



TÉCNICAS DE
**PERIODISMO
ESCRITO**

TINS

UNIVERSIDAD TECNOLÓGICA DEL PERÚ

Vicerrectorado de Investigación

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

TINS

CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

TEXTOS DE INSTRUCCIÓN (TINS) / UTP

Lima – Perú

© TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

Desarrollo y Edición : Vicerrectorado de Investigación

Elaboración del TINS : Lic. Mario Andrés Urquizo Vásquez

Diseño y Diagramación : • Julia Saldaña Balandra
• Gina Jove Martel

Soporte académico : Instituto de Investigación

Producción : Imprenta Grupo IDAT

Queda prohibida cualquier forma de reproducción, venta, comunicación pública y transformación de esta obra.

“El presente material contiene una compilación de contenidos de obras sobre Técnicas de Periodismo publicadas lícitamente, resúmenes de los temas a cargo del profesor; constituye un material auxiliar de enseñanza para ser empleado en el desarrollo de las clases en nuestra institución.

Éste material es de uso exclusivo de los alumnos y docentes de la Universidad Tecnológica del Perú, preparado para fines didácticos en aplicación del Artículo 41 inc. C y el Art. 43 inc. A., del Decreto Legislativo 822, Ley sobre Derechos de Autor”.

PRESENTACIÓN

El presente texto para la Asignatura de Técnicas de Periodismo Escrito I contiene los principales aspectos del periodismo informativo, partiendo de la conceptualización de la noticia en torno al hecho noticioso como materia prima del quehacer periodístico, encuadrado dentro los diferentes géneros periodísticos y elaborado en el estilo de redacción periodística con el uso correcto de la gramática y la semántica.

La estructura del texto presenta tres elementos fundamentales del género informativo: La nota informativa, la crónica y la entrevista, con hincapié de la nota de prensa y la conferencia de prensa; aspectos elementales del periodismo organizacional.

El material de aprendizaje, que nos ocupa, ha sido preparado con la prolijidad del caso, mediante una cuidadosa recolección de temas relacionados con el syllabus de la Asignatura de Técnicas de Periodismo, por el profesor Mario Andrés Urquiza Vázquez; en base a contenidos de la fuente bibliográfica correspondiente, para la carrera de Ciencias de la Comunicación, y presenta la siguiente Temática:

El periodismo no es una práctica empírica, se basa en procesos científicos que nacen a partir de un concepto preciso. La lectura se centra en el periodismo de precisión y plantea la necesidad de contar con datos verdaderos y verificables para ejercer la profesión

Diferenciar entre géneros y especies periodísticas es el ejercicio más importante que se debe practicar para poder diferenciar las múltiples maneras de redactar. El periodismo ofrece un amplio abanico de especies, desde los más objetivos hasta los más opinativos.

“Para escribir bien, hay que leer bien”. Escribir no es complicado, pero es necesario tener cuidado en las reglas elementales de la composición de textos. Por ello, entender un texto y darle sentido es la garantía de una buena redacción.

“**El Manual de Estilo**” es elemental porque diferencia la redacción periodística de otras formas de redactar y además permite que los jóvenes periodistas sobretodo, aprendan a reconocer errores y superarlos.

La noticia es la materia prima del quehacer periodístico por ello es importante saber reconocerla y valorarla para que un simple hecho sucedido en cualquier parte del país o del mundo cobre el peso suficiente como para formar parte de un noticiario.

El contacto con las fuentes es fundamental para la profesión, saber reconocerlas, tratarlas, y darles la credibilidad pertinente son el resultado no de el “buen olfato” periodístico sino del riguroso cuidado del periodista al entrar en contacto con las fuentes.

La Nota Informativa en este capítulo desmenuzamos y abordamos en profundidad la más simple y a la vez, más compleja especie periodística, la Nota Informativa. Diferenciando la entrada del cuerpo.

La nota de prensa y la conferencia de prensa, como parte del periodismo informativo, son herramientas con las se busca lograr una comunicación más fluida entre los medios de comunicación y las entidades públicas o privadas que requieren entregar a públicos masivos información que ellos consideran relevante.

La crónica es considerada por muchos como una especie híbrida entre el periodismo informativo y el de opinión. En este capítulo nos dedicamos a ver la crónica desde el aspecto informativo. Lo que en el argot periodístico denominamos croniquilla.

La entrevista informativa tiene rasgos muy particulares que además de generar noticia, aportan un espacio interesante al quehacer profesional. Prueba de ello es el homenaje a un extraordinario reportero, el periodista Ryszard Kapuscinski, recientemente desaparecido.

ÍNDICE

CAPÍTULO I	13
EL PERIODISMO CONCEPTOS Y TOPOLOGÍA.....	13
EL PERIODISMO Y LA TRADICIÓN CIENTÍFICA	16
EL LUGAR DONDE LA PRACTICA SE CONVIERTE EN TEORÍA.....	18
MÁS ALLÁ DE LA OBJETIVIDAD	19
EL PERIODISMO COMO CIENCIA	20
LA PROCEDENCIA DE LAS TEORÍAS.....	34
EL CASO DE LOS DISTURBIOS DE DETROIT.....	34
CAPÍTULO II	37
LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS.....	37
DEFINICIÓN DE LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS	39
LOS GÉNEROS INTERPRETATIVOS.....	44
CAPÍTULO III	47
EL PÁRRAFO COMO UNIDAD DE PENSAMIENTO	47
COHERENCIA Y COHESIÓN.....	51
CONEXIÓN Y CONECTORES.....	54
CAPÍTULO IV	59
EL ESTILO PERIODÍSTICO	59
MANUAL DEL ESTILO.....	65
EL PUNTO.....	63
EL PUNTO Y LA COMA.....	63
LOS DOS PUNTOS	66
LAS COMILLAS.....	67
LA RAYA Y EL PARÉNTESIS.....	68
LOS CORCHETES.....	68
LOS ACENTOS	69
MAYÚSCULAS Y MINÚSCULAS.....	72
CAPÍTULO V	87
LA NOTICIA Y EL HECHO NOTICIOSO	87
LA NATURALEZA VARIABLE DE LO NOTICIOSO.....	91
CAPÍTULO VI	107

LAS FUENTES	107
MANEJO DE LAS FUENTES	111
CAPÍTULO VII	119
LA NOTA INFORMATIVA	119
CLASIFICACIÓN	121
LA ENTRADA	122
EL CUERPO	125
EL CUERPO DE LA NOTA INFORMATIVA	126
MECÁNICA REPORTERIL	131
REMATE CIRCULAR	138
PÁRRAFO DE CONTEXTO	140
PÁRRAFO DE APOYO	140
EL TIEMPO DE LA ACCIÓN	158
LA TÉCNICA NO ES UNA TRAMPA	164
EL CAPITAL SIMBÓLICO Y LA NARRACIÓN	165
CAPÍTULO VIII	173
LA NOTA DE PRENSA Y LA CONFERENCIA DE PRENSA	173
SERVICIOS DE DISTRIBUCIÓN DE NOTAS DE PRENSA	182
VENTAJAS SOBRE OTRAS FORMAS DE COMUNICACIÓN INFORMATIVA	183
CUANDO DEBE CONVOCARSE	184
TIPOS DE CONFERENCIAS DE PRENSA	185
ORGANIZACIÓN DE LA CONFERENCIA DE PRENSA	186
ACONDICIONAMIENTO DEL ESCENARIO Y DE LAS CIRCUNSTANCIAS DEL REGISTRO INFORMATIVOS	187
EL PRESUPUESTO	190
LA CELEBRACIÓN DE LA RUEDA DE PRENSA	190
LA CLAUSURA	193
ACCIONES INFORMATIVAS POSTERIORES	194
ASPECTOS ORGANIZATIVOS Y MEDIOS ASISTENTES	194
ANÁLISIS DE LA REPERCUSIÓN MEDIÁTICA (Y EFICACIA DE LOS MENSAJES)	195
CAPÍTULO IX	197
LA CRÓNICA PERIODÍSTICA	197
ESTRUCTURA DE LA CRÓNICA	198
CLASES DE CRÓNICA	200
EL TESTIMONIO	201
LA DESCRIPCIÓN	202
LA NARRACIÓN	204
LA CRÓNICA DE INTERÉS HUMANO	208

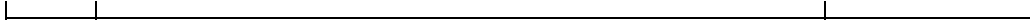
LA CRÓNICA DE INTERÉS SOCIAL.....	212
-----------------------------------	-----

CAPÍTULO X	215
-------------------------	-----

LA ARQUITECTURA DE LA ENTREVISTA JORGE HALPERÍN	215
EL VINCULO PERIODISTA ENTREVISTADO	217
UN ABORDAJE PRÁCTICO	219
TESTIGO DEL SIGLO XX.....	225
EN LA PIEL DEL REPORTERO	226
DE LA TECNOLOGÍA A LA PALABRA	227
CURSO PARA NAVEGANTES DE LA GLOBALIZACIÓN.....	228
EL PRECIO DE ESCRIBIR LIBROS.....	230
EL PESO DE LA PALABRA	230
UN CIUDADANO LLAMADO PERIODISTA.....	231
PERIODISTA PARA TODA LA VIDA	231
REPORTERO SIN IMAGINACIÓN	232

BIBLIOGRAFÍA	235
---------------------------	-----

Clase No.	Tema	Semana
1	EL PERIODISMO, CONCEPTOS Y TIPOLOGÍA	1
2	LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS.	2
3	EL PÁRRAFO COMO UNIDAD DE PENSAMIENTO	3
4	EL ESTILO PERIODÍSTICO	4
5	LA NOTICIA Y EL HECHO NOTICIOSO	5
6	FUENTES Y CUADRO DE COMISIONES	6
7	FUENTES Y CUADRO DE COMISIONES	7
8	TÉCNICAS DE REDACCIÓN DE NOTAS INFORMATIVAS	8
9	EL REMATE, LEAD	9
10	EXAMEN PARCIAL	10
11	EL CUERPO	11
12	TRAPECIO INVERTIDO FUNDAMENTOS	12
13	NOTA DE PRENSA. UTILIDAD (CONFERENCIA DE PRENSA)	13
14	NOTAS DE PRENSA Y RELACIÓN CON LOS MEDIOS	14
15	EL TESTIMONIO, LA DESCRIPCIÓN	15
16	CRÓNICA INFORMATIVA	16
17	ENTREVISTA	17
18	ENTREVISTA	18



EL PERIODISMO CONCEPTOS Y TIPOLOGÍA

Se ha dicho tanto del periodismo que resulta difícil pensar que un concepto podría definir lo que representa esta palabra que es vista desde distintas ópticas, desde los periodistas, desde el público, quienes ostentan el poder, quienes quieren llegar al poder, desde los aliados o desde los detractores; desde los teóricos hasta los empíricos. A pesar de ello, y con las consideraciones que requiere esta profesión, resulta necesaria una definición, o al menos, un conjunto de definiciones de algunos teóricos para lograr entender la verdadera dimensión del periodismo.

La Real Academia de la Lengua Española

Comencemos por la definición que hace la Real Academia de la Lengua Española: “1. Captación y tratamiento, escrito, oral, visual o gráfico, de la información en cualquiera de sus formas y variedades. 2. Estudios o carrera de periodista.” Captar y tratar información refiere una serie de actividades del quehacer periodístico, la investigación, la búsqueda, la pesquisa, la recolección de datos y el tratamiento de estos, su análisis, su interpretación, su valoración y su presentación escrita, oral, visual o gráfica. Por otro lado, la profesión de periodismo, carrera que en los últimos 50 años ha cobrado gran prestigio y que se ha convertido en una especial formación académica cuya misión principal es eliminar el empirismo y la falta de capacitación de muchos periodistas que en la práctica creyeron que todo lo que hacía falta para ser periodista era el amor por la verdad, el vigor físico y cierta gracia literaria.

Otros Conceptos

Pero, sigamos con otros conceptos, José Luís Martínez Albertos, el catedrático emérito de la Universidad Complutense de Madrid, sostiene que el periodismo es la información de actualidad que tiene como fin específico la difusión objetiva de los hechos a través de la información y la interpretación de los acontecimientos que son noticia.

Para Diógenes Vásquez Reyna, uno de los periodistas peruanos que más a tratado este tema, se trata de información de actualidad con lectura interesante y atractiva; el relato que atrae al lector por ,medio de textos cautivadores, mucho más comunicativos que expresivos. Por su parte, otro reconocido tratadista de la universidad complutense de Madrid, Félix Ortega dice que el periodismo es una especie de espejo donde se puede intentar entender lo que le pasa al ser humano en cualquier parte del mundo; es una manera de saber qué ocurre en lugares lejanos que no es posible visitar, en las ciudades que ni siquiera sabemos que existen; es, en últimas, la forma más práctica de conocer el mundo y lo que sucede con él.

Dándole una mirada más política y comprometida del periodismo, Fraser Bond, en su libro *Introducción al periodismo: estudio del cuarto poder en todas sus formas*, el periodismo, ya sea por medio del periódico impreso, de la radio o de la televisión, contribuye a la democracia manteniendo a la ciudadanía al tanto de los hechos. Refiere que la información es un recurso vital para habilitar a un público que funja como vigilante y que sea capaz, en última instancia, de hacer responsable al gobierno mediante su voto y participación. Un medio masivo de información hoy en día existe para: informar, interpretar, servir y divertir. Cuando Bond se refiere a servir significa que el medio sirve a la población para vigilar con espíritu crítico al gobierno y a los servicios públicos.

El maestro peruano Alejandro Miró Quesada Garland, en su libro "El periodismo", tras reconocer lo difícil que es concretar en una frase toda la amplia gama que tiene el periodismo sostiene que podría definirse como la profesión de informar y comentar periódicamente a través de un medio de comunicación, los sucesos y problemas que interesan a una sociedad. Es decir de informaciones y comentarios que tengan periodicidad, que se refieran a problemas no personales sino de interés general y que sean difundidos públicamente.

Para Gonzalo Martín Vivaldi, otro extraordinario teórico español el periodismo es un medio de comunicación social cuya misión fundamental es difundir entre los hombres información, orientación y pasatiempo en intervalos de tiempos determinados. Considera al periodismo desde tres vertientes distintas: Como ciencia orientadora de la

opinión pública; como arte de difusión de noticias, y como técnica especializada para el propio desarrollo y perfeccionamiento de la prensa.

Más allá de ello plantea que el buen periodismo es también literatura. Es un nuevo género literario que ha nacido en torno a la noticia, como núcleo esencial en torno al cual giran reportajes crónicas, artículos, entrevistas, semblanzas y hasta sueltos.



El Periodismo. El universo compilado para un lector universal

**LECTURA
EL PERIODISMO Y LA TRADICIÓN CIENTÍFICA**

El investigador norteamericano Philip Meyer en su libro Periodismo de precisión analiza el rol del periodismo en la sociedad y el rol de los periodistas quienes ayudados por la estadística, las matemáticas y la lógica logran convertir en ciencia esta disciplina que para muchos podría seguir siendo un oficio.

A continuación presentamos el capítulo 1 del referido libro.

Si quien empieza a leer esto es un periodista o tiene intención de llegar a serlo no debe olvidar lo siguiente: Se está elevando el listón de lo que se requiere para convertirse en periodista.

Hubo un tiempo en que todo lo que hacía falta era amor a la verdad, vigor físico y cierta gracia literaria. Todavía el periodista necesita esos recursos, pero ya han dejado de ser suficientes. El mundo se ha vuelto tan complicado, el incremento de información disponible tan ingente, que el periodista tiene que ser alguien que criba y no sólo que transmite, un organizador y no sólo un intérprete, así como alguien que reúne y hace accesibles los hechos. Además de saber cómo redactar informaciones de prensa o cómo contarlas en los medios audiovisuales, él o ella deben descubrir cómo introducirlas en la cabeza a su público. En otras palabras, el periodista ahora tiene que ser un administrador de datos acumulados, un procesador de datos y un analista de esos datos.

Todo lo anterior requiere adiestramiento. En los viejos tiempos existían fuertes reservas entre los círculos profesionales acerca de si el periodismo como disciplina de estudio comprendía algún cuerpo específico de conocimientos. Para dicha perspectiva el periodismo es sólo una manera de proceder, sin ninguna entidad sustancial autónoma (1). Cuando James Bryant Conant tuvo que pensar a qué destinaba una inesperada donación a Harvard "para mejorar los criterios estándares del periodismo", decidió establecer un plan de materias de cultura general para periodistas con formación universitaria de primer ciclo. "Conant consideraba que no existía la suficiente base de materias propias como para justificar la creación de una escuela de periodismo... dicha conclusión condujo a un programa de formación cuyo éxito nos reafirma en el deseo de no alterarlo", recuerda cincuenta años más tarde el Presidente de Harvard, Derek Bok (2).

En otras palabras, los planes de estudio de periodismo que ignoran al propio periodismo podían estar justificados hasta ahora. En la sociedad de la información las

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

necesidades son, en cambio, más complejas. Basta hojear cualquier revista de crítica a los medios, tan populares hoy día, para encontrar una larga letanía de reiteradas quejas sobre el periodismo actual:

No tiene en cuenta asuntos de trascendencia, depende demasiado de las notas de prensa, es fácilmente manipulable por políticos y grupos de presión y no llega a transmitir de una manera eficaz lo que de hecho conoce. Todas esas quejas están justificadas. Su origen no depende tanto de una falta de esfuerzo, talento o afán por la verdad, como los críticos insinúan, sino de una simple falta de aplicación práctica de la ciencia informativa -un cuerpo de conocimientos- a los desalentadores problemas de la cobertura de noticias en una época de sobrecarga o inflación informacional.

El Plan de Estudios Nieman de Harvard, que brinda a un grupo escogido de periodistas de formación intermedia un año académico para reparar cualquier deficiencia educativa que ellos perciban en su preparación, es aprovechado por algunos para ampliar su visión como generalistas. Pero cada vez hay más alumnos del programa que lo emplean en adaptarse a las nuevas demandas de mayor especialización. En un mundo en el que la cantidad de información se está duplicando cada cinco años (3) es preciso ser un especialista para entender-no digamos ya comunicar- buena parte de dicho material. El cuerpo de conocimientos periodísticos ha de incluir, por lo tanto, los siguientes elementos:

1. Cómo encontrar información.
2. Cómo valorarla y analizarla.
3. Cómo transmitirla de forma que traspase el batiburrillo de la sobrecarga informacional y llegue al público que la necesita y la desea.

En la medida en que los periodistas aprendan a realizar tales cosas estarán cumpliendo uno de los fundamentos de lo que constituye una profesión: El acceso a un cuerpo esotérico de conocimientos. Estamos aprendiendo, y el periodismo se transforma así en algo más profesionalizado, pero, como ocurre con todo cambio radical, el proceso es irregular y en una medida distinta en cada lugar.

EL LUGAR DONDE LA PRACTICA SE CONVIERTE EN TEORÍA.

En las escuelas de periodismo el concepto de periodismo de precisión -la aplicación de los métodos científicos de investigación social y psicosocial-, encontró un campo abonado. La fácil aceptación de este concepto en el mundo académico se debió en parte a su contribución a la ruptura del muro existente entre las facciones partidarias del "golpe de vista" y el trabajo de calle frente a las del "Chi-cuadrado". Demostraba la aplicabilidad de los métodos científicos de investigación social a los problemas reales más característicos de la elaboración de noticias en una sociedad crecientemente compleja. Producía unos resultados que, tanto los científicos como las gentes del oficio, podían aprovechar. Las herramientas del muestreo, el análisis por ordenador y la inferencia estadística ampliaron el tradicional poder del reportero sin variar la esencia de su misión: localizar hechos, comprenderlos y explicarlos sin pérdida de tiempo.

