando su trabajo y su conocimiento, es la verdadera motivación que nace del trabajo de los cargos más altos que tienen el deber de dejar clara la cultura empresarial, su misión y sus valores ya que así se sienten integrados y estarán dispuestos a dar lo mejor de sí mismos.** Uno de los objetivos principales de la comunicación dentro de una organización es transmitir mensajes eficaces dentro de ella. Que en todo momento los trabajadores estén informados de todo lo que pasa en la empresa y establecer una serie de líneas de comunicación eficaces entre los empleados, los distintos departamentos y los directivos de la organización. Por otra parte, existen varios tipos de comunicación interna: ascendente, descendente y horizontal.

En primer lugar, la comunicación ascendente es aquella que se emplea principalmente para informar sobre opiniones o tareas realizadas. Es también para conocer las opiniones y valoraciones acerca de tareas realizadas, sobre políticas empresariales, necesidades, sugerencias, etc. En segundo lugar, la comunicación descendente, es aquella que transmite principalmente indicaciones respecto a una tarea a realizar, explicar propósitos algún objetivo especial. Informar sobre normas y procedimientos, enviar feedback a los subordinados o comentar los objetivos, las metas y la filosofía de la empresa.

En último lugar, la comunicación horizontal, es aquella comunicación en la que hay una ausencia de jerarquía, se califica también por la no presencia explícita de autoridad. Son personas que se comunican en un mismo nivel dentro de la organización o dentro de un departamento. Este tipo de comunicación horizontal es la que de manera mayoritaria vamos a encontrar en el objeto de análisis, la serie *The Newsroom*

En el ejemplo que voy a estudiar, la serie *The Newsroom*, la comunicación oral es de extrema importancia, puesto que es la que regula el tono, la eficacia y el sentido de este tipo de organización.

4.3 Comunicación informal

La comunicación interna forma parte del flujo de comunicaciones que se produce en una empresa. Es fruto de esos mensajes que no se pueden controlar y que son el resultado del modo de ver las cosas de los integrantes y de interacciones personales.

Resulta una comunicación dinámica, espontánea y muy difícil de controlar. Cohabita junto a la comunicación formal que existe en la empresa. La comunicación informal es indispensable para el funcionamiento de una organización ya que éstas están compuestas por personas y suponen estructuras vivas.

En este trabajo he querido señalar el hecho de que en el programa informativo *Noticias Noche* predomina la comunicación informal sobre la formal. Las relaciones personales que acaecen entre los personajes y las dificultades personales a las que se enfrentan marcan el ritmo de la serie y tienen más peso que lo profesional en la mayor parte de la serie *The Newsroom*.

Las relaciones personales y las circunstancias concretas de cada personaje conforman el transcurso de los capítulos. La comunicación informal y directa traspasa los límites de las relaciones interpersonales, se impone en las relaciones profesionales y forma una parte importante de la organización. **Se podría decir que el intercambio de mensajes de una manera informal es el corazón del sistema de la serie *The Newsroom*.**

La comunicación informal se da indistintamente del lugar en el que se encuentren los personajes. Y es de lo que trata este apartado.

Primeramente, el bar es un espacio que aparece en la serie varias veces. Se supone que el bar es un espacio abierto en el que los personajes pueden interactuar de una forma más distendida. Lo que llama la atención es que aunque en el bar se relacionen más íntimamente, no necesitan de este espacio para relacionarse de esta manera.

Tess: Tienes que tomarte un chupito

Jim: Sólo bebo cuando tengo miedo

Maggie: Me gustaría hablar contigo aquí y ahora

Jim: (se bebe un chupito)

Jim: ¡Si señora!

Maggie: No me vengas con si señora y tu encanto de tímido

Jim: ¿Quieres ir a algún sitio más íntimo?

Maggie: No te burles de mí

Jim: Vamos no te enfades

El bar es un lugar de encuentro en el que también se reúnen para hablar de temas de trabajo aunque sea un espacio más apropiado para interrelacionarse de una forma más personal. No existe una distinción de espacios conforme a los temas que se tratan en cada uno de ellos. Es una de las características de la comunicación verbal en el ámbito interno de la serie *The Newsroom*.

Maggie: Tengo que devolver un crédito de 45.000 dólares. Un sueldo que me lo gasto en un piso del tamaño de una caja de cerillas. Un buen día es cuando tengo monedas para la lavandería. Un mal día es cuando he jodido un programa. Ese es mi espectro.

Don: Está bien, cortamos.

Estos fragmentos extraídos del diálogo de la serie muestran que aun siendo un espacio que supone ser más relajado hablan tanto de temas personales como de temas profesionales. Es uno de los rasgos principales de la serie. No existe una distinción espacial para tratar distintos temas entre los personajes.

En la oficina se da la misma situación pero al revés. Se supone que es un espacio en el cual la comunicación se da de una manera más formal y menos personal. En la redacción se muestran tal y como son. No esconden sus problemas personales sino que son los problemas personales los que predominan en sus puestos de trabajo. Esta supone una de las particularidades de la serie. Todas las estructuras lógicas en una organización se rompen.

(Mano derecha de Mackenzie y supervisor del trabajo de Maggie) Jim: ¡Maggie!

(Productora asociada) Maggie: ¿sí?

Jim: Mac quiere que supervise tu pre entrevista con la gobernadora

Maggie: Me lo ha dicho

Jim: Bien, en principio vas a hablar con un portavoz

Maggie: Lo llamaré ahora

Jim: Eh, creo que deberíamos ensayar un poco

Maggie: De acuerdo, he de decir, con todo respeto, que no creo que necesite supervisión

Jim: Está bien

Maggie: ¿Dejarás que lo haga sola?

Jim: No, lo de está bien es porque te he oído

Maggie: Llevo aquí un año y tú llevas tres días

Jim: Mac trabaja con un grupo con poca experiencia y que no conoce

Maggie: Lo sé

Jim: Muy bien

Maggie: ¿Me dejas hacerlo yo sola?

Jim: No

Maggie: Pues protesto enérgicamente

Jim: ¿Cómo se hace eso?

Maggie: Se hace igual pero solicitaré una protesta formal

Jim: A quién

Maggie: A mi superior inmediato

Jim: Soy yo

Maggie: ¿La vas a cursar?

Jim: No

Lo que quiero mostrar con este fragmento de diálogo es que como se puede observar, la comunicación se produce de una manera informal. Aunque ambos se sitúen en distintos extractos jerárquicos, no produce una diferencia en la manera de comunicarse. Los diálogos son rápidos e irónicos. Más que hablar entre productor-redactor, parece una discusión entre colegas.

4.4 La moda en la serie *The Newsroom*

En el presente epígrafe voy a explicar cómo afecta la moda, es decir, la forma en la que las personas que conforman la redacción de *Noticias Noche*, se visten y la significación que eso tiene. Los códigos de vestimenta, al igual que muchas áreas, suponen otra área más en la estructura organizativa de una empresa.

En la inmensa mayoría de las empresas la moda y vestimenta, son un aspecto más del código de conducta. Pero también es importante remarcar, que al ser un aspecto más, va en consecuencia con los objetivos que persigue la empresa o institución y va en consonancia con la personalidad, los valores y la misión de la misma.

Los seres humanos no solo nos comunicamos mediante palabras sino también comunican nuestros gestos y nuestra manera de vestir. Bajo esta premisa es importante decir que también los códigos de vestimenta comunican no solo cómo somos sino el cargo y los objetivos que representamos.

Llevándolo al caso que nos ocupa, dentro de la redacción de *Noticias Noche*, llego a la conclusión de que a través del modo de vestir de los diferentes miembros del equipo de *Noticias Noche* no persiguen hacer una distinción de categorías. El modo en que se viste cada uno va en armonía con su propia personalidad. Conforman, por así decir, la identidad de la organización.

Cada uno de los miembros aporta algo a la redacción y no se le impone ningún código de vestir. **Esto es un claro indicio de lo que persigue la redacción: ser una organización diferente. Marcar sus propias reglas.**

Esto se traduce comunicativamente en que no se sigue como tal una estructura diferenciada y vertical en la comunicación de la organización sino que se le da (a la organización) un aire informal, como es la redacción de *Noticias Noche*. Se deja un espacio vital en cada miembro para que sea tal y como es.

Tanto Leona Lansing como Reese Lansing como Charlie Skinner, pertenecen a la esfera directiva de la empresa. La forma en la que se visten va acorde al cargo que representan. Cómo se visten diariamente tiene una conexión directa con la personalidad y con las tareas que desarrollan en la organización. Tanto Reese Lansing como Charlie Skinner se visten de una manera formal pero no por unos códigos de vestimenta establecidos por la empresa, sino porque ellos quieren vestirse de esa determinada manera. Reese Lansing casi siempre con traje y corbata da a entender que desempeña un alto cargo en la cadena. Charlie Skinner siempre con chaqueta y en muchas ocasiones con pajarita. Al igual que Reese Lansing, muestra una esfera de alto cargo aunque no se comporte como tal. Por último Leona Lansing, al igual que Charlie Skinner y Reese Lansing, viste elegante, colores sobrios, y va acorde con el cargo que representa. Pero la razón por la que visten de tal o cual manera va más allá de los cargos que representa. En el caso de Leona Lansing y su hijo Reese Lansing se visten así porque quieren dar más información que la mera comunicación verbal. Dan a entender una diferenciación del resto. Reflejan un status social.

Sin embargo, Charlie Skinner y las prendas que porta son reflejo de una personalidad más que un cargo. Es un periodista de la vieja escuela y reportero de guerra. Con una fuerte personalidad y un personaje pintoresco. La ropa que lleva lo refleja a la perfección.

