



Méndez Muros, Sandra (2016): *Un acercamiento a la Producción Periodística*. Almería, Círculo Rojo, 110 páginas.

José Manuel Gómez y Méndez¹

Sobre Producción Periodística existen pocos volúmenes editados que nos aporten, con riguridad, análisis y sean guías de esta parcela del quehacer periodístico; como destacados tenemos las obras de los profesores Manel López y J. L. Manfredi Mayoral; ahora habría que sumar el de la profesora Sandra Méndez Muros que es todo un manual para la materia docente que está incluida en distintos planes de estudios de diferentes Facultades españolas de Comunicación o Ciencias de la Información y que el propio subtítulo ya encauza: “Cómo elaborar un Plan de Producción”.

Antes de avanzar –de cara a todo lector sagaz–, he de aclarar que nada tengo que ver familiarmente con la autora del libro; tan solo la pura coincidencia del apellido; queda despejado que cuanto exprese o diga en este comentario a la edición fuese intencionado en intereses de sangre... Y dichas esas frases, patenticemos que nos encontramos ante un libro que supone toda una aportación para los estudiantes de Periodismo que cursen “Producció, expressió i disseny en Premsa” y “Producció i expressió audiovisual” (ambas disciplinas en la Autónoma de Barcelona); “Producción Periodística” (en Sevilla); “Dirección y Gestión de las Empresas Periodísticas” (Complutense); “Dirección y Gestión de Empresas Informativas” y “Gestión de Productos y Proyectos de Comunicación” (en la Pompeu Fabra); “Empresa de Comunicación” y “Planificación de Medios” (Navarra); “Gestión de la empresa informativa (Organización y Producción informativas)” (Santiago de Compostela); todas asignaturas en el Grado de Periodismo, en el Estado español, que se encuentran en sus Planes de Formación desde la renovación a las planificaciones docentes efectuadas desde la década de los noventa del siglo XX sobre las entonces Licenciaturas y ya posteriores a las titulaciones de cuatro cursos actuales, por no entrar en la de Facultades en otros países y sobre todo latinoamericanos.

Desde siempre el orbe periodístico fue una empresa que tuvo un producto que se llamó periódico; sin embargo hablar de Periodismo se centró más en el contenido o en el continente que en la cadena de Producción que ha de seguirse para llegar al receptor del mensaje sea cual sea el canal de transmisión. No

¹ Universidad de Sevilla
E-mail: expertoper@us.es

tendríamos nada en los quioscos, no recibiríamos ningún sonido radiofónico, ni veríamos imágenes televisivas y no habría navegación internáutica si no se contase con una dinámica de producción para que se genere un proceso comunicativo y sea realidad la trilogía desde el emisor al receptor pasando por el soporte transmisor... Ya precisa la autora: “No es mi cometido profundizar en áreas de la Empresa Periodística, la Tecnología, la Redacción o el Marketing, sino la de mostrar la conjugación de todos estos elementos en la medida en la que intervienen en el proceso. [...] Se ponen en práctica aptitudes de organización, planificación, capacidad crítica, generación de ideas críticas y, sobre todo, una constante toma de decisiones que condicionan al resto de componentes”.

A través de las páginas de este libro queda patente la sistemática de proceder desde la creación de los primeros pasos para producir un Medio hasta la puesta en un punto de venta si es papel impreso, escucha si fuese radio, visión televisiva o lectura cibernética..., pasando por la lluvia inicial de ideas, el dominio del soporte, la vivificación del contenido, recursos dinerarios, dinámica publicitaria, demarcación geográfica de destino contando con “procedimientos administrativos y el marco legal”.

Se aplica al Periodismo disciplinas de otras áreas de Conocimiento que eran necesarias, desde hace décadas, ubicarlas definitivamente en su desarrollo en tiempos actuales como son el campo de sondeos de mercado y estudios de difusión tan considerados por la Publicidad, dejando el quehacer del llamado Marketing empresarial para pasar a ser una demarcación dentro de la Periodística como es la Producción. Si hasta ahora hemos tenido la Redacción, la Tecnología, la Historia, la Estructura como parcelas ya específicas dentro del Periodismo, dándoseles rango de Ciencia desde los iniciales estudios de la Escuela de la Universidad de Columbia (Nueva York), se hacía necesario vertebrar la Producción Periodística como disciplina en la formación del devenir. Un sendero que en su estudio científico, con rigor y metodología, se ha ido andando y se consolida en el presente.

Cuando nos adentramos en la lectura de las páginas de esta edición, no solo nos lleva a los Medios tradicionales, sino nos planta en la realidad cibernética con los emergentes canales que sin ser productos consolidados periodísticamente, sí nos ofrecen pautas para la rutinas del día a día y análisis de formato con su política comercial de cara a resultados en la cuenta de explotación empresarial y por consiguiente positividad anual en el Medio... Al llegarse a la última línea, el lector se siente satisfecho de conocer un poco más allá del mensaje, percibiendo que existe una constante productiva del Medio llevada desde la selección, elaboración y gestión empresarial del mismo para el uso ciudadano.