Dentro de la profesión, sin embargo, los obstáculos fueron mayores. El periodismo de precisión amenazaba a dos tradiciones gemelas: la pasividad y la inocencia periodísticas. La primera de estas tradiciones sostiene que los medios deben contar noticias, no crearlas. La utilización por los medios de sondeos de opinión pública ha sido criticada con el argumento de que los medios no deben realizar ellos mismos encuestas, sino esperar pasivamente a que otra gente las haga y entonces contarlos (4). Las encuestas de los medios también violan la regla de la inocencia. El periodista debe ser alguien que aplique una mirada espontánea a todo lo que le rodea, algo que ya no podrá hacer si llega lastrado por un conocimiento demasiado especializado. En 1967, el periodista Vermont Royster decía a los becarios del citado Programa Nieman que debían ser "profesionales amateurs". El caso extremo es el de un corresponsal en el extranjero a quien conocí en cierta ocasión, que se reía cuando yo le preguntaba si estaba aprendiendo el idioma del país al que había sido destinado. En su opinión no era necesario, e incluso podía ser contraproducente. Sus lectores tampoco conocían ese idioma y su cometido consistía únicamente en observar lo que ellos habrían percibido si estuvieran allí y narraran lo que veían. Si él aprendiera la lengua extranjera podría empezar a pensar como un extranjero y perdería contacto con sus lectores.

El problema de ser un periodista pasivo e inocente estriba en que, como le sucede a toda persona pasiva e inocente, uno puede muy fácilmente ser superado por la situación.

El argumento subyacente en buena parte de las críticas actuales al periodismo es que los medios son fácilmente dominados por los políticos poderosos y sus diestros equipos

de analistas que pretenden controlar la definición de lo que es noticia y lo que no lo es. Para defenderse de la manipulación los medios necesitan ser más autosuficientes y la mejor ruta para llegar a la autoafirmación es a través del conocimiento. Las encuestas realizadas por los medios proliferaron en los años 80 precisamente porque los directores dejaron de fiarse de los sondeos que los políticos pretendían facilitarles y, armados con sus propios datos, practicaron la autodefensa. Las encuestas, así, dejaron de ser un modo de crear noticias y pasaron a considerarse un instrumento de mejora del propio proceso de acopio de información, a condición, por supuesto, de que los periodistas controlaran el proceso completo, desde la concepción hasta la interpretación y análisis, pasando por el diseño de la investigación empírica. El periodista de precisión no contrata a un especialista en sondeos para crear un hecho noticiable; es el propio periodista quien se transforma en director de sondeos. Jim Norman del USA Today, Rich Morin del Washington Post y el ya fallecido I.A. (Bud) Lewis, del Los Ángeles Times, figuran entre los prototipos.

MÁS ALLÁ DE LA OBJETIVIDAD.

El modelo de periodista inocente y pasivo tenía al menos una virtud: proporcionaba cierta disciplina. Coincidió con la tradición de la objetividad, una tradición que mantenía alejado al periodista de la imposición a los lectores de su punto de vista personal. Pero el modelo de la objetividad fue diseñado para un mundo mucho más simple, donde los hechos desnudos podían hablar por sí mismos. La frustración por el inalcanzable ideal de la objetividad llevó a parte de los medios en los años sesenta a abrazar algo llamado "nuevo periodismo", que liberaba a los periodistas de los condicionamientos de la objetividad, al garantizarles la licencia artística de convertirse en narradores literarios. Jimmy Breslin y Tom Wolfe estuvieron entre los primeros practicantes con éxito y sus métodos funcionaron hasta un punto en que dejaron de ser periodistas. Las herramientas de la ficción literaria, incluyendo el detalle exquisito, el monólogo interior (lo que el personaje del que se informa estará pensando así como su comportamiento externo) y la estructura de la narración corta, con un personaje, un problema y un desenlace en un reducido espacio de palabras, podía generar productos periodísticos que eran un deleite de leer. Desgraciadamente, el proceso de obtención de datos presenta una dificultad extrema.

Hacer que la vida real se parezca a una novela corta obliga a ser extremadamente selectivo y requiere reunir un gran número de hechos sobre los que después seleccionar.

Las limitaciones del periodismo diario no permitirían este nivel de esfuerzo de manera cotidiana. Algunos practicantes del "nuevo periodismo" llegaron a añadir detalles por su cuenta con tal de someterse a las presiones de los plazos de entrega. Otros dejaron de hacer lo anterior, pero combinaban hechos aislados de diferentes situaciones para componer descripciones de la realidad que presentaban como si fueran casos reales (5).

A pesar de los problemas, la nueva no-ficción mantiene un interesante esfuerzo por afrontar la información compleja y encontrar un camino para comunicar la verdad esencial. Empuja al periodismo hacia la literatura. El problema es que el periodismo requiere disciplina y la disciplina artística puede que no sea el tipo de rigor requerido. Una solución mejor consiste en acercar el periodismo al método científico, incorporando los poderosos instrumentos de que la ciencia dispone, tanto para la recogida de datos como para el análisis, así como su búsqueda sistematizada de una verdad verificable.

Esta idea no es nueva. Walter Lippmann indicó hace setenta años que el periodismo depende de la disponibilidad de hechos objetivables. "A mayor número de lugares, por tanto, donde cualquier tipo de eventualidad pueda ser establecida, objetivada, medida o catalogada, mayor número de puntos habrá donde puedan producirse noticias" (6). El método científico ofrece una vía para producir situaciones objetivadas, medidas y catalogadas.

EL PERIODISMO COMO CIENCIA.

El lector periodístico podría pensar que los científicos pueden criticar tal esfuerzo por considerarlo una pretensión absurda por parte de los periodistas. No hay tal. La primera publicación de *Precisión Journalism* en 1973 fue posible gracias a una Fundación dedicada a apoyar las ciencias sociales. En 1989 el físico Lawrence Cranberg sostenía que "el periodismo en sí mismo es una ciencia, y...con una calificación apropiada, el periodista competente es un científico en ejercicio". Tanto los científicos como los periodistas -añadía- "avanzan hacia las mismas reglas y sirven a la común necesidad del género humano de conocimiento e interpretación colectivas" (7).

Sólo con que los periodistas admitieran tal responsabilidad compartida-seguía diciendo Cranberg-, se allanaría el camino para un mejor adiestramiento en métodos de investigación, una menor tolerancia para la superstición (la astrología era un asunto muerto hasta que los periódicos la reavivaron tras la Primera Guerra Mundial), y un compromiso con un orden social más racional y apaciguado. Los periodistas están tan embebidos por el ideal de la objetividad y la mentalidad abierta que cualquier defensa de objetivos sociales nos convierte de inmediato en gente incómoda, incluso cuando tales metas sean tan benéficas como la reducción de la superstición y la construcción de una sociedad más racional. En cualquier caso, la súplica a favor de instrumentos más potentes de investigación nos suena bien a los periodistas. La habilidad en la búsqueda de datos es, después de todo, la fuente del poder-que poseemos.

Asimismo, otro beneficio de la perspectiva científica en el periodismo no mencionado por Cranberg, tiene que encajar bien con la mayoría de nosotros: Las ciencias de la información están ahora lo suficientemente desarrolladas como para que podamos prestar la misma atención sistemática a la forma de los mensajes que preparamos, los modos más eficaces de componerlos y transmitirlos, así como al modo en que serán recibidos y comprendidos. Tal cuerpo de conocimientos nos permite descubrir cómo penetrar en la cabeza de los receptores y no sólo cómo hacer llegar mensajes a sus manos.

Temarios sobre los procesos y efectos de la comunicación de masas se han convertido en un contenido estándar de las mejores escuelas de periodismo, a partir de los años sesenta. Y a partir de los ochenta, los líderes de la industria periodística empiezan a ver la necesidad de abordar esos conocimientos básicos. James K. Batten, director ejecutivo de la corporación de medios Knight-Ridder contaba la historia de una supuesta joven promesa del periodismo que desperdició la posibilidad de un contrato en un prestigioso grupo periodístico cuando en la entrevista de contacto declaró desdeñosamente que él escribía para gustarse a sí mismo, no a los lectores.

"Durante años hemos estado contratando a gente como él y haciendo nuestros periódicos cada vez menos centrados en los procesos del lector", decía Batten, y añadía: "Es el momento de poner punto final a esto. Y nuestros aliados en las universidades y escuelas profesionales, encargados de educar a los periodistas jóvenes, deben comprender esta realidad, enviándonos gente deseosa de sintonizar con los lectores" (8).

El nuevo periodismo de precisión es periodismo científico (en Francia el término 'precisión journalism' ha sido traducido como 'le journalisme scientifique'). Ello supone tratar al periodismo como si fuera una ciencia, adoptando el método científico, la objetividad científica y los ideales científicos en el proceso completo de la comunicación de masas. Si acaso esto sonara como absurdamente pretencioso, recuérdese que la propia ciencia está restringida en sus logros y posibilidades y tiene sus propias sanciones contra la pretenciosidad. "Siempre quedan hechos ocultos y verdades que resultan escurridizas en todos los ámbitos de la indagación humana", ha escrito el físico Cranberg, y añade: "Lo que se necesita para descubrir hechos ocultos y obtener evidencias a partir de realidades escurridizas es una adiestrada determinación para alcanzarlas, se trata de una determinación que es igual de apropiada para el periodista adecuadamente instruido que para el físico correctamente formado".

Desde los años setenta el periodismo comenzó a moverse hacia una postura más científica debido en parte a dos procesos independientes. La creciente disponibilidad de ordenadores permitió el acceso de los periodistas a grandes conjuntos de datos, de una manera nunca antes factible.

En el aspecto comercial, el fracaso de las tiradas de los periódicos para mantener el ritmo de incremento experimentado por el número de hogares provocó que los editores prestaran una atención más sistemática a la estructura del mercado y a los factores que motivan a los lectores para gastar su tiempo y su dinero en los productos impresos. La noción de que un periódico es un producto y de que un lector es una criatura racional que sopesa el precio que paga por el producto, fue adquiriendo mayor predicamento. Y es así como las fuerzas del mercado fueron presionando al periodismo en su conjunto, y no sólo a unos cuantos participantes aislados, hacia una perspectiva más científica.

El progreso siempre tiene sus detractores y escépticos. Aún tan recientemente como en 1989, en un congreso de gentes de la prensa, dedicado a analizar las causas de la pérdida de lectores, el director de un periódico de una importante área urbana denunciaba públicamente la que, sin embargo, ya era la principal conclusión de dos décadas de estudios empíricos sobre el particular: Que la razón más frecuente para no leer el periódico es la falta de tiempo. "Yo no lo compro", dijo, argumentando que si los periódicos fueran más eficaces al proporcionar sus servicios más elementales, como llegar al lector a la hora adecuada, las cosas irían mejor (9).

El suyo no era un punto de vista aislado y se han escrito muchos informes de investigación tratando de explicar qué significa exactamente "no tener tiempo para leer". Christine Urban, en una comunicación ante la Asociación Americana de Editores de Periódicos, en 1986, tuvo la mejor respuesta. Lo que los lectores nos están diciendo, comentó ella, es esto: "Leed mis labios: No tengo tiempo de leer el periódico todos los días" (10). En el ajetreo de la era de la información, el coste en tiempo que supone extraer información de un relato periodístico ha de ser uno de los aspectos considerados durante la preparación del reportaje. La contribución del USA Today en los ochenta ha consistido en mostrar cómo un periódico puede presentarse como alguien que ayuda a ahorrar tiempo.

Logró esto diseñando y editando un periódico con tal cálculo y precisión que permite a sus lectores colmar su necesidad de vigilancia y exploración del mundo ante posibles riesgos y oportunidades personales, con una mínima dedicación de tiempo. Es la recopilación de datos -no su explicación- lo que requiere un proceso extenso -y costoso-.

¿QUÉ HACER CON LOS DATOS?.

Saber qué hacer con los datos es la esencia del periodismo de precisión. El problema puede desglosarse en dos fases: la fase de recepción, cuando los datos son recopilados y analizados, y la fase de emisión, cuando los datos están dispuestos para acceder a la mente del público.

Este libro versa fundamentalmente sobre la primera fase, pero las dos están tan entrelazadas que, en cierto grado, habrá que considerar también aquí los aspectos de la emisión.

El objetivo principal de lo que sigue consistirá en explicarle al lector cómo realizar con los datos las siguientes operaciones:

1. Recopilarlos. Tanto si el lector pretende o no emular a los científicos en sus métodos de recopilación de datos, sacará cierto provecho aprendiendo algunos de sus trucos. Siempre será valioso recordar, como una vez me dijo a mí el profesor H. Douglas Price, en Harvard, en la primavera de 1967, "que los datos no los trae la cigüeña".

2. Almacenarlos. Los periodistas de la vieja escuela almacenaban sus datos en montones de papel apilados sobre la mesa de trabajo, en los rincones de sus oficinas y, sólo los más organizados, en carpetas archivadoras. Los ordenadores son mejor que todo eso.
3. Recuperarlos. Los instrumentos del periodismo de precisión pueden ayudar a quien esto lea a recuperar los datos que uno mismo ha recopilado y clasificado, datos que otras personas han almacenado con objetivos semejantes a los del usuario, o datos que terceras personas almacenaron por razones completamente diferentes y sin ninguna relación con nuestros intereses de búsqueda. Incluso datos que se almacenaron sin la más remota idea de que un periodista o usuario público pudiera algún día interesarse por ellos podrán ser recuperados provechosamente.
4. Analizarlos. A menudo, el análisis periodístico consiste en la mera ordenación para encontrar y enumerar desviaciones sugestivas. Pero también puede implicar búsquedas de una acusación implícita, pautas que sugieran que fenómenos diferentes evolucionan conjuntamente por alguna razón interesante.
5. Resumirlos. En periodismo, la síntesis de los datos es una destreza tan importante como la recolección. Una buena información se define tanto por lo que se deja fuera como por lo que se incluye.
6. Comunicarlos. Un reportaje que no se lee o que no se entiende es un reportaje perdido. Uno puede hacer la elucubración filosófica de que, al igual que el sonido de un árbol que cae en medio del bosque, es como si no existiera.

MODELOS TEÓRICOS.

Una brumosa y solitaria mañana de primavera, habiendo salido a correr por una calle de mi ciudad, Chapel Hill (Carolina del Norte), al coronar una pequeña cuesta vi a cierta distancia una especie de figura amarillenta agazapada, de unos 50 cm. de altura. Parecía tensa, dispuesta a saltar, enseñando los dientes y como vigilando cualquier movimiento justo delante de mi camino. Cuando llegué algo más cerca y acerté a divisar con más claridad la temible figura, percibí de lo que en realidad se trataba: un vulgar poste de riego contra incendios. La imagen del perro había sido una pura invención de mi mente, que había creado un orden de signos y una interpretación de su propia cosecha para los datos ambiguos captados por mis ojos.

Los datos brutos nunca bastan por sí mismos. Para que sean útiles e inteligibles han de ser procesados, conceptualizados, integrados en algún tipo de esquema. Hay que insertar el dato material en algún marco de referencia mental que ayude a su interpretación y comprensibilidad. Esta obviedad se aplica por igual a los datos de la percepción cotidiana o a las hileras de números en un ordenador. Para discurrir sobre cualquiera de esos conjuntos hace falta una estructura perceptiva. Si uno mismo no aporta tal esquema de manera consciente, el propio inconsciente, tal vez con la misma ansiedad que un corredor en medio de un barrio plagado de propietarios de perros, puede aportar uno equivocado en su lugar.

Diferentes autores en diferentes campos han sugerido denominaciones diferentes para dichas estructuras de la percepción. Los psicólogos a veces les llaman "esquemas". También se les conoce como "constructos", "hipótesis", "expectativas", "principios organizativos", "marcos", "guiones", "planes", "prototipos" o incluso -como en el caso de alguna terminología de psicología-, "moléculas implicacionales" (11). Walter Lippmann, por su parte, les llamó "estereotipos" (12). Según este autor, "el modo en que nosotros vemos las cosas es, por lo general, una combinación de lo que realmente existe y de lo que nosotros esperamos encontrar.

Los cielos no son lo mismo para un astrónomo que para una pareja de enamorados...la bella chica de Tahití tiene una presencia mucho más adorable para su novio tahitiano que para los lectores del National Geographic" (13). Y si uno ve un perro o una boca de riego contraincendios, eso depende de lo que cada cual esperara encontrar.

En su forma más sofisticada o intelectual, el esquema, constructo o estereotipo pasa a ser un modelo teórico. Un modelo formal describe las partes de un proceso, ya sea natural o de creación humana, de manera que permita extraer conclusiones de dicha abstracción para ser observadas, comprobadas mediante experimentación o para ambas cosas. Sin embargo, en la mayoría de los casos nuestra utilización de modelos o constructos no es ni tan consciente ni sofisticada. Los empleamos porque forman parte de nuestro proceso mental sin más. Los datos cotidianos, al margen de cualquier modelo, requieren demasiado esfuerzo para ser procesados e interpretados en bruto. Nuestros sentidos se nutren demasiado de tales filtros.

LA COMPROBACIÓN DEL MODELO.

El problema con los modelos teóricos, tanto los de tipo cotidiano como los formalizados por la ciencia, es que tendemos a quedarnos bloqueados por ellos. Dos estudios sobre la credibilidad de los periódicos norteamericanos publicados en 1985 y 1986 ofrecen un buen ejemplo. Uno de ellos -al que por ahora llamaremos 'Estudio Y'-, mostraba que el 53% del público creía que los medios periodísticos favorecen una de las dos posturas enfrentadas cuando presentan noticias políticas o sociales controvertidas, mientras que sólo el 34% pensaba que los medios son equitativos con las dos partes. Reflejaba también que, por 73 a 21 por ciento, la mayoría opinaba que a menudo las organizaciones periodísticas invaden la privacidad de la gente.

El otro trabajo-'Estudio X'- interrogaba sobre los mismos asuntos utilizando una escala de puntuación de 1 a 5 y descubría que, por un margen de 52 a 10 por ciento, más gente calificaba a los periódicos de imparciales que de partidistas. Respecto al asunto de la privacidad, el público mostraba casi un empate en este estudio: Un 32% consideraba que los periódicos invaden la vida privada y un 30% pensaba que la respetan. Las dos investigaciones fueron realizadas con una diferencia de sólo seis meses, entre diciembre del 84 y mayo del 85.

Como cabía esperar, uno de los estudios fue presentado como una 'buena noticia', plena de optimismo sobre las actitudes de la gente acerca de los medios. El otro se tradujo en un reportaje empapado de pesimismo y negros presagios. Con todo, he aquí lo más sorprendente: El reportaje risueño fue escrito por quienes realizaron el estudio 'Y' -el que recogía las actitudes desfavorables-, mientras que el pesimista se basaba en las cifras del estudio 'X', el que descubría que la mayoría de la gente confía en los periódicos.

¿Se habían cruzado los cables en el ordenador? No. Los dos grupos de investigación habían estado trabajando bajo esquemas diferentes. El estudio 'X' había sido patrocinado por el 'comité para la credibilidad' de la Sociedad Norteamericana de Editores de Periódicos.

Su presidente, David Lawrence, pretendía usar el estudio como una terapia de choque para espolear a sus colegas y estimularlos a tomar medidas (14). El estudio 'Y' fue patrocinado por el grupo Times Mirror, que buscaba mayor visibilidad corporativa y una oportunidad de apuntarse alguna noticia destacada. Hallazgos de investigación "que choquen con la imagen convencional" es una buena manera de lograrlo (15).

Ambos grupos de investigadores pretendían contar la verdad, pero el que vieran un perro o una boca de riego dependía del esquema que hubieran adoptado en su análisis. Para el periodista habituado a la objetividad puede que el problema consista en tener que partir de algún mero estructural, sea el que sea. El ideal periodístico supone tener una mente abierta, entrar en una investigación como en una página en blanco, libre de cualquier prejuicio. Tener una hipótesis suena bastante como tener prejuicios. Tal postura, aunque bien intencionada, no es práctica. Nadie puede empezar a reflexionar sobre un problema sin tener algún tipo de marco teórico.

Todos tenemos alguno, tanto si somos conscientes de ello como si no. El proceso de la formulación de hipótesis en el método científico arrastra al marco de análisis hasta el nivel consciente, donde fría y objetivamente, puede ser evaluado.

Es cierto que existe cierto peligro de que la evaluación no sea todo lo fría y objetiva que debiera. Los dos estudios de prensa citados antes son una buena ilustración al respecto. Pero la solución a este problema no consiste en abandonar el proceso de formulación de hipótesis, sino en establecer y evaluar tales hipótesis de manera transparente, de forma que cualquier otro investigador pueda comprobar el trabajo realizado. Tanto los investigadores de Times Mirror como de la Asociación de Editores hicieron esto. No se cometió ningún daño duradero porque ambos equipos dejaron por escrito el rastro que describía su proceso, sus hallazgos y la ruta seguida por sus conclusiones. Mejor aún, prepararon sus datos de forma que fueran válidos para análisis secundarios por parte de otros especialistas. La publicación de sus resultados estimulaba el análisis y la discusión ulterior, como el siguiente paso en la comprensión de la relación peculiar entre los medios periodísticos y sus audiencias. Una de las características de la ciencia es que siempre está dispuesta a la comprobación y recomprobación. Esa es la primera lección a extraer del caso de los dos estudios sobre la credibilidad.