Will McAvoy y su forma de vestir van en completa consonancia. Casi siempre en traje se muestra la cabeza visible del programa. Una persona seria y respetable. De una manera parecida viste Mackenzie McHale, la mayoría de veces con falda tubo por debajo de la rodilla, camisa y tacones. Es una buena reportera y periodista respetada. Transmite una imagen de eficiencia y profesionalidad.

Por su parte se encuentran Don Keefer y Neal Sampat, cada uno con el cargo que desempeña (Don Keefer productor del programa de las 10.00 p.m. y Neal Sampat encargado de ACN Digital). Cada uno acorde no a su puesto sino a su personalidad.

Don Keefer, la mayoría de veces con vaquero y camisa. Se muestra cómodo para trabajar y le gusta mostrarse atractivo dentro de la seriedad. Siempre bien peinado, con gomina.

Neal Sampat, se muestra como un joven digno de su puesto. Un internauta empedernido que sabe de lo que habla y su materia prima de trabajo son los ordenadores. Con aspecto juvenil. Sudadera, pantalones, camiseta y zapatillas.

Margaret Jordan en cambio, quiere mostrarse profesional, independiente y eficiente aunque su estilo es elegante, muestra de una manera acertada cómo es, inocente, atolondrada y sentimentalmente débil. Su estilo es *naife*, colores pastel, pelo rubio y

maquillaje sobrio. No quiere destacar por encima de nadie y siempre intenta pasar desapercibida. Es de esas personas que quiere que hablen sus actos y no su aspecto o lo que dice.

Jim Harper, productor senior de Noticias Noche, sigue la estela profesional de su compañera y jefa Mckenzie McHale. Es una persona que trata de perseguir el sueño de ser un gran periodista y defensor de la calidad en el oficio. Físicamente transmite profesionalidad, siempre con chaqueta y en la mayoría de las ocasiones, corbata. El pelo siempre peinado y medianamente largo.

Desprende una serie de características que están interconectadas, una cultura de trabajo, juvenil, fruto de su experiencia cotidiana.

Por último Sloan Sabbith, encargada del mundo económico de la redacción y profesora adjunta en la Universidad de Columbia. Con prendas de vestir que favorecen su atractiva figura y a menudo marcando y resaltando las partes más atractivas de su cuerpo. Ella se siente segura con la ropa que lleva y transmite una imagen de profesional a la par que atractiva. Ella a través de su ropa y actitud pretende mostrar que es más que una cara y un cuerpo bonito al frente de un programa de contenido económico. Quiere mostrar que una economista puede también ser atractiva.

En conclusión, como se ha visto a lo largo del análisis de la forma de vestir de los diferentes personajes, cada uno, a través de su estilo, trata de defenderse ante el ambiente externo y de buscar su propia identificación y personalidad.

Noticias Noche está configurada de una manera que permite y protege y ampara el desarrollo personal y profesional de los integrantes de la redacción.

4.5 El ruido. Dónde y cómo se da

El ruido supone todo aquello que interfiere y entorpece la transmisión de mensajes. Hay varios tipos de ruidos y lo primero que se piensa cuando se habla de ruido es en un sonido que no nos deja percibir el mensaje de una manera correcta.

En la inmensa mayoría de las organizaciones se producen ruidos en el proceso comunicativo que hacen que no se reciba el mensaje de una manera correcta.

Este epígrafe es dedicado a ello ya que en el análisis de la comunicación interna aplicada a la serie *The Newsroom* se da este concepto.

El ruido en términos de comunicación provoca una limitación en la transmisión efectiva del mensaje. En concreto, el ruido al que me refiero y posteriormente voy a analizar en este epígrafe es el caso del ruido que se produce en el canal de comunicación y más en concreto en la mala recepción de un dispositivo. En el ruido semántico “Estos se presentan en el mensaje y consisten en problemas de sentido, significación, acepciones del lenguaje y, en general, de la descodificación de los signos y símbolos. Todo consiste en que el emisor y receptor tienen un significado distinto del mismo significante o mensaje”⁴.

⁴ Amadio, Ariel. (2013). Ruido, redundancia y Feedback. (PDF File). Recuperado de: <http://ariel-amadio.com/docencia/wp-content/uploads/2013/08/4-Ruido-Redundancia-y-feedback.pdf>

Concretamente voy a hablar del ruido que se produce en el capítulo *Noticias Noche 2.0* de la primera temporada. Lo que pasa en este capítulo es que Mackenzie McHale engañó a Will McAvoy en un pasado (hecho por el cual está marcada toda la serie y el desarrollo profesional de ambos). Una de las componentes del equipo de *Noticias Noche* (programa que presenta Will McAvoy) comenta extraoficialmente que fue Will McAvoy quién engañó a Mackenzie McHale. Ella sintiéndose culpable trata de mandar un email con el objetivo de arreglar el malentendido confundiéndose y mandándolo a toda la redacción dejando al descubierto la historia de su relación.

El ruido aquí se produce por causa de la situación e historia personal de Will McAvoy y Mackenzie McHale. **Es importante que el objetivo del mail sea precisamente evitar ruido e interferencias en el ambiente de la redacción.** Lo que no quiere Mackenzie McHale es que su situación personal implique a más personas y hacer partícipe a todo el equipo de sus circunstancias personales provocando el efecto contrario.

Se produce un malentendido primeramente entre uno de los miembros del equipo (Sloan Sabbith) y la productora ejecutiva (Mackenzie McHale) y se intenta subsanar ese malentendido entre esas dos personas a través de un medio digital (email) con el resultado de mandar el mail a toda la redacción. Finalmente ella resuelve el malentendido contando la verdad sobre lo que pasó y más tarde comunicándose verbal y directamente con el otro implicado en el malentendido (Will McAvoy).

5. OBJETO DE ANÁLISIS: La serie *THE NEWSROOM*

Este trabajo pretende hacer un análisis sobre la comunicación interna en la serie de televisión *The Newsroom*. En concreto, he seleccionado como muestra la primera temporada de la serie que consta de diez capítulos. Comenzando con el nacimiento de la propia serie que se inauguró en 2012.

Esta serie hace su aparición con el objetivo de sacar a relucir el valor de la profesión periodística. Durante el desarrollo de los capítulos estudiados se despliegan historias que entremezclan sucesos que realmente ocurrieron y otros de ficción. A través de la serie *The Newsroom* se muestran los dilemas morales a los que se puede enfrentar



tanto una redacción en su conjunto como los periodistas en particular. La sucesión de historias, sucesos y capítulos muestra de una manera muy gráfica ese tesón existente en la redacción de *Noticias Noche* por **un periodismo comprometido, honrado, de calidad y que pone a los propios redactores en situaciones límite.**

La primera temporada de la serie muestra una contradicción tanto en los profesionales que manejan la información y la que presentan al mundo como la audiencia. La audiencia presume de solicitar ser informada de hechos relevantes,

noticiosos y de fuentes válidas. Pero por otro lado, se puede ver, a través de la sucesión de capítulos, la clara tendencia de la misma audiencia hacia unas noticias nimias y espectacularizadas.

La serie es emitida por el canal HBO (Home Box Office). Comenzó la emisión de sus capítulos el 24 de junio de 2012 y emitió el último capítulo de la misma el 14 de diciembre de 2014.

La trama de la serie se resume en la historia de una redacción de informativos de una cadena norteamericana encabezada por su protagonista Will McAvoy (Jeff Daniels). Él es un reputado presentador de noticias. Un desliz con una estudiante durante una entrevista a tres bandas provoca un cambio profundo tanto personal como de cara a la redacción. Esto supone un cambio de equipo que encabeza una reportera de guerra y distinguida periodista, Mackenzie McHale, con la cual tuvo un romance que no terminó bien. Ambos junto a su nuevo equipo darán un vuelco a la naturaleza de la cadena transmitiendo, a través de su programa, información veraz y de calidad periodística.

Aunque para la realización de este trabajo de investigación solo se haya seleccionado una temporada, quiero señalar que la serie consta de veinticinco capítulos divididos en tres temporadas.

La primera temporada consta de 10 Episodios de 55 Minutos (aproximadamente) Con Jeff Daniels, Emily Mortimer, John Gallagher, Jr., Alison Pill, Thomas Sadoski, Dev Patel, Olivia Munn, Sam Waterston, Jane Fonda.

Esta temporada es la que se ha escogido como muestra de análisis la cual centra su trama en aspectos como el rigor y la transparencia periodística y la superficialidad del tratamiento de las noticias como consecuencia de la dependencia de dicha cadena de los índices de audiencia así como de la inversión publicitaria y de los beneficios que ello origina.

En cuanto a los personajes presentaré en primer lugar, Charlie Skinner, director de ACN, quien vive, de alguna forma, la particularidad de que la redacción *Noticias Noche* presenta las noticias de una manera que no está de acuerdo a la ética y profesionalidad periodísticas por lo que decide dar un giro inesperado a la presentación de dichas noticias en su cadena. Bajo esta premisa encuentra a su fiel compañero Will McAvoy, un prestigioso presentador de noticias que ha presumido siempre de ser una persona neutral y objetiva, resultando ser el la imagen de la cadena. No solo tiene brillante currículum sino que es también la mano derecha de Charlie Skinner.

Will McAvoy junto a su nuevo equipo de redactores y productores toman las riendas de la situación y le dan un giro a las noticias tanto en el contenido como en la forma de presentarlas enfrentándose a numerosos enemigos externos.

Siguiendo el esquema de la trama, en la sucesión de capítulos se ven los problemas que sufre la redacción por los intereses propuestos por los accionistas y altos cargos, a los cuales tratan de dar solución.

Uno de los pilares sobre los que descansa el contenido y la historia de la serie *The Newsroom* es que el cambio de personalidad de la redacción de cara a los problemas del mundo. Proponen un debate y se plantean si el canal puede llegar a permitirse la

pérdida de audiencia y una retirada de apoyo por parte del sector político del país a consecuencia del giro ético que ha sufrido la redacción por defender contenidos éticos y que aportan valor y educan al espectador.