La segunda consiste en la importancia radical de una reflexión cuidadosa sobre la estructura teórica en la que nos basamos al abordar un problema y la importancia de apreciar las consecuencias derivadas de la elección de un modelo de perspectiva.

LA COMPROBACIÓN DE LA REALIDAD.

Una vez escogido un modelo, hay que someterse a él por un largo período. Un modelo que funciona correctamente para el objetivo previsto pronto se nos hace cómodo; como un zapato muy usado que sólo a regañadientes desecharíamos. Los modelos inadecuados, además de perder su utilidad, son la fuente de la superstición, de las visiones convencionales y de las mentalidades cerradas. Herbert Butterfield, el historiador de la ciencia moderna, ha comentado que la generación de modelos nuevos fue más importante para el surgimiento de la física moderna que la obtención de nuevos datos.

Para triunfar el científico necesita dominar "el arte de manejar el mismo amasijo de datos preexistentes, pero reagrupándolos en un nuevo sistema de relaciones internas que les proporcione una estructura diferente; eso virtualmente significa transplantarlos a una forma de pensar distinta a la conocida hasta el momento" (16). El método científico moderno estimula el hallazgo de nuevas formas de pensar al estimular la verificación constante de los viejos modelos y la búsqueda intelectual de otros mejores. Aristóteles, cuyo modelo cinético sostenía que un cuerpo en movimiento sólo mantendrá su trayectoria mientras algo le empuje, estaba equivocado. Y sin embargo su modelo dominó durante siglos, en buena parte porque la ciencia aún no estaba sometida a la crítica y la experimentación. (Otro obstáculo que entorpecía la evolución de los clásicos griegos y sus coetáneos era su radical separación entre filósofos y gente práctica. Producir realmente un experimento implica ensuciarse las manos. Tal desafección hacia cualquier otra cosa que vaya más allá del mero pensar persistió incluso hasta la época de Galileo, quien prefería "los experimentos mentales" a las cosas reales).

El método científico moderno capacita para una exigente comprobación de la realidad. Los periodistas también están interesados en la comprobación de dicha realidad. La principal diferencia -además de la prisa con la que obviamente han de trabajar los periodistas-, es que éstos se mantienen en una posición más pasiva.

En lugar de verificar la realidad con sus propias observaciones, deducciones y pruebas experimentales, se contentan habitualmente con realizar sus confirmaciones a partir de la consulta a diversos expertos con diferentes puntos de vista y diferentes intereses.

El punto débil de esta metodología es que el periodista carece de una certeza de criterio para calibrar las fuentes en conflicto y se ve forzado a utilizar el tradicional objetivismo, el cual implica la temeraria suposición de que todas las voces profesan un equivalente afán por la verdad. Aquel periodista que, por el contrario, adapte los instrumentos del método científico a su propia tarea, gozará de la posibilidad de realizar útiles evaluaciones con la mucha más potente objetividad de la ciencia.

De hecho, los periodistas comparten ya, a menudo sin saberlo, algunas de las cualidades de los científicos. Entre ellas las siguientes:

- 1. Escepticismo.** "Si tu madre te dice que te ama, verificalo". Este dicho proviene de los ambientes periodísticos, no de los científicos, pero se les puede aplicar a ambos por igual. Ni los periodistas ni los científicos se quedan satisfechos con lo que las fuentes autorizadas o la opinión popular califican de verdadero. La verdad es siempre provisional, siempre hay posibilidad de pulirla o de perfeccionarla.
- 2. Transparencia.** La palabra clave es 'comprobabilidad'. Un buen reportero documenta su búsqueda de la verdad mostrando en su reportaje un rastro que cualquier otro investigador podría seguir para llegar a las mismas conclusiones.
- 3. Instinto para la puesta en práctica.** Para comprobar un modelo el científico piensa, en primer lugar, en qué supuestos representa dicho modelo y hacia dónde le conducen. Luego busca una localización del mundo observable donde pueda medir las manifestaciones de dichos supuestos, de manera que pueda confirmar o refutar su modelo. Tal proceso de descubrimiento de elementos observables y medibles se denomina 'operacionalización'. Tanto los científicos como los periodistas de investigación dependen de él. La confirmación de una teoría consiste en su capacidad para predecir unos resultados en una medición práctica (u operacionalizada).
- 4. Sentido de la provisionalidad de la verdad.** De acuerdo con el debate clásico entre dogmatismo y relativismo, la ciencia se siente más cómoda con el relativismo.

Las verdades que ella descubre son bien recibidas cuando incrementan nuestro conocimiento o nuestra tecnología, pero siempre con la aceptación de que tales certezas podrían ser sustituidas en el futuro por otras más sólidas. Dicho concepto no resulta fácil para los periodistas, cuyo afán por la simplicidad y la seguridad les hace más vulnerables por el dogmatismo.

5. Austeridad. Si tenemos que elegir entre varias teorías alternativas, por lo general preferimos la más sencilla. La mejor teoría es- la que explica más en el menor espacio. La teoría copernicana sobre el universo prevaleció sobre el sistema anterior de Ptolomeo porque era más sencilla. A la hora de explicar el movimiento de los planetas, Ptolomeo proponía un sistema de 'epiciclos' en el que cada planeta se movía en órbitas autónomas que a su vez orbitaban alrededor de la tierra.

Cuando los instrumentos de observación mejoraron, los astrónomos detectaron movimientos que la teoría no podía explicar sin recurrir a más epiciclos dentro de los epiciclos ya establecidos. Poniendo en cambio el sol en el centro del sistema se eliminaba la necesidad de los epiciclos

IMPORTANCIA DE LA HUMILDAD.

Resulta irónico que la actual defensa periodística de la Primera Enmienda provenga a menudo de posiciones absolutistas. El pensamiento político del siglo XVIII subyacente a la Constitución Norteamericana, y en particular a la Primera Enmienda, se basaba en un rechazo del absolutismo. En los albores de la era científica parecía evidente la futilidad de prohibir cualquier creencia particular, dado que el constante surgimiento de nuevos datos o de nuevas interpretaciones de los datos conocidos desafiaba por sí solo a las viejas creencias. Por consiguiente resultaba razonable ser tolerante con las creencias heterodoxas e incluso protegerlas bajo el principio de la Ley Natural. La herejía de hoy podía convertirse en la sabiduría del mañana.

En consecuencia, a nadie le viene mal un poco de humildad, pero sobre todo a los científicos y los periodistas. El juez Oliver Wendell Holmes comentaba que lo que solemos asumir como verdades, más bien podríamos llamarlo "los irremediables":

"Cuando afirmo que algo es verdad, en realidad quiero decir que me resulta irremediable creérmelo...Pero... yo no puedo aventurarme a suponer que mis incapacidades en el terreno del pensamiento sean incapacidades universales. Por consiguiente, defino la verdad como el sistema de mis limitaciones y dejo la verdad absoluta para quienes se encuentren mejor equipados... La certidumbre no es la prueba de la certeza. Hemos estado presuntuosamente seguros de muchas evidencias que no eran tales" (17).

Esa modestia puede conceder al científico y al periodista cierta libertad. Uno no tendrá así que esperar a confirmar una verdad como cierta, absoluta e inexpugnable para atreverse a compartir su hallazgo. Si uno ha cometido un error pero ha explicado de forma transparente el proceso seguido, alguien más puede descubrirlo y comunicarlo, con lo que la causa de la verdad habrá avanzado otro paso.

El pluralismo democrático, que permite que la verdad emerja del contraste entre muchas voces, crea un clima propicio tanto para los científicos como para los periodistas.

Una de las ventajas que para el periodista supone la adopción de un modelo teórico consiste en que, tanto a él como a sus lectores, les centra sobre la esencia del asunto a tratar. Buena parte de la información sobre asuntos de interés general resulta abstrusa y complicada. El periodista que llega a ser un experto en el campo que cubre acaba perdiéndose con facilidad en detalles irrelevantes.

Mi primer trabajo de investigación como reportero trató sobre el despilfarro en la contratación de seguros contra incendios y huracanes en edificios escolares del condado de Dade, en Florida. Según el sistema entonces en vigor, el plan de seguros era supervisado por un apoderado cuya compensación consistía en un porcentaje de las primas contratadas. A mayor coste del seguro, más dinero que se embolsaba. Las discusiones mantenidas al respecto en los diferentes consejos escolares estaban plagadas de intrincados detalles y resultaban imposibles de seguir. Ante la frustración, el superintendente de las escuelas propuso a su Consejo la realización de un estudio valorado en 10.000 dólares para solventar las complejidades técnicas. Pero la petición fue sobreesída y quedó arrinconada por el momento.

Lo que se necesitaba para comprender la situación era un modelo que pudiera ser verificado en la práctica y el esquema que imaginé fue el típico caso de contraprestación de favores recíprocos, desarrollado conforme a las siguientes hipótesis:

1. Un seguro contratado que alimenta el propio provecho del encargado de la contratación tendría que resultar más caro que otros de mismo nivel de riesgo en los que no exista tal conflicto de intereses.
2. Si los miembros del Consejo aceptan tal coste adicional, sus componentes deberán recibir algo a cambio: por ejemplo, el poder de gratificar a sus amigos de algunas compañías de seguros.
3. Si están premiando a sus amigos, los miembros del Consejo deben también estar obteniendo algo a cambio.

Cada una de las anteriores proposiciones es bien simple. Para captarlas no se necesita un conocimiento exhaustivo del negocio de los seguros y sus regulaciones. Y cada una de ellas puede ser comprobada en la práctica.

La primera proposición fue verificada comparando los costes de seguros inmobiliarios de las escuelas del condado de Dade con los de las propiedades del Gobierno Metropolitano de Dade, una unidad administrativa diferenciada, dentro del mismo territorio. Los costes del Gobierno Metropolitano, en valores inmobiliarios equivalentes, eran un tercio del de los grupos escolares del condado. Además, la depreciación anual por antigüedad en el valor asegurado fue bastante más lenta en el caso de las escuelas que el estándar industrial existente. Por último, a lo largo de la prolongada vigencia del programa, el conjunto de las escuelas sólo recuperaron el 15% del dinero de primas en concepto de indemnizaciones.

Al preguntar directamente a los miembros de los consejos escolares y a los apoderados beneficiarios de los seguros se pudo verificar que el sistema tenía todas las características del clientelismo político.

Para mantener conformes con este sistema a los restantes agentes de seguros de la zona, los apoderados contratantes de los seguros escolares compartían con ellos un porcentaje de sus comisiones.

Por su parte, los miembros del consejo escolar decidían cómo distribuir tales beneficios. Sólo faltaba completar el círculo deductivo demostrando que los miembros del consejo escolar también conseguían algo a cambio.

El estado de Florida fue pionero en la legislación sobre transparencia de gastos electorales y cada contribución económica para la campaña de un candidato quedaba registrada en un archivo judicial. En el recibo de cada donación constaba el nombre del donante, el nombre del candidato beneficiario y la cantidad entregada. La confirmación de la tercera hipótesis requería una conexión entre los donantes y las compañías de seguros. Había 181 agencias participando en el programa de seguros de centros escolares.

A través de un directorio de empresas obtuve el nombre de sus ejecutivos y preparé un fichero de tarjetas con un nombre en cada tarjeta, ordenados luego alfabéticamente. A continuación cotejé cada nombre de las compañías de seguros con la relación de donantes electorales y...¡Bingo!: Los profesionales de los seguros resultaron ser importantes contribuyentes en las campañas de los cinco miembros de consejos escolares que se habían presentado a las últimas elecciones. El presidente del consejo escolar recibió un 65 % del total de sus ayudas de gente del mundo de los seguros. Otros dos miembros consiguieron más de la mitad de las suyas de las mismas fuentes.

El reportaje resultante, de tres capítulos, encabezó las páginas de Local (18). El consejo escolar reformó rápidamente el sistema y finalmente utilizó el dinero ahorrado para incrementar los sueldos de los maestros.

Un periodista que trabajara hoy en una investigación como ésta utilizaría, por supuesto, un ordenador en lugar de un conjunto de fichas de cartulina para cotejar los nombres. Pero los mecanismos son menos importantes que el concepto. Un modelo que le sitúa a uno ante los hechos relevantes y le sugiere la forma de operacionalizarlos es mucho más importante a la hora de incrementar su valía como reportero que la máquina que le resuelve la parte manual del trabajo.

Las máquinas permiten hacer cosas antes imposibles, pero para obtener de ellas el máximo rendimiento necesitamos pensar del mismo modo en que lo hacen los científicos, concibiendo esquemas que nos permitan aprovechar el nuevo poder de los ordenadores.

Los periodistas solemos ser gente práctica y por eso mismo caemos a veces de manera muy rápida en el desprecio hacia gente que se ocupa de lo que nos parece teoría hueca sin ninguna aplicabilidad en el mundo real. Pero sin teoría no disponemos más que de datos brutos y desordenados que nos colapsan. El ordenador puede organizárnoslos, puede proporcionarnos listados ordenados desde cualquier perspectiva aglutinante detectada en los datos, pero en última instancia hemos de tener una teoría que dé un sentido al listado.

LA PROCEDENCIA DE LAS TEORÍAS.

¿De dónde proviene cada teoría? El espectro de procedencias es muy amplio, desde las creencias populares hasta las mentes más sofisticadas y creativas de la ciencia. Una buena teoría es aquella cuyas consecuencias pueden ser comprobadas y utilizadas como piezas de desarrollo de nuevos descubrimientos y nuevas teorías. Y la ciencia depende tanto de la transparencia como el periodismo.

Michael Polyani, un químico que trabajó en los albores de la era nuclear, comparaba el proceso científico con el de un grupo de operarios que montaran un rompecabezas gigante-El grupo no puede trabajar eficientemente si cada miembro del grupo ignora lo que los restantes compañeros están haciendo. "Déjeseles trabajar j untos -decía él (19)-, colocando las piezas del puzzle a la vista de los demás, de forma que cada vez que uno encaja una pieza todos los demás estén atentos de inmediato sobre el siguiente paso que surge en consecuencia". Los periodistas, como los científicos, se traen entre manos el asunto de comprobar la realidad, examinando las teorías existentes, calibrando sus consecuencias, desarrollando hipótesis ulteriores que puedan ser operacionalizadas (es decir, comprobadas empíricamente) y conectándolas a dichas pruebas.

EL CASO DE LOS DISTURBIOS DE DETROIT.

Los períodos de agitación social ofrecen una estupenda oportunidad para comprobar teorías en la práctica. Cuando en los años sesenta comenzaron los disturbios raciales, primero en la zona de Watts, en Los Ángeles, y luego en N'ewark y Detroit, circularon varias teorías populares para explicar su causa.

Una de ellas, muy aceptada entre los comentaristas de prensa, suponía que los grupos vandálicos estaban formados por los elementos más frustrados y desahuciados del pozo de la escala económica, los cuales supuestamente destrozaban porque no tenían otros medios de progresar o de expresarse, dicha teoría era susceptible de comprobación mediante una encuesta científica. Si los participantes en los disturbios podían ser identificados y comparados con los no participantes, se demostraría en caso de ser cierta la teoría, que la población de nivel educativo inferior tendría mayores probabilidades de pertenecer al grupo de los asaltantes.

El periódico The Detroit Free Press realizó dicho estudio empírico en 1967 descubrió que la gente con estudios superiores había participado en los disturbios en porcentajes similares a quienes no habían llegado a completar el bachillerato. La teoría, en consecuencia, no se sostenía a la vista de los datos

EDUCACIÓN			
	Universitarios	Sin estudios	Bachillerato
Participantes en los disturbios	18%	15%	18%
No participantes	82%	85%	82%
Total	100%	100%	100%

Otra teoría popular era que la raíz profunda de los disturbios consistía en la dificultad de los negros de origen sureño para integrarse en la cultura del norte. Forzados por la represión del sur y por su acomodación a un papel pasivo, como consecuencia de la influencia de la esclavitud, habrían encontrado una vía de desagüe para su resentimiento contenido, una vez que se encontraron lejos del sur. La teoría es igualmente fácil de operacionalizar. De ser cierta, el comportamiento asaltante tendría que haber sido más frecuente entre inmigrantes procedentes del sur que entre los negros del norte. La encuesta sociológica del Free Press obtuvo en esto un resultado distinto. La una teoría sometida a la comprobación empírica se demostró inconsistente.

¿En dónde pasó usted su infancia?		
	Norte	Sur
Participantes en los disturbios	8%	25%
No participantes	92%	75%
Total	100%	100%

Una nueva oportunidad surgió tras el asesinato de Martín Luther King en 1968. La interpretación popular inmediata fue que su movimiento antiviolencia murió con él y que los negros empezaron a buscar el liderazgo de partidarios de la violencia. El Miami Herald, que antes del asesinato había realizado una encuesta de actitudes entre la población negra de su zona, encuestó de nuevo a los mismos entrevistados, tras el asesinato, y descubrió que los ideales de King se mantenían más fuertes que antes

El campo de las relaciones raciales se ha revelado como uno de los más fértiles para la comprobación periodística de la realidad en los últimos tiempos en Estados Unidos. El premio Pulitzer ha sido ganado recientemente por reportajes publicados en el Dallas Morning News (1985) y el Atlanta Constitución (1988), al demostrar cómo programas de actuación del Gobierno Federal estaban siendo utilizados para perpetuar la discriminación racial. El caso de Texas trataba de la segregación racial en viviendas de propiedad pública. El trabajo de Atlanta demostraba documentalmente la discriminación en los préstamos hipotecarios de protección federal.

Ambas investigaciones periodísticas se han basado en el análisis por ordenador de grandes bases de datos gubernamentales. En ambos casos se partió de un planteamiento teórico: Un gobierno comprometido con la igualdad racial tiene que arrojar resultados medibles que reflejen dicha igualdad. La medición y el análisis probaron que, en realidad, los resultados de las políticas del Gobierno no reflejaban esa igualdad (22). Para decidir qué medir los periodistas tuvieron que partir de una teoría y de una hipótesis susceptible de ser comprobada en la práctica. En otras palabras, tuvieron que razonar como científicos.

Como colofón se recoge a continuación lo que Julia D. Wallace, redactora-jefe para Proyectos Especiales del USA Today, declaraba tras sus primeros meses de lucha libre con el periodismo de precisión: "Intuyo que el punto clave aquí va a ser la necesidad de aprender muchas más cosas para llegar a ser un periodista en el futuro. Ya no basta con tener destreza para redactar, buenas fuentes informativas y toneladas de energía. Los redactores y directores van a necesitar saber algo de estadística y de tratamiento informático".

"No es fácil. Pero el resultado es seguro que resulta fantástico" (23).

CAPÍTULO II

LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

1. Evolución

El periodismo desde sus orígenes que para algunos autores se remonta hasta quienes escribieron el Génesis de la Biblia o quienes sentaron en la pintura rupestre la crónica vivencial, siempre ha tenido la gran necesidad de buscar formas o estructuras para expresarse. Pero el camino ha sido lento, y la búsqueda para llegar a ordenar todos los productos que poco a poco se han inventado y reinventado en el periodismo resulta aún un franco proceso.

El tratadista español José Luís Martínez Alberto refiere que los géneros son el producto de una lenta elaboración histórica que se encuentra íntimamente ligada a la evolución del mismo concepto de lo que se entiende como periodismo.

Más allá de la historia remota del periodismo, la visión histórica que se tiene como propiamente dicha, surge con el periódico; antes la escritura y la imprenta son momentos cumbres en los que nacen y comienza a desarrollarse lo que hoy conocemos con periodismo. El siglo XV en el que aparece la imprenta da origen al vocablo periódico del cual deviene el término periodismo.

Por su parte, el diarismo aparece mucho más tarde. Es entre los años 1600 y 1780 es recién que diferentes periódicos a lo largo de Norteamérica y los Estados Unidos, aparecen algunos primeros periódicos diarios que por su primaria inmersión en el mercado resultan sin mucha circulación.

Recién en 1835 aparece el periodismo masivo en los Estados Unidos con los diarios de Benjamín Day y James Gordon Bennet y pronto con el avance tecnológico, el crecimiento poblacional y el precio accesible a las mayorías comienza a surgir no sólo los grandes diarios sino que éstos dan lugar a los grandes grupos económicos en las empresas periodísticas.

Por esa época con el surgimiento de las relaciones marítimas entre Europa y Norteamérica aparecen las primeras agencias de noticias. La hoy conocida la agencia France Presse (AFP) se funda en 1835 como la agencia francesa Havas. La segunda nace en los Estados Unidos en 1848 la reconocida Associated Press (AP). Este extraordinario fenómeno del comercio de la información abandona la fase politizada y partidaria del periodismo para dar paso a la industria informativa, al comercio de las noticias, al tratamiento del hecho noticioso como una mercancía, una etapa del periodismo conocida como “comercial”.

Este fenómeno trajo nuevas formas de captar, tratar y difundir la noticia; es decir, nuevas formas de hacer periodismo. Así se comienza a perfilar la profesión del periodista especializado en la redacción de noticias, mejorando la calidad de los mensajes y especializando sus contenidos. Este importante hecho hace que evolucionen los géneros periodísticos hasta definirse entrado el siglo XX como un espacio de expresión en conquistando todas las capas de la sociedad abarcando todos los temas de nuestro interés y llegando a casi todos los países de la tierra.

Para Martínez Albertos, existe un proceso histórico que explica la evolución de los géneros periodísticos de acuerdo a hechos históricos que comprometen la visión de los periodistas dentro de su entorno histórico.

2. Periodismo ideológico o de opinión

Es la primera y más dura etapa por la que atraviesa el periodismo. Entre 1850 y el fin de la Primera Guerra Mundial en 1918 se forja un periodismo doctrinal y moralizador; las luchas ideológicas y el partidismo político de esta etapa histórica dan como resultado en toda América campañas libertarias. En Europa se refundan los países, y el periodismo se pone al servicio de unos y otros y son el escenario ideológico y el espacio perfecto para plasmar ideas políticas o religiosas.

Se trata de una prensa cuyo contenido no responde a intereses informativos y mucho menos a comentarios sobre hechos de actualidad periodística. En él predomina una cierta mentalidad del sermón la exhortación y el llamamiento, elementos que son el común denominador en la prensa de casi todo el planeta.

3. El periodismo informativo

Hacia fines del siglo XIV, cuando el periodismo ideológico ve respuestas efectivas a esa preparación de pensamientos y principios políticos le cede un espacio al periodismo informativo. A partir de 1870 hasta 1914, se perfila en Inglaterra y después, con mayor rigor en los Estados Unidos. El periodismo informativo nace con un nuevo estilo periodístico que se apoya fundamentalmente en la narración o el relato de hechos.

Para entonces, aparece una nueva tecnología que le da mayor sentido a esta etapa: la radiodifusión. Ondas de corto, mediano y largo alcance que podrían cruzar el planeta en segundos, también llevar información que no sólo se refería a conflictos bélicos sino hasta fenómenos sociales y culturales como las artes y las expresiones culturales, es a partir de 1920 que el periodismo informativo alcanza el mayor auge. Poco a poco desaparece el periodismo ideológico y hasta 1950 aparece lo que se conoce como “la época dorada del periodismo informativo”. Una época donde incluso la prensa sensacionalista es la respuesta a la necesidad que se crea en comunidades anglosajonas y latinas por informarse incluso con exageraciones, deformaciones y trivialidades.

4. El periodismo de explicación

Con el fin de la Segunda Guerra Mundial, un nuevo periodismo aparece en respuesta al excesivo espacio que cobra el periodismo informativo y a los extremos ideológicos que lleva el periodismo de opinión. La combinación de ambos resulta distinta a cada uno de ellos. Un nuevo periodismo informativo que profundiza en los hechos, que aporta el análisis y la explicación amplia de los hechos. Un periodismo que interpreta la realidad no sólo de la visión objetiva del periodista ni tampoco de quien pretende imponer su punto de vista, sino que contextualiza y valora los hechos relacionándolos con otros y creando un nuevo espacio que justamente se comienza a desarrollar con la creación del semanario Time en 1923.

Definición de los géneros periodísticos

Definir los géneros periodísticos resulta controversial, muchos autores y teóricos del periodismo plantean diversas formas de definirlos y clasificarlos; incluso algunos como Martínez Albertos en sus primeras obras no lograba diferenciar con claridad.

El periodismo interpretativo con el periodismo de opinión. Quienes más confusión crearon fueron aquellos que consideraron al periodismo interpretativo como un periodismo subjetivo.

Los géneros periodísticos son formas de expresión del mensaje periodístico, plasmadas a través de una determinada estructura de mensajes que presenta características comunes y una función específica.

El género informativo tiene la función de dar a conocer los hechos noticiosos tal como ocurren, mientras que el género interpretativo explica, analiza e interpreta la noticia y el de opinión plantea una posición y enjuicia la noticia. Estas tres funciones son absolutamente diferentes y cada una de ellas tiene su respectiva estructura.

Los géneros periodísticos están constituidos por subgéneros o especies, a través de los cuales se transmiten sus mensajes de acuerdo al tratamiento que se le quiera dar.

Las especies periodísticas son formas específicas de expresión, estructuras menores o instrumentos que nos permiten explotar y trabajar mejor la noticia con sus propias técnicas y sus particulares formas de presentar informaciones planteadas como ya hemos visto desde el ángulo que su respectivo género le da al hecho noticioso, es decir informando, interpretando y opinando.

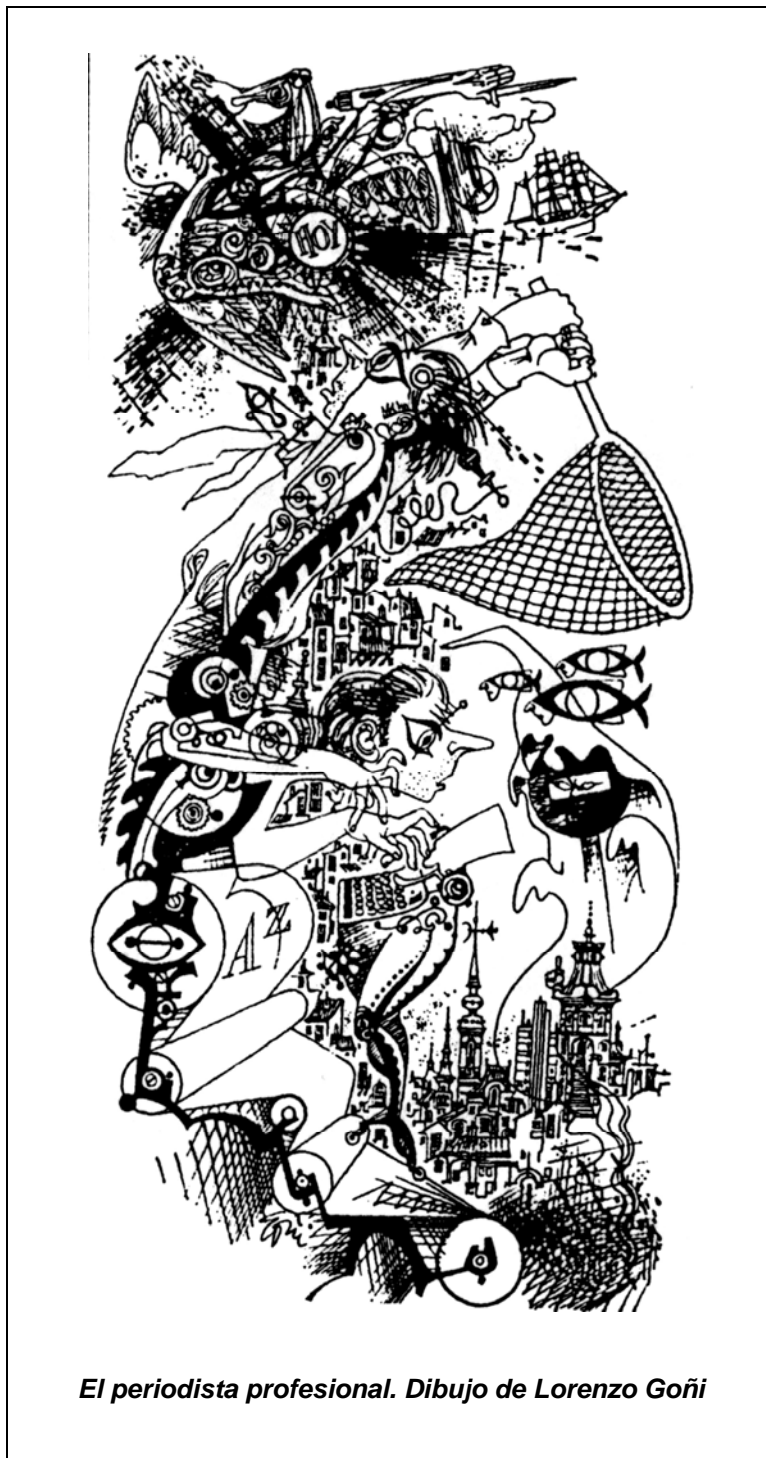
A pesar de que aún existen confusiones aparentes para ubicar correctamente las especies dentro de los géneros, resulta ya frecuente que la mayoría de autores se plantee la siguiente clasificación que, a pesar de resultar muy clara puede no ser definitiva, pues a lo largo de su propia evolución, el periodismo se plantea día a día como un nuevo producto.

Informativo	Interpretativo	De opinión
Nota de prensa	Nota interpretativa	Comentario
Nota informativa	Crónica	Columna
Crónica informativa	Entrevista interpretativa	Artículo
(croniquilla)	Testimonio	Crítica
Entrevista informativa	Reportaje interpretativo	Editorial
Reportaje informativo	Gran Reportaje	Caricatura
(nota ampliada)	Denuncia	
	Campaña	

Características de los géneros periodísticos

Los géneros periodísticos tienen determinadas características:

- a. Son formas de expresión a través de las cuales se presentan los mensajes periodísticos.
- b. El ejercicio del periodismo se ve reflejado en la producción de cada uno de éstos géneros periodísticos y sus respectivas especies.
- c. Plasman una clara estructura de mensajes con características comunes y funciones específicas.
- d. Cada uno de los géneros está constituido por un conjunto de especies con características comunes pero también particulares.
- e. Sus formas de expresión varían dependiendo del uso que se le dé en los diferentes medios de comunicación, ya sea en el periodismo radial, en el periodismo escrito o en el periodismo televisivo.
- f. A pesar de sus diferencias, las tres parten de la esencia del periodismo que es la noticia.
- g. Son el producto de la relación que tiene el periodismo con la realidad a partir de las fuentes vivas y de las fuentes documentales.
- h. Parten de las elementales fases del procesamiento del hecho en noticia: captación, tratamiento y difusión.



LECTURA

Desarrollo de los géneros periodísticos

Raúl Peñaranda U.

En los inicios del periodismo, dice el investigador peruano Juan Gargurevich, las «noticias» no existían en el modo que se conocen hoy. Estas eran relatos de temas diversos contados «de la manera más natural posible, y en estricto modo cronológico».

Según el brasileño José Marques de Melo, con la invención de la imprenta de Guttemberg no nació el periodismo, sino la publicidad y la propaganda. Recién cuando se dan ciertas condiciones de libertad económica y de pensamiento a principios de 1700, se puede decir que nace el periodismo.

Sin embargo, era un periodismo ligado a la opinión y las ideas políticas y religiosas. Los diarios (unas cuantas páginas de las que no se imprimían más de unas decenas o centenas de ejemplares) se referían generalmente a temas políticos y eran usados por distintos grupos de interés como instrumentos de amplificación de las ideas.

Aquí encontramos entonces al primer “género” periodístico, o la primera forma de expresión: la opinión.

Los siglos 16, 17 y 18 estuvieron marcados por la política y la teología. Sin embargo, el siglo 19 tuvo el signo de la economía y de importantes avances tecnológicos e industriales y es cuando se terminó de afianzar la división entre “noticias y opiniones” (news and comments) que un siglo antes el Daily Courant de Inglaterra había introducido tímidamente. Por lo tanto, con la separación entre news and comments nace un segundo “género”, la noticia. Esta separación entre opiniones y noticias, tan propia del periodismo anglosajón, reinó hasta bien entrado el siglo 20 y separó al material periodístico en dos grandes géneros: informativo y opinativo.

En el primer tercio del siglo 19, el célebre impresor Emile de Girardin provocó una de las más grandes revoluciones en la prensa, poniendo las bases de una característica que sigue hasta hoy: introdujo el concepto de los avisos pagados, que pasaron a ser rápidamente el sostén de los periódicos. Esta fue, entonces, una nueva subdivisión. Por lo menos los diarios empezaron -desde inicios del 1800- a dividirse en opiniones, noticias y publicidad, aunque es evidente que esta última no puede ser considerada como un “género”.

Poco después, a mediados del 1800, se retomó -bajo la forma del «pirámide invertida»- la idea del hexámetro de Quintiliano, unos 17 siglos después de creado. Pese a ello, la agencia norteamericana The Associated Press se ufana de ser inventora de la «pirámide invertida».

En esa época, dice Gargurevich, los periódicos se dividían en «cartas remitidas, diálogos, artículos remitidos, artículos comunicados y a veces las ya olvidadas alegorías (sueños)», y que las noticias propiamente dichas están contenidas en los comunicados.

El desarrollo de la prensa desde mediados del siglo 19 hasta nuestros días ha hecho que se incorporen una serie de nuevos géneros, como veremos a continuación.

Los géneros interpretativos

La tradicional división anglosajona en news and comments de la que hemos hablado en el acápite anterior, cede a principios del siglo 20 a una tercera clasificación, la «interpretación», especialmente impulsada por la revista norteamericana Time.

Así, con la inclusión de este tercer «género», se conforma una de las más generalizadas divisiones de los géneros en la actualidad: informativos, opinativos e interpretativos. La división, sin embargo, no es completamente aceptada, como veremos más adelante, aunque sirve para ordenar la discusión respecto del tema.

El género interpretativo, surgido en la década del 20 cuando Henry Luce y Briton Hadden crearon Time, tuvo su verdadero afianzamiento en plena Segunda Guerra Mundial, dice Gargurevich.

Lo que la «interpretación» busca es dar mayores datos de contexto que expliquen los hechos, no que los califiquen.

Gargurevich señala que en los años 40, en pleno conflicto bélico, y cuando la victoria de los aliados contra el régimen nazi no estaba tan claro, la población ya no requería de «datos fríos», como había sido la tradición en ese país, sino de explicaciones, consideradas antes poco menos que un pecado.

Además, en la década del 40 se recuperan géneros olvidados, como son por ejemplo los crónicas.

Las agencias internacionales norteamericanas empiezan a dividir su trabajo entre news (noticias) y features, que podríamos llamar «notas de color», que Gargurevich señala que corresponden a las «crónicas» del mundo hispanoamericano.

El “Nuevo Periodismo”

En la década del 60 surgió lo que se ha venido en denominar «Nuevo Periodismo» y que es difícil de definir como «género periodístico» por sus evidentes relaciones con la literatura. No vale la pena extenderse en el concepto de «Nuevo Periodismo», pero su impacto e influencia fue inmensa primero en Estados Unidos y luego en el resto del mundo occidental, porque ayudó a liberar más todavía las formas de redacción periodísticas.

Los autores del «Nuevo Periodismo» se permitían «meterse» dentro de la psicología del personaje y reflejar todos los elementos del ambiente, después de hacer varias «entrevistas a profundidad» a todos los involucrados. Los impulsores de esta tendencia no se consideraban a sí mismos como periodistas. Calificaban a su trabajo como expresiones de un “nuevo género literario” y como “novelas de no-ficción”.

Aquellos periodistas (¿o novelistas?) redactaban textos como el que sigue, que relata el fallecimiento por desnutrición de una joven después de seguir una polémica y radical dieta para curar la jaqueca. Nótese que el periodista no fue testigo de los hechos:

“...La tarde del 13 de octubre, Sess y Min Wiener fueron a visitar a su hija en Nueva York. Al verla echada en un colchón, en una esquina del cuarto, Sess quedó boquiabierto y se puso lívido.

Beth Ann era un esqueleto viviente, sus piernas eran piel y hueso. Sus ojos aparecían hundidos en sus órbitas. Apenas podía sentarse. No pesaba más de 32 kilos...”». (Texto de Robert Christgau, citado por Tom Wolfe.)

Los experimentos de ese tipo de periodismo no fueron realizados exclusivamente por los periodistas-literatos estadounidenses. En América Latina también se dio este fenómeno, de manera magistral, en los trabajos de Gabriel García Márquez. Este autor escribió varios relatos con las mismas características del “Nuevo Periodismo”. El más conocido de ellos es “Relato de un Náufrago”, escrito cuando en Estados Unidos esa técnica recién se iniciaba.

Hoy, en la segunda mitad de los 90, existen decenas de denominaciones para los géneros periodísticos, según la clasificación que dan los numerosos autores y estudiosos del tema. Desde notas informativas hasta reportajes y análisis periodísticos, pasando por entrevistas, reseñas, críticas, columnas y un largo etcétera, el periodismo nunca tuvo como ahora tantas formas de expresión.

Y pasar a ser un fenómeno extendido y que data de los orígenes del periodismo, los estudios de los géneros no han llegado ni de cerca a consensos o generalizaciones respecto de la identificación de éstos. Casi se puede decir que cada autor presenta su propia categorización.

El chileno John Müller señala que «hoy, cuando se habla de géneros periodísticos, se hace referencia a un verdadero caos de tipologías que incluye denominaciones ambiguas, inciertas y en la mayoría de los casos por esas mismas razones incoherentes».

Vivaldi, el español pionero en la discusión de los géneros, ya adelantó las dificultades que tendría el debate, en su texto de 1973. En esa obra, el autor señala: “Metodológicamente, admitimos y reconocemos la dificultad de deslindar campos, de precisar netamente, de diferenciar un género periodístico de otro. Como en todo campo artístico y el periodismo es también arte, hay un entrecruce de rasgos: artículos que tienen mucho de crónicas; crónicas que son propiamente artículos y reportajes especiales que, por su tono y enfoque, rozan el campo de la crónica o del artículo”.

CAPÍTULO III

EL PÁRRAFO COMO UNIDAD DE PENSAMIENTO

Los párrafos se consideran unidades significativas dentro del escrito. Reconocerlos resulta muy sencillo, pues, se inician con letra mayúscula y terminan con punto y aparte.

Los escritores usan el párrafo para ayudar al lector a captar las ideas y su organización. Un nuevo párrafo indica que algo ha terminado y otra cosa está comenzando: viene una nueva idea, se pasa de una generalización a los ejemplos, del cuerpo de un ensayo a la conclusión, se ha cambiado de escenario, hay un cambio en la perspectiva temporal, se introduce un nuevo enfoque.

En el periodismo se usan los párrafos para distinguir los diferentes hechos y las relaciones que se dan entre los diferentes componentes del hecho noticioso.

Los párrafos cumplen diversas funciones: hay párrafos que introducen, otros ayudan a conectar una parte del escrito con otra, hay párrafos que concluyen. Pero su función esencial y más común es servir de soporte para desarrollar las ideas principales del texto.

Suele pensarse que, por constituir una unidad significativa, cada párrafo debería contener sólo una idea principal ("un párrafo para cada idea y una idea en cada párrafo"). Cuando ello ocurre, existe coincidencia entre la organización subyacente y la estructuración de superficie.

Muchos párrafos se ajustan a esta norma. Pero existen también numerosas excepciones: un párrafo con dos ideas principales, un párrafo de transición sin idea principal, un párrafo que enuncia una idea principal seguido de un párrafo que la ilustra con ejemplos, una serie de párrafos cortos que expresan en conjunto una sola idea, etc. En verdad, es el escritor quien decide qué estructura dar a los párrafos de acuerdo con sus objetivos, la importancia relativa que asigne a determinados contenidos, el tipo de lector a quien se dirige, etc.