La redacción y presentación diaria de las noticias se convierte en una especie de cruzada quijotesca por ofrecer unos contenidos morales y de calidad. Sumando a la cadena un valor añadido que le ayuda a diferenciarse de otras cadenas, primando la calidad y transparencia de la información por encima del dinero y de los índices de audiencia.

5.1 Ficha de realización y datos técnicos

Según el Diccionario Manual de la Academia Española dinamizador es la “Persona o cosa que aviva y da empuje a algo, o que atrae y agrupa fuerzas, ideas o sentimientos”. He comenzado este epígrafe apuntando la definición de lo que significa dinamizador ya que en el caso de la serie de *The Newsroom* el catalizador de los capítulos y el que precipita los acontecimientos es Will McAvoy.

Este personaje es el que encarna todas las creencias, formas de pensar y formas de entender tanto una redacción como el periodismo de Aaron Sorkin.

El proceso de creación de la serie comienza en 2009. Para poder realizar el trabajo de *The Newsroom*, Aaron Sorkin realizó un trabajo de investigación e indagó en el ambiente de programas informativos de cadenas como la MSNBC, Fox News o CNN. Para conocer el contexto y poder escribir con la máxima exactitud posible, Aaron Sorkin, no solo visitó estos informativos sino que asistió a reuniones de producción y entrevistó a los trabajadores de dichos programas para poder conocer en profundidad y de primera mano el negocio de las noticias por cable.

La serie *The Newsroom* no ha sido la primera centrada en el mundo de detrás de las de las cámaras de televisión. Concretamente realizó dos series centradas en esto: *Sports Night* (1998-2000) que se centra en la redacción de una programa deportivo y *Studio 60 on the Sunset Strip* (2006-2007) que trata sobre la redacción de un programa humorístico. El trabajo estrella de Aaron Sorkin resulta ser *El ala oeste de la Casa Blanca*, un drama de tipo político que trata sobre los distintos problemas que se dan en el ala oeste, donde se sitúa el Despacho Oval.

En el ámbito cinematográfico, ha firmado los guiones de películas como *Algunos hombres buenos*, *El presidente* y *Miss Wade*, *Moneyball*, *La red social* (por la cual fue oscarizado), *La guerra de Charlie Wilson* y *Steve Jobs*.



5.2 Actores

El protagonista que encarna las aspiraciones y pensamientos de Aaron Sorkin resulta ser el protagonista de la serie, Will McAvoy. Esas ideas las muestra a través de la forma de enfrentarse a los diversos problemas que se presentan en la redacción y a través de sus duros y punzantes discursos como al comienzo de la serie que comienza:

-¿Por qué América es el mejor país del

mundo?(Estudiante universitaria)

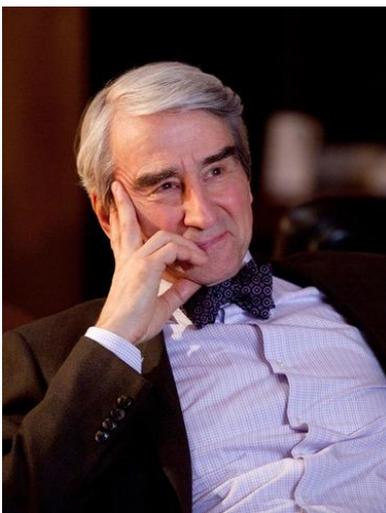
- Will McAvoy: *América no es el mejor país del mundo, ni siquiera el más libre. También Canadá, Japón, Alemania, España y hasta 180 Estados soberanos son libres. América ocupa el 7º lugar en alfabetización, el 12º en ciencia, el 49º en esperanza de vida. Sólo es líder mundial en número de presos por 100.000 habitantes, adultos que creen en los ángeles y gastos de defensa, más que los 26 siguientes juntos. Así que la respuesta es no. América no es el mejor país del mundo. Pero lo éramos”*

Es un reputado presentador de televisión que presumía de ser una persona objetiva hasta que se produce este enfrentamiento en particular, con el auditorio, y en general, contra los medios de comunicación y los negocios estadounidenses.



En segundo lugar, está otra de las protagonistas de la serie Mackenzie McHale (Emily Mortimer) Una de las mejores productoras ejecutivas del país, su capacidad de trabajo y su ética profesional son incuestionables; ha pasado los últimos años trabajando como periodista de guerra. Fue pareja de Will McAvoy hace unos años, entonces tenía sus dudas, pero en el presente sabe que está enamorada de él y lamenta profundamente el error que cometió en el

pasado y que fue la causa de su separación. Llega a la redacción de *Noticias Noche* para arreglar sus asuntos personales con Will McAvoy y ayudarlo con su andadura en el panorama mediático.



Otro de los personajes principales que nos encontramos en *The Newsroom* es a Charlie Skinner (Sam Waterston). Es uno de los jefes de Will McAvoy y es a la vez uno de sus grandes apoyos. Es un periodista de la vieja escuela y con talento que hace el papel de conciencia en muchas veces de Will McAvoy, a quien le enseña a ser firme a sus convicciones a pesar de los problemas tanto internos como externos que puedan sufrir en la propia redacción.

Charlie Skinner se enfrenta a diversos problemas internos que le hacen la vida más difícil que al resto de los personajes. Por una parte tiene que enfrentarse a los ataques de la directora e inversora de la cadena Liona Lansing y por otra parte enfrentarse de una manera constante a su hijo Reese Lansing que es el encargado de informar y controlar todos los datos sobre las audiencias que da la cadena en todo momento.



Don Keefer (Thomas Sadosky), el ex-productor de *Noticias Noche*. Es un personaje que tiene un carácter muy parecido al de Will McAvoy pero mantienen posturas divergentes ya que Don Keefer es una persona muy racional y arrogante. En él prima la visión de negocio de una redacción como *Noticias Noche*. Es prepotente, le gusta que las cosas se hagan a su manera y por ello es el personaje con el que más choca Will

McAvoy. Aaron Sorkin muestra a Don Keefer como el antagonista en la serie. Es una persona que pone por encima de la veracidad sus intereses que son los mismos intereses que los inversores: el espectáculo y las audiencias. Abandona a Will McAvoy ya que cree que con el no conseguirá desarrollarse como profesional. Se presenta a Don Keefer durante el desarrollo de los capítulos como lo que todo periodista aborrece.



Sloan Sabbith (Olivia Munn) encarna el papel de la economista de la redacción. Lo que quiere conseguir es apartar de ella los clichés existentes en las redacciones de noticias de que una mujer está en una redacción por tener una cara bonita y un cuerpo escultural. Ella es una economista profesional con mucho carácter y una carrera brillante. A lo largo de la serie

demuestra que es uno de los tesoros de su cadena y no por su cara o su cuerpo sino por su brillante inteligencia y conocimiento.



Margaret Jordan es uno de los personajes más entrañables de la serie. Al principio entra como becaria ayudante en la redacción, una especie de secretaria y a base de constancia y esfuerzo se gana la confianza de Will McAvoy, jefe al que admira. Le ascienden a productora asociada a medida que avanza la serie. Margaret Jordan es un personaje patoso, honesto

y bienintencionado. Es una chica que entra en una de las mejores y más importantes redacciones norteamericanas y que tiene potencial e inteligencia para estar a la altura y lo único que se lo pone difícil es su falta de autoestima y su poca experiencia tanto en el mundo laboral como televisivo.



Jim Harper (John Gallagher, Jr.). Es un joven periodista con cierta experiencia y conocimiento gracias, en parte, a las lecciones e instrucción de Mackenzie McHale. Jim Harper forma parte

del equipo de *Noticias Noche* gracias a ella ya que insiste en que si le contratan a ella, es altamente recomendable que le contraten a Jim Harper también ya que es un chico con mucho talento. Es una persona bastante tímida pero inteligente y firme en todas las decisiones que toma.



Leona Lansing (Jane Fonda) es la directora general de Atlantis Media Group y Atlantic Cable News y trabaja junto a su hijo Reese Lansing quien resulta ser el presidente de la ACN. Resulta ser una de las fuerzas de oposición contra la nueva dirección que ha tomado el noticiero de Will McAvoy. Leona Lansing mantiene negocios importantes en este entramado mediático e insta a Will

McAvoy y a su equipo que se limiten a cubrir noticias superficiales y poco controversiales para no perjudicar a la cadena.

Ella define al programa como “*historias de interés humano: obesidad, cáncer de mama, ancianas teniendo bebés, iPhones*”. Esta es una de las razones por las que Leona Lansing y el equipo de Will McAvoy tienen continuos enfrentamientos cada uno defendiendo a capa y espada sus intereses.



Por último Reese Lansing (Chris Messina) presidente de Atlantic Cable News. Al igual que su madre (Leona) defienden los intereses económicos de la cadena y resulta otra de las principales fuerzas opositoras de la perspectiva idealista del programa *Noticias Noche*. Su principal objetivo, al igual que el de su madre, es la obtención de publicidad para aumentar los beneficios y así poder cubrir las cuotas de los accionistas que es lo que más les preocupa.

Al principio de la serie, está muy unido a Will McAvoy ya que ambos tienen las mismas aspiraciones en cuanto al programa y a la fama. Una vez se produce el cambio, sus caminos se separan. También pretenden tanto Leona como Reese Lansing tener de su parte al sector político de su país. Esto choca con los intereses que tiene Will McAvoy y por ello se mantienen ambos en un conflicto continuo.

Tanto Reese Lansing como su madre personifican actitudes que atacan y matan las buenas prácticas y la buena reputación del periodismo.

En muchas ocasiones representan todo contra lo que luchan los protagonistas.