En cuanto a la extensión, los párrafos pueden ser muy variables: los hay brevísimos, formados por una oración; muy extensos, que abarcan varias páginas; los hay formados por dos, tres, cuatro, etc. El criterio principal para la separación en párrafos suele ser el de una mayor claridad expositiva; pero tiene sentido pensar también en un criterio visual, que aconseja no utilizar párrafos muy breves (menos de 5 líneas) ni párrafos muy extensos (más de 25 líneas), o un criterio basado en el interés del lector o, que aconseja -por ejemplo- párrafos más cortos en textos de contenido árido, como son los manuales de estudio, o párrafos más largos en los textos narrativos, que suelen captar y mantener la atención con mayor facilidad.

No todas las ideas contenidas en un texto tienen el mismo grado de importancia. Cualquier lector, si se empeña en ello, puede darse cuenta que hay ideas más relevantes que otras.

En el ámbito pedagógico se habla de ideas principales, de ideas subordinadas o secundarias y de detalles para referirse a la distinta jerarquía que se les otorga a las ideas en el texto.

La idea principal o súper ordenada es la de más alta jerarquía textual: aporta la información que quien escribe considera fundamental o importante con respecto a un tema determinado. Puede explicitarse mediante una oración, la llamada oración temática o requerir ser inferida, pues se halla implícita.

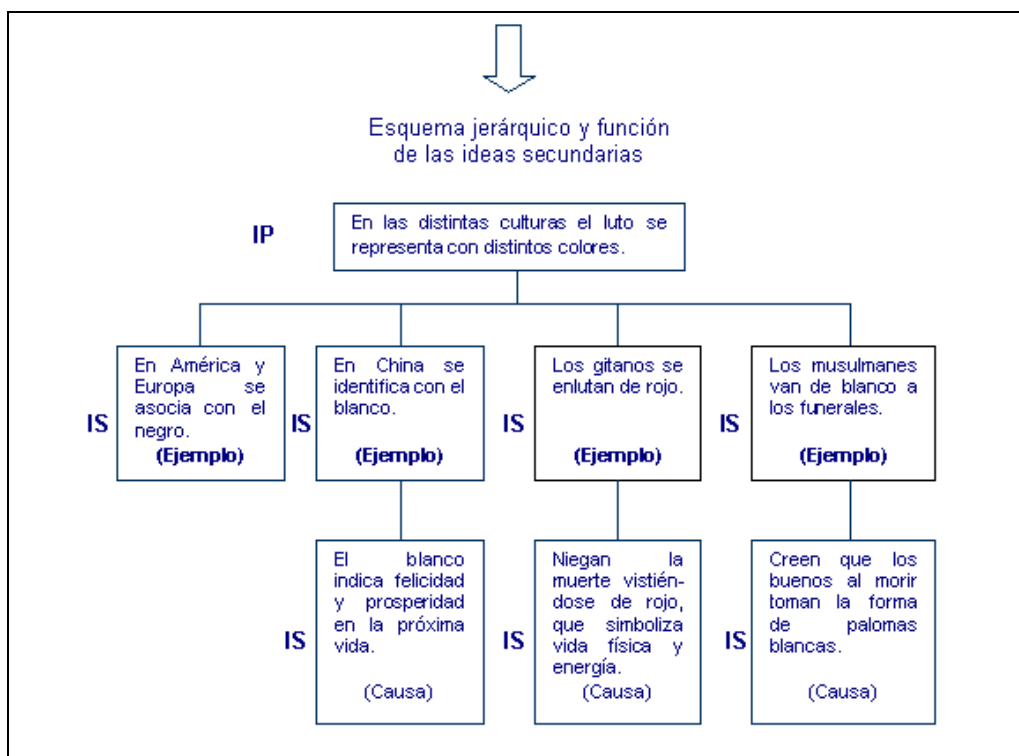
Las ideas secundarias o subordinadas son las encargadas de desarrollar la idea principal. Pueden, en este sentido, cumplir muy diversas funciones. Por ejemplo:

- Apoyar la idea principal mediante datos o cifras.
- Ilustrar la idea principal por medio de ejemplos.
- Ampliar la idea principal presentando causas o consecuencias.
- Aclarar la idea principal valiéndose de comparaciones definiciones, explicaciones
- Enfatizar la idea principal repitiéndola o contrastándola con una idea contraria.
- Especificar la idea principal haciendo referencia a hechos o situaciones.
- Los detalles introducen información que se considera de menor importancia.

Examinemos ahora un par de párrafos y veamos, a modo de ilustración, cómo se jerarquiza la información y cómo se desarrolla la idea principal.

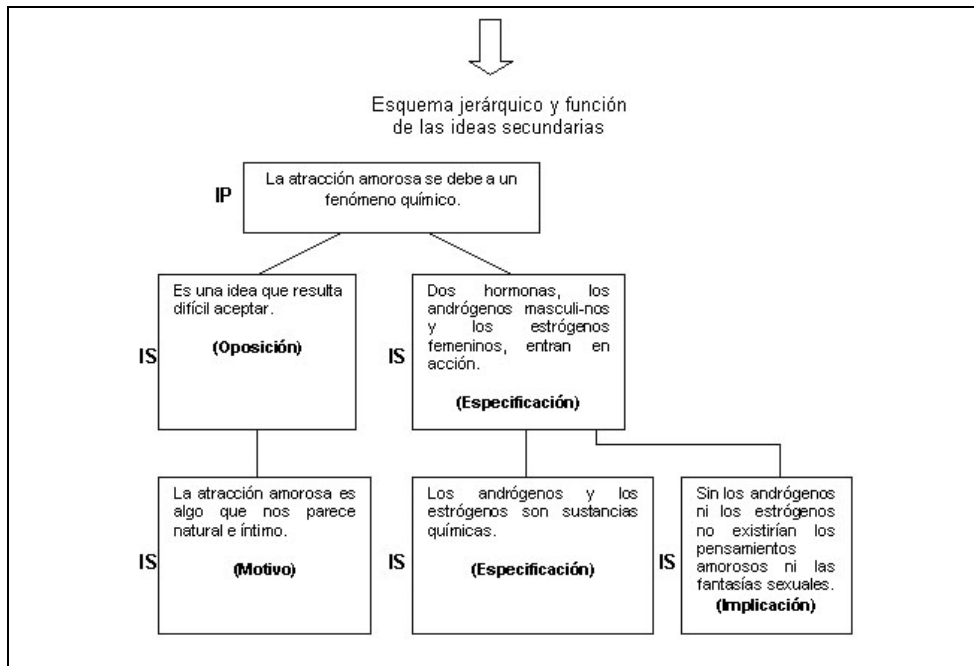
El luto en las diferentes culturas

En las diversas culturas el luto se representa con distintos colores: en América y Europa se le asocia con el negro; en China se identifica con el blanco, pues esto indica felicidad y prosperidad en la próxima vida; los gitanos se enlutan de rojo para simbolizar vida física y energía, negando así la muerte; los musulmanes van de blanco a los funerales, pues piensan que quienes fueron buenos en vida toman la forma de aves blancas.



Atracción amorosa

Resulta difícil explicar que la atracción mutua entre un hombre y una mujer, algo que parece tan natural e íntimo, sea debido a un fenómeno químico. Es como reprobar el romanticismo de un plumazo. Lo cierto es que cuando por ejemplo una pareja experimenta un flechazo, dos hormonas, los andrógenos masculinos y los estrógenos femeninos, han entrado en acción. Sustancias químicas en definitiva. Sin ellas los pensamientos amorosos y las fantasías sexuales no tendrían color ni sabor.



La escritura de un texto extenso -informe, monografía, artículo, relato- constituye una tarea compleja que requiere el dominio de una serie de habilidades textuales y discursivas. Ser capaz de construir un párrafo es una de estas habilidades.

Ejercicio : Análisis de un párrafo

La tarea aquí consiste en examinar un párrafo, descubrir la idea principal, las ideas subordinadas y las funciones que estas cumplen. Desarrolla el ejercicio completando el esquema que te proponemos. Una vez que termines, evalúa tu trabajo revisando la clave de respuestas.

PÁRRAFO

En los sistemas inestables y caóticos, hay generalmente una escala de tiempo en la que un pequeño cambio en un estado inicial crecerá hasta hacerse dos veces mayor. En el caso de la atmósfera de la Tierra, la escala de tiempo es de 5 días, que es aproximadamente el tiempo que tarda el tiempo en dar la vuelta al planeta. Es posible hacer pronósticos meteorológicos razonablemente precisos para 5 días, pero predecir el tiempo más allá de este período exigiría un conocimiento muy exacto del estado presente de la atmósfera y un cálculo imposible por su complejidad

ESQUEMA JERÁRQUICO

Idea principal

.....

.....

.....

Idea subordinada

.....

.....

.....

función: _____

<p>Idea subordinada</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;">función: _____</p>	<p>Idea subordinada</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p>.....</p> <p style="text-align: center;">función: _____</p>
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	------------------------------------------------------------------------------------------------------------------

COHERENCIA Y COHESIÓN

Por lo general, la producción de un texto coherente/cohesivo supone algún grado de recurrencia. ¿Qué queremos decir con esto? Queremos aludir al hecho de que ciertos elementos individuales, hechos, cualidades, etc. se repiten a lo largo del texto, vuelven a ser mencionados, se hace referencia a ellos en forma reiterada, lo que otorga unidad y continuidad al discurso.

Veamos, a modo de ilustración, cómo se manifiesta este fenómeno de la recurrencia en un texto cualquiera.

Marcel Proust (1871-1922) fue un escritor francés que renovó la narrativa mundial con su novela "En busca del tiempo perdido". En ella reflexiona sobre la memoria, el tiempo y la propia experiencia literaria. Una idea que sedujo a Proust fue mostrar que el tiempo es una condición subjetiva, determinada por quien la experimenta.

Al leer el texto, uno se da cuenta de inmediato que hay varios elementos recurrentes. Por ejemplo, se habla de Proust mencionándolo por su nombre propio (**Marcel Proust, Proust**), aludiendo a él por medio de un posesivo (**su** novela) o a través del sujeto elíptico de la forma verbal **reflexiona**. También se habla de una novela de Proust haciendo referencia a la obra primero por medio **de la frase su novela "En busca del tiempo perdido"** y luego utilizando un pronombre personal (ella). Hay también menciones repetidas del **tiempo**, tema que interesó al escritor francés.

Los elementos que recurren forman cadenas referenciales que atraviesan el texto marcando la continuidad temática y focalizando la atención del lector.

No todos los elementos que se introducen en el texto tienen que recurrir. Aquellos que no están en el foco de interés del sujeto productor del texto, que aluden a información marginal, periférica o secundaria, simplemente no son retomados o su recurrencia queda limitada a un sector textual. En el párrafo que tomamos como ejemplo, el foco de interés se centra en Proust y su novela "El tiempo perdido", de ahí que **narrativa mundial**, tema marginal, tenga sólo una referencia.

Disponemos de variados recursos léxicos y gramaticales para marcar la identidad referencial.

Entre los recursos léxicos, tal vez el más frecuente sea la repetición. Un mismo ítem léxico es utilizado para referirse al mismo referente.

Ejemplo: Le gusta **leer**. **Leer** es su ocupación favorita.

Es frecuente que aludamos a un mismo elemento haciendo uso de formas sinónimas:

Ejemplo: Ayer vi **una película**. **El filme**, estrenado hace poco en Lima, era de Scorsese.

Además de sinónimos empleamos hiperónimos para marcar la identidad referencial, vale decir, sustituimos un ítem de significado específico por otro que está con él en relación de inclusión.

Ejemplo: Quiere mucho a **su perro**. Dice que **el animal** lo hace feliz.

Otro recurso que utilizamos para referirnos a un elemento citado antes en el discurso es la **paráfrasis**, que se establece cuando dos expresiones, que en la lengua no están léxicamente relacionadas, aluden a un mismo referente en un contexto dado:

Ejemplo: **Internet** es la materialización tecnológica de la aldea global. Para utilizar **esta carretera** se necesita un computador y una línea telefónica.

Otro procedimiento común para marcar con referencia son los pronombres, que permiten retomar un elemento anterior en el discurso o referir a uno que viene después.

Ejemplo: Invité a todos mis amigos. **Ninguno** vino.

Cerca de la oficina hay un pequeño bar. **Allí** nos reuniremos.

Juan ganó la beca, pero **él** no lo sabe todavía.

La recurrencia se establece también por la ausencia u omisión de elementos lingüísticos, que aunque no aparecen expresos en la superficie textual, son necesarios para asignar sentido al texto. Nos referimos a las formas elípticas.

Ejemplos:

Juan me escribió. Está muy preocupado por su jubilación.

elipsis del sujeto

Primero tienes que freír el pollo con abundante mantequilla, después retirar del fuego y vaciar en la budinera.

A: -¿Estudiaste?

elipsis del objeto

B: -Sí, mucho

elipsis del verbo

Es conveniente que los estudiantes conozcan estos recursos y reflexionen sobre su uso para que en el proceso de construcción textual puedan, con plena conciencia, revisar su texto e identificar fallas o debilidades en el proceso referencial. Por ejemplo, se puede evitar la ambigüedad referencial, esto es, que a una expresión puedan asignársele dos o más referentes; se puede controlar la escritura evitando la vaguedad o imprecisión que se produce al emplear profusamente palabras de referencia general como "cosa", "cuestión", "asunto", u otras; se puede, en fin, no caer en la repetición innecesaria de palabras.

CONEXIÓN Y CONECTORES

Para que un texto sea aceptado como coherente es preciso que los individuos y hechos denotados se relacionen entre sí de una manera que parezca necesaria, probable o posible dentro del mundo a que se hace referencia.

Si leemos algo así:

La tierra es redonda. Hace frío. Me gustó la película.

Seguramente tendremos dificultades para encontrar conexión entre las oraciones. Parece que no hay una relación directa entre la redondez de la tierra, el frío que hace y el hecho de que a alguien le haya gustado una película.

En cambio, frente a una secuencia como:

Ya estoy bien. No te preocupes. Es el calor.

Podemos, de inmediato, relacionar los hechos y elaborar una interpretación.

¿Cómo ocurre esto?

La aceptación o rechazo de un texto como coherente tiene que ver con nuestros conocimientos de mundo. Tenemos almacenada en nuestra memoria información acerca de una infinidad de temas y situaciones.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

Es un conocimiento que compartimos con los miembros de nuestra cultura y que activamos cuando queremos producir o comprender un texto. Por ejemplo, si leemos o queremos escribir una nota acerca de un accidente aéreo, lo que sabemos acerca de los aviones, su funcionamiento, las pistas, los aeropuertos, los viajes, etc. se activará y será movilizado para construir una representación de la situación en nuestra mente.

Los especialistas hablan de "esquemas" para referirse a estos conjuntos organizados de información que nos permiten estructurar los hechos denotados en el texto en un todo con sentido, que nos facilitan la tarea de construir un modelo de la situación referida.

Un ejemplo puede aclarar lo que decimos.

- Todas las mujeres sentimos "instintivamente" la necesidad de gustar a los hombres, de encontrar a un hombre que nos proteja, nos cuide, nos dé seguridad; pero la razón no es instintiva: desde pequeñas nos han acostumbrado a ser "femeninas" y "coquetas", desde pequeñas nos han educado para gustar, para "vendernos" bien.

Los grupos de liberación de la mujer pretenden acabar con los atavismos culturales que relegan a esta a un plano de inferioridad y dependencia del hombre. Las mujeres buscan hoy no la igualdad con el hombre sino la independencia del hombre. La mujer busca su identidad como mujer, distinta a la del hombre.

Quien escribió este texto tenía disponibles en su memoria por lo menos dos modelos culturales relativos a la relación hombre-mujer en la sociedad occidental: uno, patriarcalista, en que la mujer se concibe como un ser débil, inferior al hombre, que necesita su protección y otro, feminista, en que la mujer busca su identidad y lucha por la emancipación del varón. Lo mismo ocurre con el lector del texto.

Sus esquemas mentales sobre la relación hombre-mujer lo ayudarán a entender que el comportamiento de las mujeres en la sociedad patriarcal es producto de la educación y que el objetivo de los movimientos de liberación femenina es consolidar la autonomía de la mujer.

Para construir un texto o comprenderlo tenemos que establecer lazos mentales, conexiones, entre los hechos del mundo a que se hace referencia.

Dada la gran variedad de conexiones que se pueden establecer, resulta muy difícil abarcarlas y clasificarlas de manera exhaustiva.

Las personas no suelen tener problemas para establecer estas conexiones. Si alguien dice:

Pásame la goma. Tengo que borrar este dibujo.

No habrá dificultad alguna para establecer la relación entre la acción (borrar) y el instrumento (goma). Tampoco habrá dificultad para inferir la relación causa/efecto implícita en:

Estudiamos bastante. La materia era difícil.

Sin embargo, cuando nos enfrentamos a temas que no conocemos bien, con los que no estamos familiarizados, la tarea de producir un texto o de comprenderlo se dificulta: nos cuesta establecer relaciones coherentes entre los hechos.

Para marcar las relaciones de significado entre las oraciones la lengua dispone de recursos especiales; los conectores.

Los conectores son elementos gramaticales mediante los cuales se explicitan las relaciones que se postulan entre las oraciones o secuencias de oraciones. Por cierto, las relaciones pueden dejarse implícitas, en cuyo caso es el lector u oyente quien debe inferirlas por sí solo.

A continuación enunciaremos los principales tipos de conectores:

Causales: porque, ya que, debido a que, pues, etc.

- Lo leeré porque me interesa el tema.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

Consecutivos: por tanto, luego, así que, en consecuencia, etc.

- Ya reuní el dinero, así que no te preocupes.

Condicionales: si, siempre que, en caso que, etc.

- Si me lo hubieras dicho, te habría ayudado.

Finales: para que, con el fin de que, con el propósito de que, etc.

- Vine para que me enseñes a usarlo.

Concesivos: aunque, aun cuando, a pesar que, no bien, etc.

- Aunque se han esforzado, no han conseguido mucho.

Modales: como, como que, como si, etc., según

- Sucedió como en las telenovelas.

Comparativos: como, así como, más... que, menos.... que, igual que, tan..... como.

- Era tan hermosa como tu.

Temporales: cuando, mientras, no bien, apenas, antes que, después que, en cuanto, etc.

- Mientras estudia, escucha música.

Copulativos: y, ni, .y también, no sólo ..sino también, etc.

- No me avisaron ni me dieron explicaciones.

Adversativos: pero, aunque, sino, no obstante, sin embargo, etc.

-Te lo diré de nuevo, pero no lo olvides.

En contraste con los conectores que acabamos de presentar, cuya función es conectar los hechos del mundo referido, están los llamados organizadores textuales, conectores cuya misión es marcar la estructura del texto. Veamos los más comunes:

Función	Conectores
Recapitular	<p>en resumen en síntesis en pocas palabras</p>
Reformular	<p>en otras palabras es decir vale decir esto es</p>
Ordenar	<p>en primer lugar en seguida por otra parte por último en conclusión</p>
Adición	<p>asimismo además hay que añadir que</p>

(*) Extraído de: Universidad de Concepción. Chile, Facultad de Humanidades y Arte, proyecto de docencia, investigador responsable: Mónica Véliz de vos. <http://www2.udec.cl/despanol/manual/>

CAPÍTULO IV

EL ESTILO PERIODÍSTICO

Para muchos periodistas resulta todo un reto agarrar un lapicero o sentarse frente a la computadora para disponerse a redactar. Incluso mucho antes, cuando nuestra vocación parece inclinarse por el periodismo nos preguntamos ¿escribo bien?, ¿sé escribir?. Estas dudas no pueden desmotivar la pasión por esta carrera.

Definitivamente no todos nacen con ese don, y quienes se ufanan de ello, más pretenden restringir los puestos laborales de jóvenes estudiantes de periodismo que sobretodo, buscan la profesionalización.

Por lo tanto, existe una obvia coincidencia entre los teóricos considerando que para escribir, más allá de las condiciones innatas, es de suma importancia la práctica metodológica de la redacción periodística.

Gonzalo Martín Vivaldi, en su obra “Géneros Periodísticos” considera que “el periodismo es un medio específico de comunicación y expresión del pensamiento El periódico es un mensaje diario. Como tal medio expresivo, de algo y comunicativo para alguien, el periódico es un generador de técnicas y maneras características generativas a su vez de ciertas técnicas y maneras lingüísticas y estilísticas.