6. LA COMUNICACIÓN INTERNA EN THE NEWSROOM

En la serie se da un cambio en la manera en la que Will McAvoy se comunica con sus compañeros de redacción. Coincide con el momento en el que se produce un cambio interior en el personaje principal (Will McAvoy). Comienza un cambio primero interior y más tarde en la manera de comunicarse con sus compañeros de redacción.

El cambio en el cual quiero hacer especial incidencia comienza por una crisis de conciencia que sufre Will McAvoy al percatarse del mal funcionamiento del país. Mientras realizaba una entrevista en una universidad. Él se muestra reticente a alabar al país y a echarle flores hasta que llega una pregunta que detona su mal carácter y sale a relucir todos los profundos pensamientos tanto sobre el ciudadano estadounidense como el país. La pregunta que lo detona es:

Estudiante: ¿Me pueden decir sólo en una frase por qué Estados Unidos es el mejor país del mundo?

Will McAvoy: No, Estados Unidos no es el mejor país del mundo. Esa es mi respuesta

El protagonista cae en la cuenta de que son generadores y creadores de opinión. El protagonista tiene una revelación personal y quiere cambiar la forma en la que se hace periodismo en su redacción. Ese cambio es explicado mediante los capítulos de la primera temporada en los que Will McAvoy no solo pretende cambiar la forma en la que se trabaja en *Noticias Noche* sino que quiere redimirse de su pasado.

Apuesta no solo por la sinceridad, transparencia y periodismo de calidad sin estar al servicio de las audiencias sino que da un giro en la manera en que se comunica de puertas para adentro. Comienza por aprenderse el nombre de su becaria Margaret Jordan.

Todo esto se produce porque cae en la cuenta de que en toda organización con el cambio se da un aumento inequívoco de la eficacia en el trabajo. Mejoran las relaciones internas y con ello el ambiente y la satisfacción y esto se refleja de manera muy gráfica conforme van avanzando los capítulos de la serie en cuestión.

Para poder mejorar la comunicación dentro de su ambiente de trabajo se muestra un paralelismo entre la realidad y la serie. Y es que la mejora de la comunicación interna no son solo una serie de técnicas y una serie de protocolos sino que para poder alcanzar una comunicación interna eficaz se debe adoptar una filosofía global en toda la organización y debe ser la base de todas las actividades dentro de ella.

Cuando digo que se da un paralelismo entre la serie y la práctica real es que en la serie se reflejan no solo una serie de protocolos como reuniones todas las mañanas con el equipo para hacer brainstorming sino que se adopta una filosofía que tienen interiorizados todos los trabajadores de *Noticias Noche*. Todos apuestan al unísono por la verdad, por el periodismo de calidad y por el compañerismo. Todos aportan algo a la redacción y ese mensaje lo transmiten con fuerza.

Respecto al tema que estamos analizando, Grunig y Hunt afirman: “Se deben establecer relaciones públicas internas bidireccionales, que se centren más en los empleados que en la propia organización, que fomenten la comunicación interpersonal y el diálogo con la dirección que conlleven la participación y la implicación de los trabajadores y que

también faciliten la adaptación de la organización a sus públicos internos”⁵. Respecto a esta afirmación que hacen los autores en relación con la comunicación interna y relacionándola de una manera directa con la serie, en el momento en que se produce un cambio en la mente de los trabajadores de Noticias Noche comenzando por el cambio del cabeza de la redacción Will McAvoy, se empieza a dar un cambio en el modus operandi del equipo tanto de manera interna como de cara al exterior. **Se comunican de una manera más horizontal e intercambian información interesante y necesaria de una manera tanto presencial como a través de medios eficaces como el Email y la mensajería vía móvil.** Todos los compañeros son importantes líderes de opinión y entre todos realizan los programas diarios de *Noticias Noche* a su manera y aportando cada uno su punto de vista.

De esta manera aunque tienen enfrentamientos internos por ejemplo con los accionistas de la cadena y externos (la audiencia), el mensaje que transmiten como equipo, como *Noticias Noche*, es un mensaje fuerte y de unidad de cara al exterior.

Se denota un cambio en las relaciones internas y en la comunicación durante la serie. Se produce un punto de inflexión en Will McAvoy que hace no solo cambiar su forma de ver el mundo sino que se lo transmite a su equipo que es el verdadero éxito de una comunicación interna sana y eficaz.

Existe una dimensión intrínseca en la motivación y el rendimiento de los trabajadores y la influencia en el rendimiento de trabajo de los mismos. Tomando como intrínseco “motivos que nos llevan a la acción por la repercusión que esta acción va a tener sobre nosotros mismos”⁶.

En cuanto a esto es importante decir que la simple motivación económica no basta para que un trabajador se sienta implicado. Llevándolo al terreno audiovisual en cuestión se ve que en la redacción la compensación económica no es una de las prioridades de aquellos que la conforman. Lo que realmente les motiva y les empuja a realizar su trabajo es sentirse parte de un equipo, sentir el proyecto y sentir los valores que conforman la empresa que son principalmente transmitidos por Will McAvoy y por Mackenzie McHale.

6.1 Comunicación verbal

Las organizaciones son sistemas complejos ya que se entremezclan objetivos empresariales, personalidades, normas, valores...etc. Una de las razones por las cuales he seleccionado esta serie de televisión para la realización de un análisis en lo que a comunicación interna se refiere, es porque **tiene una particularidad en cuanto a la comunicación verbal que se traduce en la excepción en cuanto al establecimiento de jerarquías y de autoridad.** Tanto una como otra, quedan implícitas. Cada personaje tiene interiorizado quién es y en que puesto se encuentra pero lo que llama la atención es que a nivel comunicativo-verbal no se exterioriza.

El objetivo de este epígrafe es estudiar cómo se da la comunicación ascendente, descendente y horizontal en la serie *The Newsroom* y cómo se materializa.

⁵ J.E. Grunig. T. Hunt. (2003). *Dirección de relaciones públicas*. España. Grupo Planeta.

⁶ Bell Mallén, I. (2005). *Comunicar para crear valor. Evolución de las teorías de la motivación y la comunicación en la empresa*. Pp. 97-98. Editorial Eunsa

En primer lugar, se dice que se produce comunicación ascendente, cuando los trabajadores se comunican con sus jefes. La comunicación ascendente es la manera en la que se comunican con ellos.

En adición, la comunicación descendente “se utiliza, en general, para transmitir indicaciones respecto de la tarea, explicar los propósitos, informar sobre normas y procedimientos, enviar feedback a los subordinados o comentar los objetivos, las metas y la filosofía de la empresa”⁷.

Y por último la comunicación horizontal que es la que permite la coordinación del trabajo, la planificación de actividades y, además de satisfacer las necesidades individuales, supone algo esencial para favorecer la interacción de las personas que se encuentran en un mismo nivel jerárquico y quienes interactúan con otras áreas y desarrollan trabajos en equipo.

En teoría, una comunicación de naturaleza vertical, tiende a que el intercambio de mensajes se haga de una manera más formal, mientras que el intercambio de mensajes en una dirección horizontal, es de naturaleza informal y favorece a la propia comunicación y a la confianza entre los trabajadores de una misma organización.

He realizado una recopilación de lo que en teoría es la comunicación horizontal y vertical ya que en la serie en cuestión estas comunicaciones tienen una particularidad, todas las comunicaciones son horizontales, es decir, todas son de una naturaleza informal, directa y sin intermediarios. Como he apuntado en otra ocasión, unas líneas más arriba, la naturaleza jerárquica queda implícita sin necesidad de hacer distinciones ni espaciales ni a nivel verbal.

Will McAvoy: Mac, ven con Charlie ahora mismo

Mackenzie McHale: ¿Va todo bien?

Will McAvoy: ¡AHORA!

Don Keefer: Qué coño está ocurriendo

Will McAvoy: Eres un puto periodista Don, si algún día te digo otra cosa, dame un buen puñetazo en la cara.

A través de este diálogo se puede observar que, en el terreno verbal, al igual que en el espacial, no se hacen distinciones jerárquicas. Tanto el productor, como el presidente de la cadena, como los redactores se hablan con la misma intensidad y con el mismo tono.

Son intercambios de palabras completamente informales sin que medie ningún tipo de jerarquía ni medios impresos como en las estructuras organizacionales estándar. **La característica de las comunicaciones que se producen en la redacción de la serie The Newsroom es que prácticamente todas las conversaciones y el intercambio de información se hacen en base a unas relaciones de confianza y más de amistad que relación profesional.** Todos los integrantes de la redacción tienen consciencia del puesto que ocupan pero la comunicación se realiza de una forma diferente a todas las estructuras clásicas de una organización de este tipo.

⁷ LEVIS, Diego. (2007). *La comunicación en la empresa: Apuntes básicos*. Recuperado de <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/interna.pdf>

Los diálogos son rápidos, irónicos e inteligentes.

El intercambio de opiniones se entremezcla con información profesional y es la manera en la que se trabaja en esta redacción que se está analizando y es la razón por la cual merece su punto de atención.

Aunque no estén todos en un mismo estatus, la comunicación y los diálogos se materializan sin jerarquías, entre iguales lo cual favorece un clima de confianza y de un ritmo de redacción que van marcando entre todos.

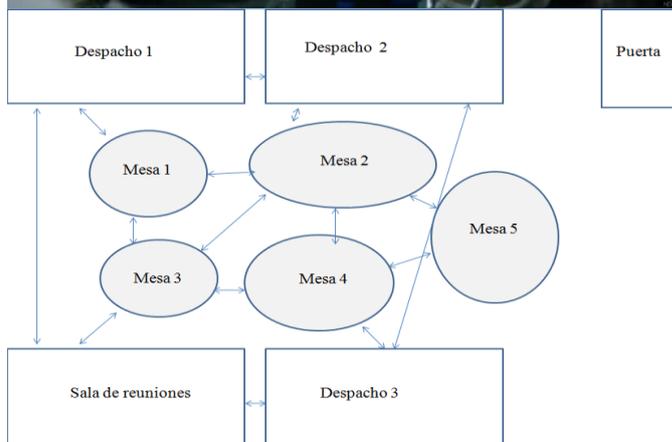
Tanto los altos cargos como el resto de trabajadores restan importancia a las órdenes y a las estructuras jerárquicas y hacen de la redacción un espacio abierto de confianza mutua en la que no es necesario estructuras ni división de espacios. Creen en unos valores y en una cultura empresarial por encima de cualquier otro interés y dan una razón al trabajo que realizan. Todos son embajadores de un proyecto común y todos confluyen en un mismo espíritu empresarial.

6.2. Comunicación no verbal

En lo que respecta a la comunicación no verbal voy a realizar un análisis de la distribución del espacio y su importancia dentro de la redacción.

Dentro del tema que se está analizando, el análisis de la comunicación interna en la serie *The Newsroom*, cabe destacar un apartado que a mi parecer es digno de una atención especial. Es el de la distribución del espacio, cómo se conforma la redacción y su relevancia.

La distribución y el espacio se refieren a la disposición no solo de los puestos de trabajo sino de todos los despachos que conforman la redacción. Es importante tanto para el desarrollo de la comunicación interna como de cara a la filosofía de la empresa y la cultura corporativa de la misma ya que están interrelacionados ambos términos y la manera en la que se organizan de puertas para adentro condiciona la manera en la que se comunican en la organización.



En primer lugar, voy a analizar el primer espacio que nos encontramos en *Noticias Noche* y el más grande. **Se trata de la redacción.** Se ha escogido un plano medio para realizar el análisis. Comienzo por decir que la distribución del espacio es crucial a la hora de comunicarse en cualquier

organización y más aún en esta ya que se trata de una redacción de noticias.

La razón por la que es importante el análisis del espacio en este

trabajo de investigación es debido a que se trata de un espacio en el que la inmediatez y la comunicación es importante ya que la materia prima de *The newsroom* son las noticias.

La distribución del espacio en esta organización esta específicamente diseñada para servir a un objetivo, la eficacia informativa.

En la fotografía se puede observar que se trata de mesas con poco espacio entre ellas y que en cada mesa de trabajo hay unas 5-6 personas que no solo se comunican mediante palabra sino que están interconectados por una red informática de ordenadores.

Se trata en este caso de un empleo efectivo del espacio del espacio en el que se encuentran los periodistas según su necesidad comunicativa. Dado que esa necesidad es primordial hay poco espacio entre ellas. **Se produce tanto una comunicación oral como escrita (mediante la red informática).**

Al disminuir las distancias en los puestos de trabajo no solo se produce una comunicación más inmediata (como se puede observar en la serie) sino que también se produce una disminución de costos. No se trata de solo costos económicos sino el más importante es el de tiempo que es el material principal con el que se trabaja en la redacción.

En el esquema se indica que hay una comunicación abierta e ininterrumpida entre todos los espacios de la misma. Es un espacio abierto en el que prima la espontaneidad y la rapidez en la comunicación y por ello las mesas se sitúan en medio y están rodeadas por los despachos. Los despachos están configurados, como he apuntado anteriormente, por cristal y se pueden comunicar entre ellos. También la configuración de la propia redacción facilita la comunicación entre las mesas y las mesas con los despachos.



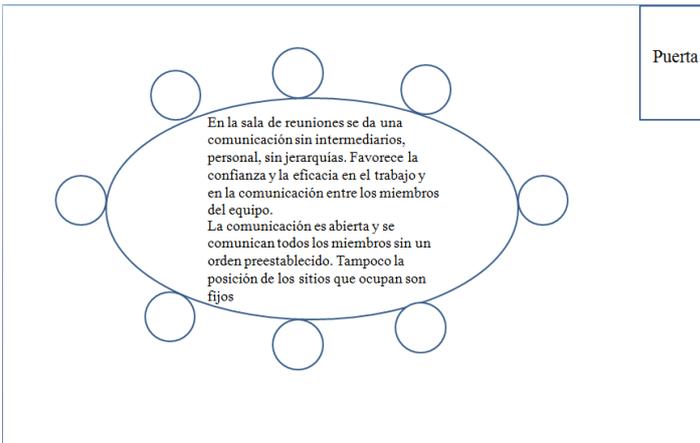
El segundo espacio a analizar es el de **la sala de reuniones**. Como se ha señalado unas líneas más arriba, la redacción cambia su configuración a la vuelta de Will McAvoy. Su equipo ha cambiado y con él,

la mentalidad de hacer noticias. Da valor a un “nosotros”. **Ese nosotros se refiere al equipo que tiene en su redacción.**

Esta explicación es pertinente ya que uno de los espacios más importantes de la redacción es la sala de reuniones. A partir del cambio que se produce en el equipo, a la entrada de Mackenzie McHale y el resto de redactores e investigadores comienzan junto a Will McAvoy una rutina comunicativa distinta que se produce justamente en la sala de reuniones. Es un espacio en el que importan todos y cada uno de los que están ahí. Se

produce una comunicación horizontal y directa. Es una mesa alargada con una forma ovalada en la que todos los que están sentados a la mesa están a la misma altura y todos establecen un contacto visual con el resto de compañeros.

En la muestra fotográfica que se ha seleccionado para analizar el espacio de la sala de reunión se puede observar que todos están sentados. Esto tiene un significado que trasciende del mero hecho de que todos están en una misma posición y es que la importancia reside en que cuando entran para redactar el noticiario todos están al mismo nivel. No existe una jerarquización sino que cada uno aporta su valor y está por encima un bien mayor que es el de realizar un periodismo de calidad. La jerarquía en cuanto a los puestos de trabajo está implícita. Hay un respeto inherente entre los miembros del equipo que no hace falta demostrar ni con el espacio ni con la posición en la que se encuentra cada uno dentro de la sala de reuniones.



Puerta

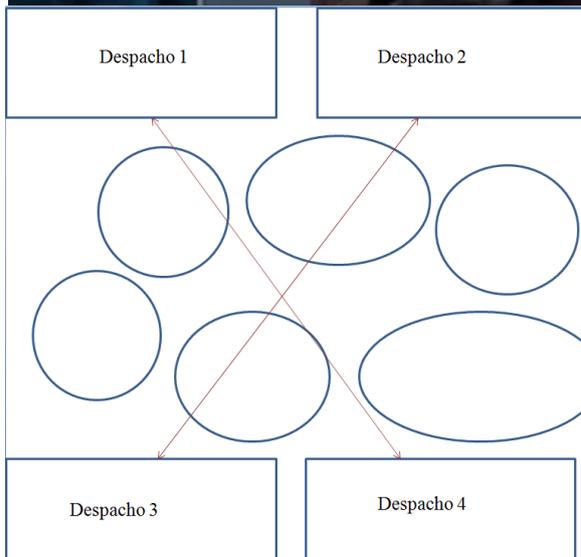
Dentro de la sala de reuniones es importante resaltar el hecho de que es de cristal. Que las salas sean de cristal muestra comunicativamente algo importante: **transparencia**. En esa redacción se cae en la cuenta de que una buena y efectiva comunicación no se puede llevar a cabo sin transparencia. Se puede observar en la serie cómo las

reuniones se pueden ver e incluso oír.

En la sala de reuniones se resaltan una serie de prioridades. Se comienza a determinar las historias que se van a cubrir y cuáles no y sus respectivas razones.



Dentro del análisis del espacio, es conveniente resaltar el hecho de que en la redacción es todo fácilmente accesible. Como se puede observar en la fotografía a ambos lados de la redacción hay despachos. A un lado se encuentra la sala de



El espacio es abierto. La única separación se da entre cristales. Se produce una comunicación entre despachos ininterrumpida que es lo que muestran las flechas. Se comunican entre despachos en todo momento ya sea verbalmente como visualmente.

reuniones y al otro, justo enfrente, el despacho de Will McAvoy.

Esta escena extraída de la primera temporada de la serie en cuestión la he seleccionado dada la importancia dentro del proceso comunicativo

interno de la organización. Se muestra de una manera gráfica que no solo los personajes que trabajan en la redacción están continuamente comunicados sino que la propia disposición del espacio contribuye a ello. En la sala de reuniones se encuentra Jim Harper (ayudante de la productora Mackenzy McHale) observando a Margaret Jordan que ha ido corriendo a informarle de un suceso a Will McAvoy. Como se puede observar, se establece una comunicación entre todos ellos. Están intercomunicados.

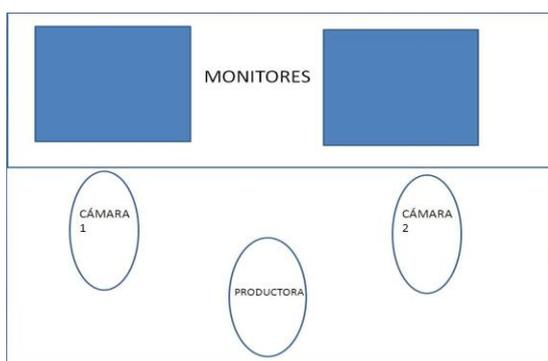
Se puede observar e incluso oír todo lo que está ocurriendo tanto en la sala de reuniones como en el despacho de Will McAvoy como en la propia redacción y todos ellos están alerta de una manera continua.

Otro de los espacios vitales tanto en la serie como en el aspecto comunicativo interno es la *sala de grabación*.



Este constituye un espacio destacado dentro de esta extensa reflexión. Por seguir un orden lógico, en la primera foto, se muestra el área de control de cámaras. En él se encuentran tanto los técnicos de sonido e imagen como Mackenzie McHale que es la productora y en muchas ocasiones está supervisando Charlie Skinner. La muestra fotográfica se ha tomado de un capítulo de la serie en la que Will

McAvoy está retransmitiendo un importante suceso para la población norteamericana. Mackenzie, su productora, se comunica con él continuamente a través de un auricular. No solo para poder controlar todas las actividades que se realizan durante el rodaje del programa sino para controlar las cámaras y lo que se dice.