Existe un “modo de hacer periodístico”, claramente diferenciable del modo propio del estilo literario puro, del didáctico, del filosófico, del científico y hasta del habla popular o coloquial. De todos estos modos “tiene algo” el lenguaje del periódico, a más de sus maneras típicas propias del quehacer periodístico como tarea profesional.”¹

Se puede resumir que el lenguaje periodístico tiene características particulares marcadas por objetivos, límites de tiempo y espacio además del tipo de audiencia, pero por encima de todo debe ser castellano bien escrito, simple y llanamente. Para ello, el redactor requiere de gran sensibilidad y dominio del tema que pretende abordar.

¹ Vivaldi, G.M. 1981, “Géneros Periodísticos”, Madrid, Paraninfo.

Es por ello que permanentemente se debe ejercitar con disciplina en el manejo de las reglas gramaticales de su idioma. La precisión de sus percepciones y la objetiva observación de la realidad, lo cual no impide, que se renuncie a la creatividad y la imaginación personal.

En ese sentido el periodista que pretende redactar bien en primerísimo lugar debe pensar bien, leer bien y debe hablar bien. Quien no piensa ordenadamente no logra claridad en sus ideas y no coordina correctamente para lograr sus objetivos, por lo tanto, tampoco va a poder leer correctamente, no podrá hilar la relación de oraciones que se componen en un párrafo, no podrá relacionar los hechos con los personajes y el tiempo en que se desarrolla, aquellos escritos que pretende leer: no comprenderá un texto medianamente científico y por lo tanto tampoco estará en capacidad de expresarse correctamente. A más lectura, mayor cantidad de palabras aprendidas, a mayor cantidad de palabras aprendidas, mayor versatilidad en la redacción de textos. La analogía salta a la vista.

El estilo periodístico posee unas características principales. Son cualidades o requisitos que si bien parten del estilo literario son los más adecuados para conceptualizar la práctica de la redacción periodística. Estas reglas del estilo periodístico son:

1. Claridad
2. Brevidad, concisión o densidad
3. Precisión y exactitud.
4. Sencillez y naturalidad.
5. Originalidad y autenticidad.

1.- Claridad

A diferencia de la literatura y mucho más de la poesía, la atención del lenguaje periodístico no está en sí mismo sino sobre la historia que pretende contar y ésta obliga a que el periodista sea claro. El poeta y el literato tienen amplia libertad para usar el lenguaje de la manera tan complicada como lo prefieran porque sus lectores gustan de esa forma particular de redactar sus textos,

En el periodismo el público es más amplio y heterogéneo. Un diario lo lee un filósofo y un comerciante, un erudito y un no erudito, el muy inteligente y el menos inteligente, por lo tanto el periodista siempre debe tener en cuenta que sus lectores no necesariamente tiene estudios superiores ni tampoco conocimientos de política, economía o derecho.

De ahí la necesidad de un lenguaje fácil, de una redacción en que las palabras sean transparentes y sobre todo inteligibles para la mayor cantidad de personas que tiene acceso a las noticias, así se conseguirá que el pensamiento, la idea y el objetivo del que escribe penetren sin mayor esfuerzo en la mente del lector. “No se escribe para satisfacer caprichos personales sino para cumplir con la necesidad de dejarse comprender por los demás.”²

2.- Brevedad, concisión o densidad

Esta característica de los textos periodísticos está condicionada a diferentes aspectos. Por una parte, por su relación con la claridad. Para ser claros no es necesario redundar, abundar en palabras, explicar reiterando; sino más bien “ir al grano”, evitando palabras innecesarias, prescindibles y hasta desechables. La síntesis es el resultado de un trabajo intelectual por el que se puede resumir en muy pocas palabras algo que podría considerarse amplio.

El otro aspecto de la brevedad esta condicionado al espacio o el tiempo. Siempre hemos escuchado que “en la televisión el tiempo es oro”, lo mismo sucede con el tiempo en la radio y de igual manera se padece en los medios escritos. En un periódico siempre faltará espacio para colocar todas las informaciones que se quisieran y cada una de ellas con amplitud y profundidad. Esto no es posible simplemente porque la información que llega a una sala de redacción de cualquier medio son miles, considerando por ejemplo, la que se transmiten a través de las agencias de noticias o Internet.

En los medios es espacio no sólo está condicionado por la cantidad de noticias que van a llevar sino también por la cantidad de publicidad que se va a incluir en cada edición.

² Ramos de la Flor, J. (2002): Redacción Periodística I, Lima. Fondo Editorial Escuela de Periodismo Jaime Bausate y Meza.

Esta condición que obliga a reducir los textos hace que se presenten los datos de manera concreta. Es lógico que se deba advertir que la brevedad, la concisión no condicione la claridad y el sentido de lo que se quiere informar.

3.- Precisión y exactitud.

La condición natural del periodista es trabajar con la verdad, se obliga a buscar información verdadera, transmitir los hechos ocurridos de la manera más fiel posible, por lo cual requiere de precisión y exactitud en las dos etapas más importantes de la función periodística: al recolectar información y al presentar la información.

Resultará imposible para un periodista que no haya cumplido a cabalidad su rol de reportero lograr elaborar un texto. Al no precisar por ejemplo, el nombre de los implicados, las cifras económicas, los datos geográficos el hecho informado queda vacío, vago, impreciso, inexacto. El problema es de contenidos.

Precisión significa encontrar la palabra adecuada, específica, gracias a la cual el lector se creará una imagen más cercana de los hechos que se está informado. Palabras como arma blanca, insectos o enfermedad, podrían ser cambiadas por cuchillo, abejas o cáncer. El ejemplo es claro.

También la falta de precisión hace que se caiga en los lugares comunes, las frases hechas, palabras más o menos ingeniosas que por su continuo uso ilustran situaciones más o menos comunes pero que no ofrecen una información precisa. Decir “calurosa ovación” puede significar “tres minutos de aplausos del público puesto de pie”.

4.- Sencillez y naturalidad.

Estas condiciones del periodista están relacionadas tanto a la forma de construir los textos como a las palabras que empleamos. Resulta poco útil para la función periodística confundir al lector con términos poco comunes tratando de hacer creer que el autor es una persona muy culta y de lenguaje “florido” con el que pretende impresionar. Ser sencillo significa llegar al lector de una manera más simple, poniéndose a la altura de un sector más amplio de su público, expresándose sin hacer uso de frases rebuscadas o palabras difíciles de comprensión.

La sencillez contribuye a la claridad gracias al uso de un lenguaje común, que no precisamente significa vulgaridad, ni replana, ni lenguaje poco elevado. Cuando un lector encuentra en un texto periodístico frases que no las entiende simplemente deja de leer.

5.- Originalidad y autenticidad

Ser original es tener estilo, diferenciarse, es tener una relación auténtica entre la realidad y si mismo, poder presentar los hechos, no con una visión particular, poco objetiva, si no más bien, luego de estar identificado con la realidad plantearla de una forma que sólo él pueda hacerlo, sin hacer uso de palabras complicadas, sin llegar a las frases ya hechas.

Resulta aburrido ver que todas las noticias deportivas o las de política comiencen casi con las mismas palabras o de la misma forma: “El ministro tal declaró...”, “El técnico del equipo tal declaró...”, “El congresista tal declaró...” se trata de una pobreza de vocabulario, de nuevas frases ingeniosas.

El periodista debe escribir con vitalidad, con frescura, con variedad expresiva, con color y sabor de tal manera que el lector se recree con los textos que lee, que se identifique con los hechos que el periodista le va narrando apelando a sus sentidos.

La originalidad y la autenticidad forjan al periodista de prestigio.

LECTURA

Manual de Estilo

1. Puntuación

1.1. El punto

El punto, que indica una cierta pausa en la lectura, se usa en los siguientes casos:

- Al final del texto. Lo llamamos punto final.
- Al final de una oración, para indicar que ésta tiene sentido completo.
- Será punto y seguido cuando la siguiente oración trate el mismo tema o algo muy relacionado con él y comience en el mismo renglón.
- Será punto y aparte cuando la siguiente oración trate un tema diferente y comience en el renglón siguiente.

Otras consideraciones sobre el punto:

- El punto se usa también para separar unidades de mil, millón y subsiguientes. En los números de cuatro cifras los años especialmente se suprime, al igual que en los números de teléfono.
- Cuando una frase termina con unas comillas, paréntesis o raya, el punto se coloca fuera de estos signos.
- Después de los signos de admiración o interrogación no se coloca punto. Lo mismo sucede con los tres puntos; no hay que añadir un cuarto.
- Aunque el criterio puede variar, es norma general no colocar punto al final de los textos que constan de una sola frase y que se componen en una línea aparte y con un tipo de letra diferente, como titulares, subtítulos, balazos, etc.

1.2. La coma

La coma es el signo que usamos para indicar pausas menores en la lectura que nos ayudan a conocer el sentido de las frases y a modular la entonación de las mismas. El uso de la coma es muy subjetivo, y cada autor interpreta estas pausas según su propio criterio. No obstante, existe acuerdo general en colocar comas:

- Para separar palabras que forman una serie, siempre y cuando no vayan unidas por las conjunciones y, e, o, ni. Ejemplo:
A la ceremonia acudieron alumnos, padres, parientes y amigos.
- Para separar oraciones que van seguidas y son breves, aunque vayan precedidas de conjunciones. Ejemplo:
Hubo testigos, fueron a declarar, se investigó, y se hizo justicia.
- Para separar el vocativo. Si está intercalado en la oración, llevará coma al principio y al final; si va al principio la llevará detrás, y si va al final la llevará delante. Ejemplos:
Quiero que sepas, Manuel, que el plan no es viable.
Jorge, dijiste que buscarías empleo. Me acuerdo bien, amigo.
- Para sustituir a un verbo fácil de adivinar. Ejemplos:
Aquí llueve todo el año; en el resto de la región, muy poco.
Juan es divertido; su hermano, aburrido.

- Cuando se altera el orden habitual de las partes de la oración (sujeto, verbo, complemento directo o indirecto, complemento circunstancial. A menudo identificamos estas oraciones por comenzar con un participio o gerundio.
Ejemplos:
Con un vendaje en la cabeza, el jugador volvió al terreno de juego.
Terminado el encuentro, el jugador fue ingresado en una clínica.
- Cuando se interrumpe una oración para intercalar palabras o frases aclaratorias.
Ejemplos:
El juez ordenó, como todos esperaban, la libertad de los acusados.
El acuerdo, según el portavoz, entrará en vigor el próximo año.
- Delante de las conjunciones adversativas (pero, aunque, sin embargo, sino, siquiera, mas, etc.), especialmente en cláusulas breves. Ejemplo:
Se aprobó la ley, aunque muchos dudan de su constitucionalidad.
Sabe lo que dice, pero nadie lo aprecia.
- Delante y detrás de expresiones del tipo esto es, entonces, en cambio, en fin, no obstante, sin duda, por ejemplo, por consiguiente y otras similares. Ejemplos:
El Congreso, por consiguiente, declaró nula la sesión.
Su nombramiento fue, sin duda, la sorpresa de la jornada.
- Antes y después de las oraciones de relativo (introducidas por el pronombre qué) cuando son explicativas, pero no cuando son determinativas. Ejemplos:
Los soldados, que cumplían órdenes, dispararon contra el reo (explicativa).
Los soldados que cumplían órdenes dispararon contra el reo (determinativa).

1.3. El punto y coma

Es probablemente, tras la coma, el signo de uso más subjetivo. Señala una pausa mayor que la coma pero menor que el punto, y se usa en los siguientes casos:

- Delante de las conjunciones adversativas, cuando la primera frase tiene cierta extensión (en las coreas, como vimos, basta la coma). Ejemplos:
La ambulancia llegó a los cinco minutos de ocurrido el accidente; sin embargo, ya las víctimas habían fallecido.
Se dieron numerosas versiones contradictorias sobre el suceso; pero la verdad es que nadie vio lo que pasó.

- Para separar oraciones consecutivas entre las que existe unidad, especialmente si ya llevan comas. Ejemplos:
Los premiados se mostraban felices y agradecidos; los críticos, sarcásticos.
Se votó el año pasado en Andalucía y Cataluña; este año en las demás comunidades.
- Para separar frases entre las que existe demasiada distancia como para separarlas por comas, pero no tanta como para colocar un punto entre ellas. Ejemplos:
El panorama no se presenta claro; pronto veremos reformas.
Los casos de corrupción minan la moral de la población; se palpa en las calles.
- Delante de una oración que de algún modo abarca o resume lo expresado en incisos anteriores, ya separados por comas. Ejemplos:
La altitud, la polución, la masificación; todo dificulta la vida en la capital.
Llegaron embajadores, congresistas, periodistas; lo mejor de la sociedad, sin duda.
- En las relaciones de nombres que llevan sus procedencias, cargos o títulos separados por comas. Ejemplo:
Los últimos máximos goleadores de la temporada fueron: Zague, del Atlante; Luís García, del América; Butragueño, del Celaya, y Hermosillo del Cruz Azul.
Obsérvese que el último nombre, antecedido por la conjunción y, va separado sólo por una coma. También hubiera sido aceptable hacerlo con el punto y coma. Es válido usar el punto y coma cuando la conjunción no establece un enlace totalmente natural entre una cláusula y la que la antecede. Ejemplo:
La huelga ha paralizado la ciudad, pues más de la mitad de la población vive, directa o indirectamente, de la fábrica; y las negociaciones siguen detenidas, sin visos de que se reanuden pronto.

1.4. Los dos puntos

Establecen una pausa similar al punto, pero indicando siempre que a continuación se dice algo que completa lo expresado anteriormente. Se usan:

- Delante de la cita textual (en estilo directo, sin el relativo qué) de lo dicho por otra persona, cuando la cita no vaya introducida por que. Ejemplo:
El autor comentó: «No hay nada de mí en el protagonista de la novela».

- Delante de una frase que resume, explica o implica una consecuencia de lo anteriormente dicho. Ejemplos:
El pronóstico aterra: habrá más temblores en los próximos meses.
Trabajo y sacrificio: éstas son las claves del éxito de Lance Armstrong.
- Para indicar una enumeración de elementos incluidos en la primera frase. Muchas veces estas enumeraciones van precedidas de expresiones del tipo: son, por ejemplo, verbi gracia, a saber, los siguientes, como sigue, así tenemos, etc. Ejemplos:
Las instrucciones son precisas: llegar, entregar los documentos y marcharse.
El Banco Central propone: restricción de gastos, fomento del consumo, bajada de los tipos y sostenimiento del peso en los mercados internacionales.

1.5. Comillas

Las comillas expresan algún matiz acerca de las palabras que encierran. Las usamos:

- Para delimitar las citas o palabras textuales de otras personas.
- Para expresar que estamos utilizando la palabra con un sentido especial, a menudo irónico. Ejemplos:
Siempre encontramos muchos «yo» en sus escritos, muestra de su gran ego.
Su «sofisticación» le llevó a comprarse dos teléfonos celulares.
- En los apodos, sobrenombres y alias de las personas. Ejemplos:
Detuvieron a Juan Arias, «El gato», subido al tejado de la casa que robaba.
Tras muchos años, «El topo» reconoció haber sido un agente doble del «KGB».

Otras consideraciones:

Dependiendo del estilo de cada publicación, hay palabras que se escriben entre comillas, en cursivas, en negritas, subrayadas o con inicial mayúscula. Entre éstas se encuentran:

- Las palabras extranjeras.
- Las de jergas especializadas y poco conocidas.
- Títulos de libros, obras, películas, canciones, etc.
- Nombres de barcos, trenes, edificios, monumentos, etc.

1. La raya y el paréntesis

La raya y el paréntesis cumplen funciones muy similares: aislar observaciones al margen del objeto principal del discurso.

La diferencia estriba en que los paréntesis se emplean para aquellos incisos que están claramente al margen del relato, mientras que se colocan entre rayas aquéllos que podrían ir entre comas, pero que se pretenden reforzar y diferenciar más claramente.

Ejemplos:

- La Guerra del Golfo (1991) no acabó con el régimen de Sadam Hussein.
- La inflación por primera vez en diez años superó el 4% anual.
- El jugador argentino (fichado hace tres años) ha sido declarado transferible.
- Su carisma reconocido hasta por sus enemigos le llevó a la presidencia.

Otras consideraciones:

- La tendencia actual favorece el uso de la raya en detrimento del paréntesis.
- No debe confundirse la raya (—), de trazo más largo, con el guión o signo menos (-). En los computadores o máquinas de escribir que carecen de raya, ésta se representa con dos guiones (—).
- La raya también se utiliza para indicar en los diálogos las partes que corresponden a diferentes interlocutores. En estos casos la raya va pegada a la primera letra del texto, y no se cierra si coincide con el punto y aparte.

Ejemplo:

- ¿Qué sucedió?— preguntó el inspector.
- No sabemos.

2. Los corchetes

Parecidos a los paréntesis ([]), los corchetes se utilizan en algunas publicaciones para añadir datos no recogidos por el periodista que elaboró la nota. También sirve para insertar una o varias palabras que no figuran en el texto original sobre todo en las citas y que ayudan a su mejor comprensión. Ejemplos:

- Las víctimas [23 muertos y 14 heridos, según la policía] presentaban heridas de bala de gran calibre.

- El empresario afirmó: «Esos dos [Francisco Muñoz y Diego Gómez] son los auténticos delincuentes».

3. Acentos

3.1. Reglas generales

- En todas las palabras hay una sílaba sobre la que ponemos la mayor fuerza de voz al pronunciarla, es la sílaba tónica. Cuando esta sílaba es la última de la palabra, hablamos de palabras agudas; llanas o graves cuando es la penúltima; esdrújula cuando se trata de la antepenúltima, y sobreesdrújulas cuando es antes de la penúltima.
- Las palabras agudas llevan acento (también llamado acento gráfico o tilde) cuando terminan en vocal, en n o en s.
Ejemplos: hablé, perdón, Tomás.
Las palabras graves llevan acento si terminan en consonante que no sea n ni s.
Ejemplos: Vértiz, hábil, cóndor.
Las esdrújulas y sobreesdrújulas llevan acento siempre.
Ejemplos: Córdoba, música, cómpreselo, díganoslo.

3.2. Casos especiales y excepciones

- Los monosílabos no se acentúan nunca, ni los de formas verbales (vio, dio, fue, ere.) La única excepción son aquellos monosílabos que se acentúan para diferenciarse de otros que se escriben igual, pero tienen distinto significado. Esto es lo que llamamos acento diacrítico.
El caso más típico de pronombres con acento diacrítico es el de tú, mí y él, que se acentúan cuando son pronombres, pero no cuando son posesivos y artículo, respectivamente. Otros monosílabos con acento diacrítico de uso frecuente son:

té (nombre)	te (pronombre)
más (adverbio)	mas (conjunción adversativa)
sé (verbo ser y saber)	se (pronombre reflexivo)
dé (verbo dar)	de (preposición)
sí (afirmación y pronombre)	si (conjunción, nota musical)
aún (adverbio; significa: todavía)	aun (conjunción; significa: incluso)

- Diptongos e hiatos: Llamamos diptongo a la unión, en una misma sílaba, de dos vocales débiles (i,u) o una débil y otra fuerte (a, e, o). La letra h entre dos

vocales no impide que siga existiendo diptongo. Ejemplos: ciudad, cuidado, reino, cuota, viaje, búho.

- Cuando en un diptongo el mayor golpe de voz recae sobre la vocal débil, ésta se acentúa, independientemente de que le corresponda o no según las reglas generales. De esta forma se rompe el diptongo, dando lugar a lo que llamamos hiato. Ejemplos: caída, Raúl, actúan, oído, búho, día, envío.
- Los grupos ui, iu siempre funcionan como diptongos y no deben acentuarse, salvo cuando les corresponda por ser palabra aguda o esdrújula. Los infinitivos acabados en uir tampoco se acentúan. Ejemplos: ciudad, huida, viuda, cuídalo, contribuí.
- Cuando una sílaba con diptongo debe llevar acento según las normas generales, éste recaerá sobre la vocal fuerte. Ejemplos: anuncié, Diógenes, Sebastián, murciélagos.
- Las palabras guión y rió son dos excepciones a su regla, ya que siendo monosílabos acentúan la vocal tónica de su diptongo.
- Los pronombres que, cual, quien, quienes y los adverbios como, cuando, cuanto, cuanta, cuantos, cuantas se acentúan cuando se usan en sentido interrogativo, admirativo o con énfasis. Téngase en cuenta que el sentido interrogativo o admirativo no siempre va expresado con sus correspondientes signos (¿!, ¿?); hay que tener en cuenta el sentido de la frase. Ejemplos:

- Cuando quieran ellos.	¿Cuándo querrán ellos?
- Vive como un rey.	Hay que ver cómo vive.
- Iremos donde nos manden	No se sabe dónde nos mandarán.
- Son cosas que pasan.	Cuéntame qué pasó.
- Las formas verbales que llevan enclítico (un pronombre al final de la palabra) conservan el acento si ya lo tenían antes de tomar el pronombre, aunque la nueva palabra no lo requiera según las reglas generales. Ejemplos:
perdió - perdióse pidió - pidióme dé – déle
- Se acentúan las formas verbales con enclítico que lo requieren según las reglas generales, aunque la forma original no lo llevase. Ejemplos:
besaba - besábale perdona - perdónanos mira – míralo
- La partícula solo se acémila cuando se usa como sinónimo de «solamente», pero no con el significado de «sin compañía». Ejemplos:
Se encontraba muy solo. Sólo él sabe el motivo..