Ella está pendiente también de lo que se dice fuera. El set de rodaje es el punto de encuentro entre el presentador, la productora y el exterior.

La comunicación dentro del set es crucial. Charlie Skinner es la voz interior de Will McAvoy, el periodista de la vieja escuela que guía y apoya a Will McAvoy en todo momento. Es un personaje que está en continuo contacto con Will McAvoy tanto

en el despacho como fuera de él.

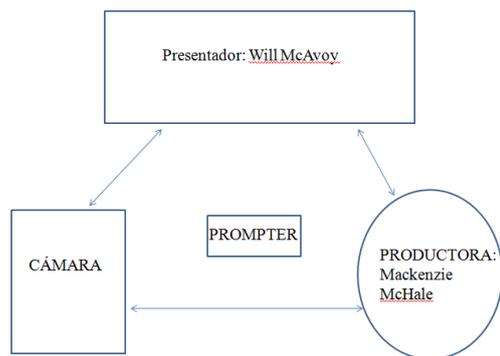


El último espacio a tener en cuenta dentro del análisis espacial es el **plató de televisión**.

Está totalmente integrado en la estructura de la redacción. Se sitúa enfrente de todas las

mesas de redacción. Enfrente de la sala de grabación y el plató se sitúan todas las mesas de los trabajadores de la misma y a los lados están tanto la sala de reuniones como los despachos de Mackenzie McHale y de Will McAvoy. Esta distribución espacial tiene una trascendencia comunicativa y es que a todos los espacios que conforman la redacción se les da la misma importancia.

Aunque en el plató de televisión sea donde concluye todo el trabajo cada noche, en términos espaciales tiene la misma relevancia que la sala de reuniones (donde se toman las decisiones), que los despachos del presentador y director del programa (Will McAvoy), que la productora (Mackenzie McHale) y el espacio del resto de los trabajadores y redactores.



No hay una jerarquización en cuanto a los espacios. Todos aportan lo mismo tanto en términos comunicativos como espaciales.

En el plató culmina todo el trabajo realizado de todo el equipo de *Noticias Noche*.

Por último, es importante resaltar que la única distinción que se hace a nivel espacial es la de los despachos de los altos cargos y de aquellas

personas que toman decisiones económicas en lo que a la cadena se refiere. Estos despachos que se sitúan en un piso superior son los de Charlie Skinner, Leona Lansing y Reese Lansing.

7. RELACIONES COMUNICATIVAS ENTRE LOS PERSONAJES. EL LIDER.

Este epígrafe estará por entero dedicado al análisis de las relaciones tanto personales como profesionales de los personajes y a la figura del líder dentro de la organización. Es importante destacar que la redacción está compuesta por personas y que ellos son los principales representantes de la organización. La comunicación entre ellos es decisiva a la hora tanto de definir el comportamiento de la misma y de marcar la forma en la que se comunican de cara al exterior.

Respecto a esto José Ignacio Bel Mallén apunta “Para que exista comunicación interna la cultura empresarial tiene que hacer lo posible creando una identidad propia donde la imagen interna y externa confluyan en un mismo modo de actuar y de ser de la empresa”⁸.

Esta identidad de la que se habla la forman los personajes que se van a analizar a continuación. A través de las relaciones profesionales e interpersonales se va creando un entramado de historias y una manera de comunicarse que es lo que hace que avance tanto la serie como la comunicación entre ellos. Es lo que hace que la organización

⁸ Bell Mallén, I. (2005). *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones*. Editorial Eunsa.

adquiera una personalidad y un modus operandi concreto que es lo que va marcando el ritmo de la serie y la forma en la que la audiencia les ve.

1. *Will McAvoy y Mackenzie McHale*

Son los personajes sobre los que recae el peso de la serie. Ambos presentan dos caras de una misma moneda. Esa moneda de la que hablamos es el periodismo de hechos. Un periodismo real basado en la calidad de las fuentes contrastadas. Ambos luchan por un noticiario de calidad pero suponen posiciones totalmente contrarias que hacen que la serie avance. Son el punto de equilibrio y el punto de desequilibrio.

Por una parte tenemos a Will McAvoy, un famoso presentador y estrella de *Noticias Noche*. Will McAvoy, defensor de un tipo de periodismo fresco, basando en los hechos noticiosos, que realmente importan y cree fervientemente en que la base de un gran país es una audiencia bien informada. A la vuelta de su abandono temporal del programa se encuentra no solo con su cambio personal sino con que su redacción ha cambiado. Lo más importante de su proceso de cambio es que el programa ha contratado como productora a su antigua pareja Mackenzie McHale.

Cuando la serie comienza se observa cómo la única preocupación de McAvoy son las audiencias. Su rutina de trabajo según llega a la oficina es revisar las audiencias del día anterior y en función de eso elegir unos contenidos u otros.

Aquí es donde entra en juego el papel de Mackenzie McHale. Periodista británica y expareja de Will McAvoy. Ella es el personaje que entra en juego y que fuerza a Will McAvoy a salir de su zona de confort. No solo en lo profesional sino también en el terreno personal.

Ella es quien toma la iniciativa para enseñar a Will McAvoy que no vale cómo se ha comportado hasta ahora en el plano personal ni en el profesional. Le lleva a enfrentarse en numerosas ocasiones con los jefes de la cadena.

Juntos quieren reconvertir el programa en el programa de referencia en el periodismo estadounidense.

La serie se ve continuamente afectada por las confrontaciones tanto profesionales como personales. Chocan en ambas situaciones. El positivismo y entusiasmo de Mackenzie McHale choca con la actitud escéptica y racional de Will McAvoy.

Ella es quien le empuja a ser mejor en todos los aspectos pero quien es la última persona sobre la que Will McAvoy se apoya es Charlie Skinner.

La relación entre los dos protagonistas supone una amalgama de sentimientos y deberes profesionales que se entremezclan en la sucesión de capítulos. Mackenzie McHale a través de su carácter lleva las riendas de la vida de Will McAvoy. Ella es quien le empuja a salir de su zona de confort y a enfrentarse a su vida tanto en lo profesional como en lo personal.

Will McAvoy se muestra reticente a tenerle a Mackenzie McHale como productora por la relación sentimental que tuvieron en un pasado que no acabó bien.

Ella es optimista y una buena profesional. Lo único que quiere es la redención de Will McAvoy y sacar lo mejor de él. Quiere que de un salto hacia la vida que le corresponde y que llegue a ser el periodista en el que ella cree.

Él, sin embargo, cree en ella y le acepta como productora por la simple razón de que confía en ella ciegamente aunque no lo diga con palabras. Ambos son un choque de emociones y una bomba sentimental que hace que tanto él como ella crezcan profesionalmente y mantienen viva la serie.

Mackenzie McHale es una reportera de guerra fuerte e independiente pero algo le hace volver al lado de Will McAvoy, siente el deseo irrefrenable de ayudarlo, siente, por causas del pasado, la responsabilidad de sacar de Will McAvoy todo su potencial.

Will: ¿Seguro que no quieres abrir con el vertido?

Mackenzie: Seguro, ¿querías hablarme de ese tema?

Will: No, creo que aquí la mayoría saben que hace tiempo que tú y yo estuvimos juntos

Mackenzie: Yo también lo creo

Will: No quiero que nadie sepa por qué ya no estamos juntos

Mackenzie: Claro

Will: O sea, nadie

Mackenzie: ¿Crees que yo voy a contarlo?

Will: A veces me cuesta saber lo que vas a hacer (irónicamente)

Mackenzie: No se lo contaré a nadie

Will: Tenemos que ser sinceros

Mackenzie: Y lo somos

Will: A nadie, nada

Mackenzie: Para que quede claro, quieres que se lo cuente a algunos pero no a todos

Will: Andando... Que conste en acta que yo quiero abrir con el vertido

En cuanto a lo afectivo o sentimental es importante decir que subyace a toda su relación profesional. Es decir, su relación afectiva está por encima de la profesional y la conduce. No hay una distinción entre categorías profesionales. Ella llega a la redacción sabiendo que ambos tuvieron una relación en el pasado que se rompió por su culpa. Mackenzie llega al equipo de Will McAvoy no solo para crear una redacción 2.0 sino para resolver la situación que tiene pendiente con él. En lo profesional ambos son racionales y buenos periodistas pero lo personal marca su relación. A pesar de haber tenido una relación en el pasado ninguno de los dos ha superado esa ruptura, existe una atracción por ambas partes que hace que los diálogos cobren vida y hace que no exista una distinción del ámbito profesional y el personal. La comunicación entre ambos se realiza sin intermediarios, directa y personal. Los diálogos entre ambos dos son rápidos, mordaces y sarcásticos.

2. Don Keefer y Maggie Jordan

Ambos personifican dos tipos de periodismo y de personalidad muy distintos. Son dos personajes que al igual que Will McAvoy y Mackenzie McHale son totalmente contrarias pero que mediante la sucesión de capítulos se nutren una a la otra y mediante

su confrontación dan vida a la redacción. Mediante los dos puntos de vista y las dos actitudes ante lo profesional y lo personal enseñan al espectador ambos puntos de vista y de actitud ante la vida.

Por una parte Don Keefer es arrogante, orgulloso y tiene una actitud patriarcal tanto en lo profesional como en lo personal con Maggie Jordan. Él se ha curtido con mejores periodistas y es bueno en lo que hace mientras que Maggie Jordan es carne de informativo. Nunca ha salido a cubrir un suceso peligroso y Don le achaca a Maggie Jordan su poca experiencia profesional.

Ella es inocente, tierna y trabajadora. Es una persona muy insegura y con poca capacidad resolutive ya que ante los problemas se empequeñece. No sabe cómo actuar.