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

- Los demostrativos este, ese, aquel y sus femeninos y plurales se acentúan cuando funcionan como pronombres. La Academia permite no acentuar cuando no hay riesgo de anfibología (doble significado), pero la costumbre es poner el acento siempre que no sean adjetivos. Los neutros esto, eso y aquello no llevan acento, pues son siempre pronombres. Ejemplos:
Exigimos estos puntos. Léete éstos.
- Cuando una palabra simple entra a formar parte de una compuesta como primera parte de la misma, se escribe sin acento aunque originalmente sí lo llevara. Ejemplo:
así - asimismo
- Sólo llevará acento la segunda parte de la palabra compuesta, si lo llevaba como palabra simple. Ejemplos:
cónsul - vicecónsul réplica - contrarréplica
- La excepción a estas reglas son los adverbios terminados en mente. En ellos, el adjetivo conservará el acento siempre y cuando lo llevara como palabra simple. Ejemplos:
común - comúnmente fácil - fácilmente suave - suavemente
- En los compuestos separados por un guión cada elemento conservará el acento que individualmente le corresponda. Ejemplos:
jurídico-administrativo histórico-crítico anglo-soviético
- Los nombres propios extranjeros no llevarán ningún acento que no tengan en el idioma al que pertenecen. Sí se acentúan los nombres castellanizados provenientes de otros idiomas, especialmente aquellos que requieren de una transcripción fonética, como el árabe, hebreo, griego y ruso. Ejemplos:
Wagner Joan Sebastián Bach Mozart Churchill
Teherán Pekín Túnez Moscú Andrópov Jordán
- Los términos que aún se emplean en latín se acentuarán según las reglas generales. Ejemplo:
Ultimátum accésit ítem ídem
- Llevan acento las palabras compuestas con el sufijo metro, pero no así las terminadas en litro o gramo. Ejemplos:
Kilómetro, centilitro miligramo hectómetro

3. Mayúsculas y minúsculas

- Como norma general, se escribe con letra inicial mayúscula:
 - La primera palabra de un escrito y las que vayan detrás de un punto o de los signos de interrogación y admiración cuando éstos funcionen como puntos.
 - Detrás de los dos puntos cuando éstos anteceden una cita textual. En los demás casos es opcional comenzar con mayúscula o no
 - Detrás del punto y coma se comienza siempre con minúscula.
- Cada publicación establece sus propias normas respecto al uso de las mayúsculas, pero hay ciertas reglas que dicta la Real Academia y que son comúnmente aceptadas:
- Se escriben con mayúscula los nombres propios de instituciones, organismos, cuerpos, establecimientos o entidades. Ejemplos:
 - La Universidad Iberoamericana de La Rábida.
 - La Secretaría de Hacienda y Crédito Público.
 - El Instituto Mexicano del Cine.
 - Alcohólicos Anónimos.
 - Instituto Nacional de Empleo.
 - Partido Agrario Unificado.
- Los nombres propios de persona, sus apodos y aquellos calificativos que de modo constante los acompañen. Ejemplos:
 - El Litri toreó por verónicas.
 - ¡Quién no rió con Cantinflas!
 - La obra de Isabel La Católica sigue siendo cuestionada.
- Los nombres de fiestas:
 - No habrá marchas el Primero de Mayo.
 - Se llenaron las playas el Jueves Santo.
 - Las tunas saldrán a las calles la noche de La Inmaculada.

- Los nombres y adjetivos que componen los títulos de obras, películas, libros, etc. Cuando son largos, solo se escribe con mayúscula la primera palabra. Ejemplos:
 - «El Quijote» sigue siendo lectura obligatoria.
 - Hemingway reflejo la Guerra Civil española en Por quién doblan las campanas.
 - La palabra gobierno lleva mayúscula cuando se refiere al Poder Público en general. En los demás casos se escribe con minúscula, incluso cuando se refiere al grupo de personas que forman el gabinete. Ejemplos:
 - Muchos ya están hartos de este gobierno.
 - El Gobierno en una democracia debe estar por encima de partidismos.
 - El gobierno se reunirá de nuevo el viernes.
 - Con las palabras nación, patria, país y república existe una gran variedad de criterios, y cada revista, cada periódico, aplica el suyo propio.
 - Se escriben también con mayúscula inicial los acontecimientos y períodos históricos. Ejemplos:
 - La Segunda Guerra Mundial.
 - La Revolución de los Claveles.
 - La Edad Media.
 - Los atributos divinos y el pronombre él cuando se refiere a Dios. Ejemplos:
 - Muchas culturas celebran la llegada del Salvador.
 - El Nuevo Testamento sirve de guía a los cristianos.
 - Los puntos cardinales, cuando se empleen como nombres propios. Si sólo indican situación u orientación van en minúsculas. Ejemplos:
 - La explotación del Sur por el Norte se discute en varios foros internacionales.
 - Se dirigía al sur de la ciudad.
- 4. Abreviaturas y siglas**
- Entendemos por abreviatura la letra o conjunto de letras que sustituyen a una palabra y, por sigla, las primeras letras de varias palabras a las que suplen.

- Existe en el lenguaje periodístico una clara tendencia al abuso de siglas y abreviaturas, lo que no favorece en absoluto la legibilidad y la comprensión de los textos. De nuevo aquí, cada periódico establece sus normas, aunque existen ciertos criterios de común aceptación.
- Las abreviaturas comunes del tipo izq. (izquierda), der. (derecha), Sr. (señor), Sra. (señora), Srta. (señorita), jr. (júnior o hijo), p.ej. (por ejemplo), D. (don), Ud. (usted), Lic. (licenciado), etc. (etcétera) no deben usarse salvo en casos muy específicos, como puede ser el de la transcripción literal de lo que otros escribieron. En su lugar se usará la palabra completa, salvo en el caso de etcétera, que por vaga e imprecisa el periodista no deberá emplear.
- Si son aceptables, aunque conviene restringir su uso, las abreviaturas que caracterizan la nomenclatura de ciertas entidades, como: C.E (Club de Fútbol), S.A. (Sociedad Anónima), S.L. (Sociedad Limitada), S.C. (Sociedad Civil), Cía. (Compañía) y otras.
- No se abrevian los términos que designan peso (Kg, Tm), medida (cm, km), o monedas (dis., fres. lbs.), salvo en cuadros y gráficas.
- No se abreviarán palabras como administración, secretaría, secretario, gerente, presidente, alcalde o tesorero. Las siglas, que representan a nombres colectivos, tienen la particularidad de que forman una nueva palabra que se lee independientemente, ya sea deletreándola (UGT, u-ge-té) o silabeándola (ITAM, i-tam). Aunque a efectos prácticos las trataremos igual, las siglas son diferentes de los acrónimos, que se forman con las primeras o algunas de las sílabas de la palabra: Pemex, Inem.
- La mayor diferencia entre ambas es que, generalmente, las siglas se escriben todas con mayúscula, mientras que en los acrónimos sólo irá con mayúscula la primera letra. Ejemplos

UNAM	Sepi
UCM	Infonavit
ITESM	CAMPSA
CCOO	Concacaf
NBA	Imsero
LFP	INEM

- En las siglas largas tres o más sílabas se tiende a suprimir las mayúsculas cuando se leen por sílabas y si la entidad a la que se refieren es suficientemente conocida, de modo que no se presta especial atención al significado de las iniciales. Ejemplos: UNICEF, UNESCO.
- Salvo en el caso de instituciones u organismos perfectamente reconocibles por todos los lectores, en la primera referencia no deben emplearse las siglas y acrónimos sin la debida explicación. Se usará el nombre completo de la entidad y a continuación, entre paréntesis, las siglas o acrónimo que la identificarán en posteriores referencias. Ejemplos:
 - 1ra. referencia: La Secretaría de la Defensa Nacional (Sedena) anunció que...
 - 2da. referencia: En el comunicado, la Sedena advierte que...
- Los editores de las publicaciones indicarán en cada caso qué siglas y acrónimos se consideran de conocimiento universal.
- Hay algunas siglas que no se explican por ser intrascendente el significado de las iniciales. Ejemplos:
 - LSD (Dierilamida del ácido lisérgico)
 - DDT (Diclorodifenilricloroetano)
 - TNT (Trinitrotolueno)
 - VHF (Very High Frequency)
 - UHF (Ultra High Frequency)
- Hay siglas que han dejado de serlo por tener un uso muy común. Se escriben con minúscula, y algunas funcionan como sustantivos comunes, admitiendo plural. Ejemplos:
 - ovni (Objeto Volador no identificado):
 - Vieron un ovni sobre la plaza.
 - Se han avistado ovnis en Yucatán.
 - sida (Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida).
 - Laser (Light Amplification by Simulated Emission of Radiation).
 - radar (Radio Detecting and Ranging)
 - Un radar quedó destruido.

El aeropuerto instaló varios radares.

- El reportero debe evitar la tentación de inventarse nuevas siglas para hacer más fácil la redacción. Si una entidad no tiene unas siglas reconocidas, no se incluirán éstas entre paréntesis en la primera referencia para usarlas después. El periodista deberá hacer un esfuerzo y buscar sinónimos para posteriores referencias: asociación, entidad, institución, colectivo, agrupación, etc. Ejemplos:
 - 1ª. referencia: La Asociación de Vecinos de las Tres Mil Viviendas ha creado un taller de formación profesional...
 - 2ª. referencia: Representantes de la asociación comentaron que...
 - 3ª. referencia: Entre las actividades de este colectivo se encuentran...

5. Números

- Las cifras del uno al nueve se escriben con letra, salvo que vayan al principio de la frase. Las cifras de dos o más dígitos se escriben con número. Ejemplos:
 - Los dos equipos acabaron usando los 15 jugadores de la plantilla.
 - Ciento veinticinco inmigrantes fueron detenidos por la policía fronteriza.
- Cuando la cifra es redonda o no importa su exactitud es preferible utilizar la palabra millón, billón, trillón, para evitar números excesivamente largos.

Ejemplos:

- Se exportaron tres millones de toneladas de Chile el pasado año.
- El monto de la estafa asciende a 3 143,250 pesos.
- La media fue de 2,8 goles por partido.
- Se acepta abreviar expresiones del tipo 6 200 millones, pero no se pueden señalar los miles o millones después de cada cantidad, como en 6 mil 200 millones 405 mil 100 (6 200 405 100). En las relaciones de cifras en las que unas deban escribirse con letra y otras con números es preferible escribirlas todas con número. Ejemplos:
 - Asistieron 2 presidentes, 8 ministros y 14 embajadores.
 - Los participantes eran niños de 6 a 11 años.

- Se escriben con letra las cantidades aproximadas, así como las que forman parte de frases hechas. Ejemplo:
 - Se necesitarán unos veinte años para recuperar la productividad perdida.
 - Esto ya ha ocurrido mil veces.
 - Por fin les ha caído el veinte.
- Las fracciones se escriben con letra, salvo en cuadros y gráficas. Ejemplos:
 - El texto fue aprobado por los tres quintos de la Cámara.
 - La Bolsa subió un cuarto de punto en la sesión del jueves.
- Las páginas se escriben siempre con número. Ejemplo:
 - La cita está en la página 8 del documento.
- Se escriben con número los años, pero no las décadas. Ejemplos:
 - Todos recordarán aquel marzo de 2004.
 - Aún quedan secuelas de lo ocurrido en los ochenta.
 - No se escribirá entre 20 y 30.000 personas, sino entre 20.000 y 30.000 personas.
- Generalmente, los ordinales del 1 al 20 pueden escribirse indistintamente con letra (primero(a)... vigésimo(a), números romanos (I... XX) o con los símbolos ^o, ^a, dependiendo del género (1^o (1^a)... 20^o (20^a)).
- El uso de los numerales romanos tiende a extinguirse, reservándose para nombres de siglos, Papas, reyes, dinastías o regímenes. Ejemplos:
 - Juan XXIII convocó el Concilio Vaticano II.
 - Felipe VI será el rey español del siglo XXI.
- A partir del vigésimo primero se opta por el número con el símbolo (^o, ^a), siendo también aceptable usar el cardinal correspondiente. Ejemplos:
 - La 27^a edición del Festival de Cine Iberoamericano de La Habana.
 - La 27 edición del Festival...

- Las terminaciones -avo, -ara, indican partición, no orden. Este error es más frecuente en los ordinales entre el 11 y el 20. Las formas correctas son:
 - undécimo, (a) y no onceavo o decimoprimer
 - duodécimo, (a) y no doceavo o decimosegundo
 - decimotercero, (a) y no treceavo
 - decimocuarto, (a) y no catorceavo
 - decimoquinto, (a) y no quinceavo
 - decimosexto, (a) y no dieciseisavo
 - decimoséptimo, (a) y no diecisieteavo
 - decimoctavo, (a) y no dieciocho avo
 - decimonoveno, (a) y no diecinueveavo
 - vigésimo, (a) y no veinteavo

6. Nombres y títulos

- En la primera referencia a una persona habrá de darse el nombre completo, y en las posteriores bastará con el primer apellido o los dos, si así es como se le conoce más fácilmente, habiéndose de mostrar consistencia con la opción elegida. Ejemplo:
 - 1ª referencia: El abogado David Lafraya Puente expresó su sorpresa...
 - 2a referencia: Lafraya ejerce en la actualidad como presidente de...
 - 3a referencia: Fuentes cercanas al magistrado Lafraya aseguran que...
- Salvo que sean estrictamente necesarios para entender la noticia o resaltar la capacidad de la fuente, nunca se escribirán los títulos como señor, señora, señorita, don, doña, licenciado, licenciada, doctor, doctora, etc. Ejemplos:
 - Franz Ayala, especialista en obras hidráulicas, fue elegido senador.
 - El doctor Alfonso Polo confirma la anticonstitucionalidad de la ley.
- Como norma general, se escriben con minúsculas los nombres de los cargos, salvo que se trate de dignidades de carácter único, siempre y cuando no vayan

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

acompañadas del nombre de su titular. El nombre de la dependencia irá en mayúsculas. Ejemplos:

- El Papa viajó a....
 - El papa Juan Pablo II viajó a...
 - El Secretario de Comunicaciones dimitió ayer.
 - El secretario de Comunicaciones, Ignacio Roldán...
 - La Secretaría de Comunicaciones no desaparecerá, a pesar del escándalo.
- Los títulos que se refieren a puestos, oficios y profesiones (encargado, maestro, médico, abogado, periodista, administrador, etc.) se escriben en minúscula. Si son breves pueden ir delante del nombre del titular; si no, irán después, entre comas. Ejemplos:
 - La jefa de la delegación. Rocío Pérez, se disculpó ante los asistentes.
 - Ana Lima, consejera del departamento de investigaciones sociológicas del imsero, ...

7. Problemas gramaticales y léxicos frecuentes

- Conviene tratar de evitar el abuso de la expresión el mismo, la misma, considerada por algunos elegante y refinada, pero que no añade significado alguno a una idea y resulta mediocre. Es fácil sustituirla por un pronombre personal o posesivo. Ejemplos:
 - El gol fue anotado por Gómez, el mismo que el pasado domingo....mejor:
 - El gol fue anotado por Gómez, quien el pasado domingo...
 - El carisma del candidato y la preparación del mismo le otorgan ventaja.
mejor:
 - El carisma del candidato y su preparación le otorgan ventaja.
- Hay que evitar la tendencia importada del inglés de sustituir al verbo por el grupo verbo + complemento. Hay que sustituir, por ejemplo:
 - dar comienzo por comenzar
 - poner de manifiesto por manifestar
 - llegar a un acuerdo por acordar

- hacer presión por presionar
- dar aviso por avisar

- El gerundio, cuando implica duración (está pensando) o simultaneidad (llegaron jadeando} es totalmente aceptable, pero hay que evitar su abuso, especialmente como participio de presente (es un galicismo) o con sentido de posterioridad. Ejemplos:

- Llegó un barco transportando un cargamento de cocaína.
- Recibió al embajador, almorzando después con otras autoridades.

- Hay que evitar también las expresiones del tipo estar siendo + participio, resultado de la influencia del inglés (is being + participio). Ejemplo:

El gobierno esta siendo cuestionado por la oposición mejor:

- La oposición cuestiona o está cuestionando al gobierno.

- Otro galicismo de amplia implantación en el lenguaje periodístico es el condicional del rumor, que indica una posibilidad cuya verdad no se garantiza, uso que es totalmente ajeno al sistema verbal español. Ejemplo.

- Los sindicatos habrían pactado con la iniciativa privada. mejor:
- Se rumorea que los sindicatos han pactado...

- También del francés proviene el giro a + infinitivo como complemento de un nombre. Evítense construcciones del tipo:

- ejemplo a seguir
- medidas a tomar
- actos a celebrar

- Un error muy frecuente es el dequeísmo o abuso de la expresión de que en las construcciones con verbos que significan decir o pensar: creo de que, comentó de que, etc.

- El verbo deber seguido por la preposición de implica posibilidad de que algo suceda, pero sin certeza. Sin ella, el matiz es de obligación. Ejemplos:

- El alcalde debe de llegar en cualquier momento.

- El alcalde debe llegar a tiempo para la ceremonia.

Otros términos con problemas

- **Abordar**, utilizado con significado de subir a un avión o barco es un anglicismo. Úsese subir a bordo, embarcar.
- **Actitud**, que significa posición ante algo, no debe confundirse con aptitud, que significa capacidad.
- **Adecua**, es la forma correcta, no adecua.
- **Adelante**, empléese cuando expresa movimiento (“siga adelante”); si no, úsese delante (“se pusieron delante del auto”).
- **Adolecer** de, significa tener algún defecto o vicio («Juan adolece de apatía»). No debe usarse con nombres como falta, escasez, exceso («Juan adolece de falta de motivación»).
- **Agresivo**, indica propensión a la ofensa, al insulto o a la provocación. No debe usarse —como en inglés— para calificar al individuo de activo, dinámico, emprendedor.
- **Aguascalentense**, es el gentilicio correcto para los naturales de Aguascalientes. Hidrocálido se reservará para contextos más coloquiales.
- **Agudizamiento**, es incorrecto. Úsese agudización.
- **Al objeto de**, es incorrecto. Mejor, con el objeto de o para.
- **A los que se ve**, dígase por lo que se ve.
- **Al respecto de**, dígase respecto de o respecto a.
- **Alta calidad**, es anglicismo y galicismo. Úsese gran calidad.
- **A nivel de**, implica un concepto de altura, como en a nivel del mar, por lo que no debe usarse en expresiones del tipo «a nivel de prueba». Sustitúyase por a modo de o construcciones similares.
- **Ancestros**, es traducción literal del inglés ancestros. Dígase antepasados.
- **Antagonizar**, no existe. Dígase enfrentarse.
- **Anti**, no debe separarse este prefijo con un guión, irá junto a la palabra que complementa: antimonopolio, y no anti-monopolio.
- **Anticipar**, usado como sinónimo de prever es un anglicismo (anticípate).