En lo personal la situación resulta ser similar. Tienen enfrentamientos ya que Maggie Jordan es una persona enamoradiza e inocente que lo que quiere es tener una vida en común con Don Keefer. Él, por el contrario, adopta con ella un papel de padre y educador. Fuera de la redacción le enseña de la vida. Cómo tiene que actuar ante los problemas y dentro de la redacción quiere convertirle en una periodista de acción, dura y madura.

Ella se empeña en demostrar su valía tanto a sus jefes como a Don Keefer. Quiere demostrar que es una periodista de calidad y una persona valiente. Al igual que se ha señalado en el análisis de las relaciones de la pareja anterior, esta también está marcada por la relación sentimental que tienen ambos. Al contrario que Mackenzie McHale y Will McAvoy, Margaret Jordan y a Don Keefer se esfuerzan por separar lo profesional de lo sentimental y en los diálogos se demuestra que quieren establecer un espacio y establecer una jerarquía de puestos de trabajo aunque no lo consiguen y hacen que toda la redacción esté pendiente de las discusiones entre ellos dos.

Se encuentran en una situación continua de ruptura-reconciliación que intenta subsanar Jim Harper (mano derecha de Mackenzie) tratando de apoyarla en lo profesional e intentando conquistarla a la vez.

Se produce así un triángulo amoroso que marca de forma decisiva los capítulos aunque el mayor peso lo tengan Will McAvoy y Mckenzie McHale.

3. *Leona y Reese Lansing*

Leona Lansing es la dueña del grupo mediático al que pertenece *Noticias Noche*. Reese Lansing es su hijo y presidente de ésta. Son la principal oposición interna en la redacción. La motivación de ambos personajes es puramente económica y de estatus social. Se dedican a defender exclusivamente a las audiencias y a la rentabilidad y beneficios que ofrece el programa. Madre e hijo ven el programa con ojos de oferta y demanda. Por esta razón suponen la principal amenaza y oposición de Will McAvoy y Mackenzie McHale. Éstos últimos tienen una visión diferente de la redacción. Un equipo, una familia que defiende los intereses del ciudadano estadounidense y que el deber de ellos es educar al público. Defienden una redacción 2.0 que es como llaman a la nueva forma de hacer las cosas. Mientras que la dueña del grupo y su hijo lo que quieren es estar en el top of mind de los ciudadanos norteamericanos.

Leona: Necesitan saber si Taylor Swift es feliz. Ofrezco un servicio público para miles de personas.

Charlie: Y te lo agradecen

Leona: ¿Qué te dije al día siguiente de la noche electoral?

Charlie: De amigo a amiga, yo dejaría de ir a por Will en los tabloides.

Leona: Te avisé de que dejara el tema del Tea Party o se crearía un contexto en el que su despido parecería muy razonable.

Tienen ambos una visión completamente financiera y por ello tienen continuos enfrentamientos con los trabajadores de la redacción. Tienen negocios no solo publicitarios en la cadena sino que mantienen relaciones económicas con el poder político del país. A ninguno de los dos personajes en cuestión les gusta la nueva dirección que ha tomado el programa y están continuamente amenazando al equipo de Will McAvoy con despedirles ya que para ellos tiene más peso la audiencia que el deber moral del programa.

Reese Lansing: Mackenzie no he visto nunca una imagen más concreta de por qué los espectadores se van a donde se van y porque. Decidiste no trabajar en la pública, decidiste no trabajar en la radio. Tienes una obligación con el share

Mackenzie McHale: No, tú tienes esta obligación. Tienes negocios con los anunciantes. Yo los tengo con los telespectadores.

Reese Lansing: Acabas de perder ese negocio. Eso es todo. Haced lo que queráis con la información.

Leona Lansing adoctrina a su hijo ya que cuando ella no esté él ocupará su puesto. A Leona le tienen respeto aunque no sigan sus directrices de convertir el programa en una plataforma de prensa rosa. Por el contrario, a Reese Lansing, no le toman en serio y él sabe que no es bien recibido entre sus compañeros cosa que le inquieta y molesta. A su madre le es igual la oposición de todos sus trabajadores ya que ella da más importancia a los negocios y el aspecto financiero de *Noticias Noche*.

4. Charlie Skinner y Will McAvoy

Ambos personajes son la mezcla perfecta entre corazón y cerebro. Por una parte, está Charlie Skinner que es el presidente de la ACN (cadena que emite *Noticias Noche*). Charlie Skinner es totalmente consciente de la genialidad que reside en Will McAvoy y por ello le apoya en todo momento. Por otra parte es su conciencia, quien le conoce y le dice lo que está bien y lo que está mal y su compañero de fatigas. Es su jefe sin la apariencia de un jefe serio y autoritario.

Por otra parte está Will McAvoy, periodista famoso y carismático, pero con mal humor, impulsivo y no se deja doblegar fácilmente. En la persona en la cual probablemente más confía es en Charlie Skinner. Ambos se defienden a capa y espada y forman el dúo perfecto en el terreno profesional y en el personal. Esta confianza existente entre ambos hace que se transmita en el equipo un ambiente de confianza aunque profesional.

Will: No lo sabía Charlie. No sabía que la gente no quería trabajar conmigo.

Charlie: ¿A caso te importa?

Will: No... ¡Pues claro que me importa, a todo el mundo le importaría! Pero sinceramente, no. Soy una buena persona y tengo datos que lo prueban así que posiblemente el problema no recaiga sobre mí.

Charlie: Te he contratado una nueva productora

Will: ¿Qué quieres decir?

Charlie: Que he contratado para ti una nueva productora

Will: ¿Que me has contratado a una nueva productora sin consultármelo?

Charlie: Ya la conoces

Ambos luchan por el mismo objetivo, convertir *Noticias Noche* en un programa de calidad periodística. Aunque la jerarquía de puestos de trabajo está implícita entre ellos dos, no hay comunicativamente ninguna distinción. Se tratan como amigos en todo momento. Se insultan, discuten y entre ambos se enfrentan a los restos de convertir el programa en una referencia periodística que no se rinde ante las audiencias. Charlie le protege, le enseña y le guía por el camino que hace que se desarrolle como persona y como profesional como he ejemplificado con el fragmento de este diálogo. Están en un restaurante que coincide con el momento en el que Will McAvoy vuelve. Charlie le comunica que las cosas van a cambiar empezando por su productora que resulta ser Mackenzie McHale, su ex novia.

En adición a todo lo analizado anterior creo pertinente dedicar una parte del análisis a la figura del líder tanto en la serie como su papel indiscutible en el desarrollo de la comunicación de una entidad.

Adentrándonos en el universo de *The Newsroom* podemos diferenciar muchos líderes como por ejemplo los líderes financieros de la cadena como puede ser Leona Lansing y su hijo, presidente de la misma; Reese Lansing. Pero el líder al que me quiero referir en este estado de análisis y el que más peso tiene tanto en la comunicación interna como en la serie es Will McAvoy.

El personaje de Will McAvoy (Jeff Daniels) tras su crisis nerviosa vuelve y se encuentra con un panorama distinto tanto de la redacción como de él mismo. Se produce un cambio en la manera de ejercer de líder. Antes de la crisis nerviosa era un líder que se comunicaba de una manera vertical, es decir, lo que decía él lo tenía que acatar el resto y no daba pie a la comunicación. Era egocéntrico y no transmitía a su equipo una filosofía y un *modus operandi* que fuera todo en un mismo cauce.

A lo largo de todo el análisis se ha dejado claro que para el buen funcionamiento de una organización es necesaria la comunicación. Al igual que es necesaria la comunicación también lo es el liderazgo a todos los niveles directivos. El liderazgo en la serie *The Newsroom* se encarna en Will McAvoy. Muchos creen que el concepto de liderazgo se apoya en una sola persona pero lo cierto es que resulta un concepto plural. El liderazgo traspasa las fronteras de lo informal y de lo establecido como se deja ver en la propia serie.

En toda organización la comunicación se da de una manera formal e informal y el líder tiene que comprender que estos dos términos no son opuestos sino que se alimentan y se complementan. Tanto el liderazgo como la propia organización tienen un mejor funcionamiento y es más efectivo cuando ambas estructuras coexisten. Esto tiene que comprenderlo el líder.

El rol del líder dentro de una organización y llevándolo al análisis en cuestión, Will McAvoy, después de dar paso a ese cambio en su manera de pensar y de hacer las cosas dentro de la redacción, trabaja por crear unos puentes de comunicación entre departamentos y diferentes esferas del programa de televisión. Él ha comprendido e interiorizado que el liderazgo y el éxito de una buena comunicación y gestión de *Noticias Noche* no reside en tener unos conocimientos más o menos amplios ni en un nivel más alto o más bajo de profesionalidad sino que lo que cuenta transmitir lo que sabe a sus trabajadores y colaboradores y saber escucharlos. Ha aprendido a lo largo de la serie, que un líder, “sabe mirar, con independencia, rigor y asepsia”⁹ que supone una virtud y capacidad de difícil cumplimiento en los líderes actuales. No solo para ellos, sino para todos los profesionales de la comunicación.

Mackencie: Te echaré la bronca cualquier día y cuando diga que cortes, tienes que cortar.

Reese te comió el coco y metiste en el programa a la gobernadora de un estado donde nadie ve nuestro programa

Will: No me lo puedo creer

Mackenzie: Si, la he cagado. La hemos jodido bien. Era un gran tema pero lo nuestro fue un error y lo tuyo miedo. Necesitas que la gente te quiera a ti y no a nuestro programa. Sé el líder Will. Danos la moral que debe tener el programa. Sé la integridad.

En definitiva, ser un buen líder (que es lo que Will McAvoy demuestra a lo largo de la serie) es no solo escuchar y saber comunicarse con el resto de la organización sino también es saber y tener interiorizado el estilo, los valores, la personalidad y la cultura de la empresa y saber transmitirlo y compartirlo con los embajadores de la misma, que son el resto de trabajadores de la redacción. Él muestra entereza y confianza, lo que favorece de manera decisiva la toma de decisiones conjunta.

8.CONCLUSIONES

1. La defensa de la ética, de la veracidad y de la calidad periodística.

-Will: Veo imágenes de una plataforma petrolífera hundiéndose en el océano, eso es buena televisión.

-Mac: Nosotros no hacemos buena televisión, damos noticias

Supone un relato con tinte quijotesco. Aaron Sorkin, a través de Will McAvoy, quiere reflejar y denunciar la situación actual del periodismo a través de un discurso narrativo

⁹ Bell Mallén, I. (2005). *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones. liderazgo e influencia: el arte de la comunicación.* Pp.77. Editorial Eunsa.

y, los distintos personajes encarnan los valores del periodismo que defiende Aaron Sorkin. Un periodismo veraz, basado en fuentes validas, hechos noticiosos en un contexto en el que solo se le da importancia a los aspectos más superfluos y frívolos como los índices de audiencia, los negocios con los accionistas de la cadena o los beneficios publicitarios que consigue el programa.

2. Se rompen todos los códigos, las relaciones de poder.

Todas las relaciones dentro de la organización se dan en una dirección horizontal.

Como se ha podido observar a lo largo de todo el análisis en varios aspectos, se puede observar que es una organización particular y más concretamente una redacción que se sale de lo normal.

A través de los distintos capítulos de la primera temporada que se ha escogido como muestra, en mi opinión, se rompen todos los códigos.

Las relaciones de poder están implícitas, no hay necesidad de demostrarlo a través códigos de vestimenta o tratamiento. Se ha demostrado mediante las relaciones personales de los distintos personajes, que toda la comunicación se produce de una manera horizontal. Esa relación horizontal, beneficia el sentimiento común de equipo, de pertenencia a una familia. Eso no solo beneficia personalmente y como organización sino que afecta positivamente en la eficiencia del trabajo. Se facilita el diálogo, el trabajo y la colaboración tanto personal como profesional.

3. Espacio abierto, proximidad.

La configuración del espacio es de transparencia.

Otra de las conclusiones que saco en claro a través del análisis de los capítulos de esta serie es que en la redacción de *The Newroom*, no se producen separaciones espaciales. Las únicas barreras entre despachos son de cristal y son precisamente traslúcidas para que en todo momento se pueda ver y escuchar lo que se está haciendo en todo momento.

Se muestra cómo una redacción con espacios abiertos, con confianza y proximidad entre los miembros de un mismo equipo favorece la salud de la misma redacción.

4. Comunicaciones afectivas.

Quedan muy de manifiesto y subyacen toda la trama.

Las características personales de cada miembro de Noticias Noche, su carácter, el tono afectivo y sus relaciones son las que cobran protagonismo en la serie.

La serie es el resultado de una amalgama de sentimientos, de temperamentos y de vínculos que tienen entre los personajes.

5. Resolución de los momentos de crisis

Respecto a los momentos de crisis y su resolución es importante decir que sigue la misma pauta que la personalidad de la propia organización. Al escaparse de lo común tanto en jerarquías como en la propia comunicación interna, la redacción del programa informativo *Noticias Noche* carece de manual de situación de crisis. Lo normal es que

en toda organización se den una serie de pautas para saber cómo actuar ante una situación de imprevisto, en esta organización no se da así.

El nuevo equipo de Will McAvoy nació en crisis, es decir, desde un principio la redacción se encontró con una situación adversa tanto interna como externamente. Es por ello que la manera que tienen de resolver las situaciones anómalas o de crisis son estando comunicados en todo momento. No dejan espacio a la reflexión ni a la calma, simplemente actúan.

No se comunican mediante intranet, ni recurren a ningún manual de crisis. Se llaman, se comunican y se organizan. Esta es la manera en la que ellos resuelven sus crisis. Aunque esta forma escapa de lo común y puede, muchas veces, no funcionar, es la forma que ellos sienten la organización y es la forma en la que resuelven sus problemas. Más que una organización afrontan las crisis como si fuera una estructura familiar. Se informa del problema por teléfono, SMS, mail o verbalmente. Todos se informan del estado de la cuestión. Se reparten tareas para resolver ese problema (cada uno a lo que mejor se le da), se reúnen para seguir una pauta y lo intentan resolver. Ellos marcan su manual de crisis diferente en cada situación.

6. Crítica a la interpretación de los media exclusivamente como fuente de negocio

La serie aborda y encarna las buenas prácticas periodísticas y televisivas. No solo critica la situación de los medios de comunicación en la actualidad sino que defiende el canon del periodismo tradicional. A través de los capítulos en los que se desarrolla la serie él (Aaron Sorkin) pretende dar solución a un problema que viene de años atrás como son la espectacularización de las noticias y de los sucesos, la frivolidad de tratamiento de temas complejos y la preocupación excesiva por las audiencias.

7. Importancia de la incidencia política en la elaboración de la información

La serie refleja como la redacción se encuentra en una situación en la que no solo depende de audiencias o de la financiación publicitaria. También saca a relucir un problema que es poco hablado y es un problema con el que se encuentran muchas cadenas televisivas. Ese problema es el de encontrarse bajo el yugo de las intenciones de los distintos partidos políticos y sus intenciones. *The Newsroom* se muestra como denuncia, solución e independencia de cualquier poder político o económico.

8. Transformación del trabajo en el nuevo periodismo

Se impone la rapidez y la necesidad de manejar muchas fuentes al mismo tiempo teniendo que asegurar una fiabilidad de la noticia y una validez de las fuentes. Hay una sobreabundancia de información que hace que los periodistas tengan que trabajar a un ritmo frenético. Ese ritmo se manifiesta a través de los diferentes capítulos. Emplean una serie de recursos para aportar dramatismo

y rapidez como son los diálogos, los rápidos movimientos de cámara y el empleo de modos de transmisión que permitan esa rapidez como son el uso de mensajería instantánea, mail y teléfono móvil.

BIBLIOGRAFÍA

LIBROS

- Bell Mallén, I. (2005). Comunicar para crear valor. Evolución de las teorías de la motivación y la comunicación en la empresa. Pp. 97-98. Eunsa
- Bell Mallén, I. (2005). *Comunicar para crear valor. La dirección de comunicación en las organizaciones.* liderazgo e influencia: el arte de la comunicación. Pp.77. Eunsa.
- Domínguez Caldevilla, David. (¿). *La cara interna de la comunicación en la empresa.* Madrid. Visión Libros.
- García Jiménez, Jesús. (1998). *La comunicación interna.* Madrid. Díaz de Santos.
- J.E. Grunig. T. Hunt. (2003). *Dirección de relaciones públicas.* España. Grupo Planeta.
- Lucas Marín, Antonio. (1997). *La comunicación en la empresa y en las organizaciones.* Barcelona. Bosch.
- Málaga Vértice. (2008). *Comunicación Interna .* Málaga, España: Vértice .
- Mingolarra, J.A., (2012). Apuntes de la teoría de la comunicación.
- Rodríguez Fernández, Andrés. Díaz Bretones, Francisco J. (2004). *Psicología de las organizaciones.* Barcelona. UOC.

INTERNET

- Amadio, Ariel. (2013). Ruido, redundancia y Feedback. (PDF File).Recuperado de: <http://ariel-amadio.com/docencia/wp-content/uploads/2013/08/4-Ruido-Redundancia-y-feedback.pdf>
- Castro, Benito. (2007). El auge de la comunicación corporativa. (Archivo PDF). Sevilla, España. Comucor. Recuperado de: <http://ghdo.net/pdf/libro-comunicacion-corporativa.pdf>
- Dr. Paul Capriotti. (1999). *COMUNICACIÓN CORPORATIVA. Una estrategia de éxito a corto plazo.* Recuperado de http://www.bidireccional.net/Blog/Comunicacion_Corporativa_1.pdf
- Home Box Office. *The Newsroom: About.* Home Box Office (HBO). Recuperado de: <http://www.hbo.com/the-newsroom/about/index.html>

- Jot Down. Contemporary culture mag. (2014). *¿Por que vivimos en la edad de oro de las series?* Recuperado de <http://www.jotdown.es/2014/09/por-que-vivimos-una-edad-de-oro-de-las-series/>
- LEVIS, Diego. (2007). *La comunicación en la empresa: Apuntes básicos.* Recuperado de <http://diegolevis.com.ar/secciones/Articulos/interna.pdf>
- Lorenzo Mejino . (2015). *The Newsroom: La controversia en el periodismo televisivo está servida.* 1/01/2015, de Diario Vasco. Recuperado de: <http://blogs.diariovasco.com/series-gourmets/2012/12/12/the-newsroom-la-controversia-en-el-periodismo-televisivo-esta-servida/>
- Natxo López. (2014). *Análisis de series: El piloto de "The Newsroom" (II).* 5/10/2015, de Bloguionistas. Recuperado de: <https://bloguionistas.wordpress.com/2012/10/05/analisis-de-series-el-piloto-de-the-newsroom-ii/>
- Pablo Gutierrez. (2013). *Crítica Serie: THE NEWSROOM, Primera Temporada (HBO).* 15/5/2013, de Ktarsis. Recuperado de: <http://ktarsis.es/product-review/critica-serie-the-newsroom-primera-temporada-hbo/>
- Villarán López, Miriam. (2014-2015). *THE NEWSROOM: Lecciones de ética periodística en la ficción. Las fuentes y el secreto profesional.* Sevilla, España. Recuperado de: <https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/29329/TFG%20Miriam%20L%C3%B3pez%20Villar%C3%A1n.pdf?sequence=1&isAllowed=y>