- **Aparente**, significa que parece y no es. No debe usarse como sinónimo de evidente o notorio.
- **Apreciable**, usado con sinónimo de considerable, cuantiosos, importante... es anglicismo. Debe evitarse.
- **Apreciación**, no es sinónimo de revalorización.
- **Asequible**, significa que puede conseguirse o adquirirse. Hablando de personas, no debe utilizarse como sinónimo de accesible,
- **Azteca**, no debe usarse como sinónimo del gentilicio mexicano.
- **Bimensual**, significa que se repite dos veces al mes, y no debe confundirse con bimestral, que se repite cada dos meses.
- **Breves minutos**, no tiene mucho sentido si tenemos en cuenta que todos los minutos duran 60 segundos. Mejor sustituir 'la expresión por unos minutos o unos pocos minutos.
- **Buscar + infinitivo**, no debe usarse con el sentido pretender, aspirar, tratar de, pues es un claro anglicismo (seek + to...): «El gobierno busca fomentar...».
- **Cesar**, es un verbo intransitivo, por lo que no se puede cesar a nadie: será la persona quien cese. Destituir es el perfecto sustituto: «Destituyeron al auditor».
- **Chance**, es un anglicismo. Úsese oportunidad.
- **Chequear**, otro anglicismo. Resérvese para contextos coloquiales.
- **Coligarse**, es la voz correcta, no coaligarse.
- **Competencia**, no debe usarse como competición.
- **Conformar**, no debe usarse como sinónimo de formar («El jurado lo conforman...»).
- **Credibilidad**, es un término aceptable, pero se abusa de él cuando se utiliza en lugar de crédito («No merecen credibilidades afirmaciones»).
- **Culpabilizar**, no existe. Debe usarse culpar.
- **Confrontamiento**, no es sinónimo de enfrentamiento. El verbo confrontar significa cotejar, comparar, contrastar diferentes cosas, ideas o personas.
- **De alguna manera**, es una muletilla que no aporta nada. Suprímase.
- **Después de que**, se abusa de esta expresión, sustituible por las más simples cuando o tras.
- **Detentar**, significa usar o atribuirse determinado poder ilegítimamente, por lo que sólo debe usarse cuando se quiera expresar dicha idea.
- **Dimisión**, no se pide que se dimita a alguien, sino que se le destituya.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

- **Dramático**, no se debe usar con el significado tomado del inglés de espectacular, radical («El índice de desempleo ha experimentado una dramática caída»).
- **Editorial**, el editorial es el artículo de fondo no firmado; no confundir con la editorial, empresa que publica.
- **Encontrar/hallar culpable**, proviene del inglés (find guilty). En español se dice declarar culpable.
- **En orden a**, anglicismo fácilmente sustituible por para, con el fin de, con el propósito de.
- **En otro orden de cosas**, muletilla muy usada, sustituible por un punto y aparte y un adverbio como también, además o así.
- **En profundidad**, implica una noción de situación física, por lo que los problemas se tratarán con detenimiento o con detalle, pero no en profundidad.
- **Enseguida**, se puede escribir junto o separado —en seguida— pero se prefiere la primera.
- **Escuchar**, cuidado con expresiones como «Se escucharon disparos», pues escuchar implica una intencionalidad, lo que no ocurre con oír.
- **Especular**, y el sustantivo especulación son un anglicismo con numerosos sustitutos posibles en el español: sospechar, conjeturar, opinar, calcular, presumir, cábalas, cálculos, presunciones, rumores, indicios, suposiciones, etc.
- **Erario**, evítese el pleonasma, pues el erario siempre es público.
- **Estadounidense**, es el gentilicio adecuado para los naturales de los Estados Unidos de Norteamérica. Evítese norteamericano y americano.
- **Esmog**, es la palabra correcta en español; evítese smog.
- **Estándar**, estándares es la castellanización aceptada de standard. El sustantivo es estandarización.
- **Estimar**, significa apreciar, dar valor a algo, por lo que no debe emplearse como sinónimo de calcular: «Las pérdidas se estiman...».
- **Estrés**, es la castellanización aceptada de la voz inglesa stress. Plural estreses.
- **Financiar**, escríbase financio, financian, y no financió, financian.
- **Finalizar**, es correcto, pero su abuso ha desplazado los igualmente correctos terminar, acabar, concluir o rematar.

- **Haber**, la forma impersonal de este verbo se escribe siempre en tercera persona del singular: «Hubo tres heridos» no «Hubieron tres heridos».
- **Implementar**, es un vocablo importado del inglés y absorbido por la jerga burocrática. Existen varios sinónimos más aceptables: ejecutar, administrar, hacer cumplir, aplicar o reglamentar.
- **Iniciar**, es un verbo transitivo, por lo que se usará en expresiones del tipo «La campaña inicia mañana» Inicia, ¿qué? Hay que decir «La temporada se inicia mañana» o acompañar el verbo de un objeto directo: «El comité inicia mañana las reuniones». De todas formas, se tiende a abusar de este verbo en detrimento de otros más simples, como comenzar y empezar.
- **Introducir**, con significado de presentar algo, alguien, es un anglicismo. Evítese.
- **Jugar un papel**, los franco y anglohablantes juegan un papel; los hispanohablantes lo representan o desempeñan.
- **La casi totalidad**, giro pedante, equivalente a casi todos.
- **Liderar**, aunque admitida por la Academia, es preferible usar palabras no tan directamente tomadas del inglés, como presidir, dirigir o encabezar.
- **Marketing**, aunque ya es ampliamente aceptado, úsese mercadotecnia siempre que se pueda.
- **Múltiple**, no debe usarse como sinónimo de mucho. Es antónimo de simple.
- **Nominar**, en español significa "dorar de nombre a una cosa". Para la acepción inglesa tenemos en el castellano: proponer, presentar, proclamar candidato,
- **Ostentar**, significa exhibir con lucimiento y boato, por lo que no debe usarse como sinónimo de desempeñar un cargo.
- **Otorgamiento**, preferible usar concesión (de un premio, una gratificación).
- **Patriota**, es un sustantivo. No se escribirá "actos patriotas", sino "Actos patrióticos".
- **Percance**, significa contratiempo, perjuicio o estorbo. No debe usarse como sinónimo de accidente,

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

- **Posición**, anglicismo a desterrar cuando se utiliza en expresiones del tipo «No estoy en posición de definir las metas» o «Tiene una importante posición en el partido». Úsese situación, cargo y similares.
- **Posicionamiento y posicionar**, no figuran en el diccionario. Empléese colocar, ubicar, situar, definirse, tomar posición.
- **Provocar**, no significa causar, producir, sino incitar, inducir a hacer algo. Evítense expresiones del tipo «Los destrozos provocados por la inundación».
- **Reforzamiento**, no existe. Úsese, según los casos, refuerzo, incremento, aumento, etc.
- **Socioeconómico**, es correcto. Socio-económico, no.
- **Staff**, sustitúyase, según los casos, por personal, plantilla y similares.
- **Tarde de hoy** (en la), mejor esta tarde.
- **Tópico**, es un anglicismo cuando se usa con el significado de asunto, tema.
- **Transcurso de** (en el), giro casi siempre sustituible por durante.
- **Traumar**, traumado, aunque aceptados, es mejor traumatizar, traumatizado.
- **Ultra**, este prefijo ha de usarse siempre unido a la palabra que complementa.
- **Valorar**, ha desplazado a expresiones como estimar satisfactorio, mostrar acuerdo, rechazar, expresar inconformidad y otros. Se abusa de este verbo utilizándolo como sinónimo de analizar, estudiar, cuando lo que realmente significa es dar valor a algo, con una connotación positiva. Por lo tanto, es un pleonismo valorar positivamente, y una contradicción valorar negativamente.
- **Vice**, prefijo que ha de usarse siempre unido a la palabra que complementa.
- **Vinimos**, es la forma correcta para el pretérito indefinido de venir, y no venimos.
- **Virtió**, es la forma correcta para el pretérito indefinido de verter, y no vertió.

CAPÍTULO V

LA NOTICIA Y EL HECHO NOTICIOSO



¿Qué es noticia? Pregunta permanente del periodista

LECTURA

LA NOTICIA, ESENCIA DEL PERIODISMO INFORMATIVO

1. ¿Qué es noticia?

Poca gente, periodistas o no, conocen a John B. Bogan, editor de finales del siglo pasado del New York Sun, uno de los diarios pioneros de la naciente «prensa de masas». Mucho más familiar nos resulta su comentario sobre lo noticioso: «Cuando un perro muerde a un hombre no es noticia, porque esto ocurre muy a menudo. Pero si un hombre muerde a un perro, eso sí es noticia».

Un tanto superficial, pero muy gráficamente, Bogan fue uno de los primeros en tratar de ubicar ese difuso concepto de «noticia» o «noticioso». Melvín Mencher, periodista y profesor de periodismo en la universidad de Columbia, analizó ésta y otras numerosas definiciones de profesionales y académicos para concluir que, entre todas ellas, hay dos lineamientos recurrentes:

- Se considera noticia la información sobre una ruptura del flujo normal de los eventos, una interrupción de lo esperado.
- Noticiosa es toda aquella información que la gente necesita para tomar decisiones acertadas sobre sus vidas.

Estos dos rubros son interdependientes entre sí. Generalmente, la gente requiere informarse cuando algún evento surge y rompe con el estado habitual de las cosas. Se necesita entonces saber qué ocurre para, en función de esa información, decidir qué pensar y cómo actuar al respecto: la aprobación de una ley, una catástrofe natural, un acuerdo con otro gobierno, el cambio en las condiciones de trabajo de un grupo significativo de la sociedad, una nueva tendencia en las relaciones de pareja, son circunstancias de ruptura sobre las que la gente necesita estar informada.

Este mecanismo es esencial para el buen funcionamiento de una sociedad democrática, en la que las decisiones, idealmente, se toman por consenso. Los medios de comunicación, como proveedores de la materia prima para los juicios de valor del ciudadano la información son los encargados de buscar el más ecuánime de los consensos, o lo que los politólogos llaman una «opinión pública informada».

Pero la realidad cotidiana abarca muchos sucesos susceptibles de ser conocidos. ¿Cuáles de ellos interesan al público y, por tanto, deben ser reportados? Tradicionalmente se ha considerado una serie de elementos que caracterizan a ciertos hechos como noticiosos:

- Impacto: Aquello que afecta a un gran número de personas y tiene consecuencias para sus vidas, merecerá preferencial atención de los medios. Así, una huelga en una pequeña empresa manufacturera local nunca tendrá la cobertura de una huelga en el transporte público que pueda paralizar a la ciudad.
- Actualidad: Por definición, la gente necesita saber qué es lo último que ha ocurrido: «No hay producto más caduco que el periódico de ayer» clama un antiguo adagio periodístico. Pero «actualidad» no se refiere sólo a lo que sucedió ayer, sino a todo aquello que por un motivo u otro está en boca de la audiencia.

- A raíz del naufragio del Prestige en noviembre de 2002, la seguridad de los buques que transportan petróleo y sus derivados adquirió vigencia, y los medios retomaron el tema, independientemente de que volvieran a repetirse incidentes parecidos.
- Prominencia: La gente quiere saber sobre la vida y la obra de las personas conocidas por sus logros o estatus: artistas, deportistas o líderes de la comunidad. El fraude cometido por un conocido banquero es noticia, mientras que el chanchullo cotidiano de facturas falsas de un pequeño empresario pasa desapercibido.
- Proximidad: Aquello que sucede en el área de circulación o recepción del medio afecta directamente a la comunidad, provocando su interés. Una ordenanza municipal sobre estacionamiento regulado en Ayamonte probablemente no tendrá eco fuera de esta ciudad, pero será de gran interés para sus residentes.
- Conflicto: Los temas que reflejan la lucha entre individuos o instituciones son siempre fuente de historias interesantes. Tienen una fuerte carga dramática, y marcan el transcurrir de la vida del individuo y de la sociedad, como lo demuestran los temas predominantes en la literatura, el teatro y el cine. Juicios, denuncias, campañas electorales y la mayor parte de las notas deportivas entran en este rubro.
- Rareza: Volviendo a Bogart y su perro, lo inusual, lo extraño, aquello que se desvía de lo esperado despierta gran interés. Así, que una mujer accediese a un cargo político importante pudo ser noticia hace unas décadas, pero conforme se ha ido haciendo más frecuente ha perdido relevancia.

Convive con esta lista la tradicional clasificación que apunta hacia los intereses naturales de la gente, según la cual lo noticioso es todo aquello relativo a “sexo, sangre y dinero”. Esto nos lleva al dilema sobre si el medio informativo ha de atenerse a lo que le interesa a la gente, o a lo que *debe* interesarle.

Compartimos aquí el concepto de buscar una solución intermedia, lejos de la prensa de chismes sobre famosos y de las publicaciones «sesudas».

Enlace internacional; índices de lectura

Las cifras sobre el índice de lectura de periódicos no siempre dicen la verdad sobre la calidad de información que recibe un país. Gran Bretaña (58 millones de habitantes), por ejemplo, figura entre las naciones con más periódicos vendidos por habitante. Lo que las cifras no aclaran es que diarios “serios” como The Times o The Independent apenas superan los 500 000 ejemplares entre ambos, mientras que The Sun y The Daily Mirror tiran casi cinco millones cada uno. Estos últimos, los famosos «tabloides», compiten entre sí y se nutren básicamente del escándalo, el chisme, el sexo y, frecuentemente, la mentira descarada.

Las primeras evaden la función social que se supone a la prensa, pues no proporcionan al ciudadano información útil para su toma de decisiones cotidiana. Al contrario, lo sumergen en un submundo irreal a través de un prisma rosa, o rojo cuando se trata de sucesos que le impide ver más allá de lo que de superficial tiene la actualidad: la fama, el crimen, el escándalo.

Las segundas, en su intento por centrarse sólo en asuntos de elevado contenido político e intelectual se convienen en foros de élites y para élites, que a menudo acaban promoviendo agendas muy alejadas del interés del ciudadano común. De nada sirven unos principios elevados y honestos si la información no llega a quienes pueden y deben usarla.

El periodismo moderno, que quiere ser útil a la sociedad a la que sirve, trata de conjugar estas variables del ser y el deber ser informativo. Como apuntan Leñero y Marín (1986: 33).

Es el periodismo que entiende lo «trascendente» como algo que no sólo comprenden selectos receptores dotados de «elevada cultura», sino como algo accesible al público común. Del acierto en la selección y el tratamiento permanente de los asuntos de interés colectivo depende la penetración que una institución informativa puede alcanzar en los sectores de participación y de decisión en la sociedad.

Pero en una sociedad en constante cambio y con un público cada vez más apático y renuente a la lectura, este análisis de la selección y el tratamiento de las noticias ha de ser dinámico y no perder de vista las tendencias imperantes en el entorno en que se desarrolla. Se hace necesario, pues, un replanteamiento constante de aquello que definimos como noticia.

2. La naturaleza variable de lo noticioso

La sociedad española de hoy, por ejemplo, es diferente a la de hace unos años y, por tanto, sus necesidades de información también lo son. Hay más personas con educación universitaria que nunca, el papel de la mujer se equipara cada vez más al del hombre y se redefine el concepto tradicional de familia, se ha pasado de una sociedad de emigrantes a otra receptora de inmigración, dentro de los procesos globalizadores a los que asistimos, el papel del país en el nuevo orden internacional ya no es tanto como antaño motivo de ingeniosos chistes.

A nivel mundial, la influencia de la televisión como catalizador de la socialización de los individuos ha sido sin duda el principal factor de cambio en la redefinición de la información en los medios impresos. El Estudio General de Medios de 2003 constataba cómo en España la penetración de los periódicos diarios era del 39,7 por ciento, mientras que la de Televisión llegaba al 90 por ciento de la audiencia. El barómetro del Centro de Investigaciones Sociológicas de octubre de 2003 señalaba así mismo cómo cerca del 86 por ciento de los televidentes utilizaba habitualmente este medio para informarse. Si a esto unimos que un alto porcentaje de la lectura de prensa diaria se circunscribe a los periódicos deportivos, no es difícil deducir dónde se nutren los españoles de su dosis diaria de información.

Una exhaustiva encuesta realizada a mediados de los noventa por periódicos líderes en Europa y Norteamérica arrojó cifras muy significativas al respecto. Con ligeras variaciones, entre el 70 y el 80 por ciento de los encuestados declararon que la televisión era su primera fuente de información. Muy lejos, los periódicos aparecían como principal fuente de información entre el 11 y el 23 por ciento de los entrevistados.

Entre lo anecdótico y lo chocante, mencionaremos que en el ránking Gallup de credibilidad de los periodistas españoles no aparece desde 1996 un profesional de los medios impresos entre los diez primeros.

Además, la proliferación de canales de 24 horas de noticias CNN, BBC, Telemundo, Euronews y otros y el consiguiente incremento de la competencia han contribuido a modificar también la manera en que se presenta la información en los noticiarios de televisión tradicionales. Estos ya no se centran tanto en las noticias del día, y comienzan a poner más énfasis en notas de investigación y de contenido humano.

Para mantener su papel de informadores y captar a una audiencia con nuevas necesidades y múltiples alternativas, informativas, los periódicos han de reflejar estos cambios en sus contenidos, como lo están haciendo los diarios en otros países.

En los Estados Unidos, dos de las mayores compañías propietarias de periódicos ya se han abocado al estudio de cómo llevar a cabo el cambio. La Knight-Ridder Corporation, dueña de 34 diarios, y la Gannett Co., propietaria de más de 80, llevaron a cabo a principios de los noventa exhaustivas investigaciones en busca de las necesidades y el sentir de los lectores.

Los resultados fueron muy parecidos en ambos casos. En cuanto a la forma de presentar las noticias, los lectores coincidieron en su preferencia por el uso de un diseño variado y, sobre todo, de gráficos que ayuden a explicar mejor algunos conceptos. También señalaron la necesidad de una redacción que haga la lectura más atrayente, menos tediosa.

En lo que respecta al contenido de las noticias, el énfasis se puso en los asuntos de interés para la comunidad: educación, tráfico, paternidad, salud, y todos aquellos temas que tocan de un modo directo a los diferentes sectores de la audiencia. Básicamente, la gente reclamó información que pueda usar. Otras exigencias fueron el refuerzo del contenido humano de las historias, el fomento de la diversidad en la oferta de información y la anticipación de posibles cambios en la sociedad.

Enlace histórico: USA Today

En 1982, la industria periodística norteamericana y mundial se vio sacudida por la aparición de un diario que pretendía revolucionar la prensa escrita, el ***USA Today***.

En la batalla por recuperar la audiencia perdida por la televisión, la Gannet Corporation decidió lanzar un periódico que adoptaba la forma del medio con el que trataba de competir: notas breves ofreciendo información altamente condensada, lenguaje simple y digerible y un diseño llamativo y ameno, con abundancia de fotografías, gráficos y color.

Fue también pionero en la transmisión vía satélite hacia diversas regiones con el fin de incluir noticias locales en aquellos lugares en los que es impreso, práctica habitual hoy día. Logró una inmediata aceptación y es el diario de mayor circulación en los Estados Unidos, con una circulación de 2,3 millones de ejemplares.

Aunque le han salido imitadores, la mayoría de los demás medios impresos lo han desdeñado, y los críticos se refieren a él como el «periódico televisivo». Otros afirman que, aunque no sea del modo idóneo, hay que agradecerle a USA Today el haber atraído a tal cantidad de público hacia la lectura diaria.

Independientemente del juicio que de él se haga, lo cierto es que, en mayor o menor medida, la influencia de USA Today puede verse hoy en muchos y prestigiosos periódicos de todo el mundo.

Estas consideraciones han tenido eco en los diarios de Estados Unidos y Europa, que paulatinamente están revisando el concepto tradicional de lo noticioso, buscando proporcionar esa información que los lectores necesitan y pueden usar. La mejora del diseño, la cada vez más frecuente adición de gráficos y color y los suplementos dirigidos a los diversos intereses de la comunidad en que circulan son muestras de este empeño por modernizar el periodismo impreso.

Por supuesto, el desarrollo de los medios en Internet puede interpretarse en parte como una respuesta a estas necesidades. Pero el alcance de este nuevo medio va mucho más allá de un mero cambio de hábitos informativos de la audiencia. En tan sólo diez años ha revolucionado la forma en que nos comunicamos y todo apunta a que esto es sólo el principio de lo que algunos llegan a catalogar como una nueva revolución industrial, como veremos más detenidamente en este manual.

El fenómeno más palpable de la redefinición de lo noticioso como información útil y con enfoque en la comunidad lo encontramos en el surgimiento de la prensa gratuita. Aunque a principios del siglo XXI se le presta más atención desde el punto de vista empresarial y financiero los dueños de la prensa tradicional apuntan a ella como el enemigo a batir, más que el mismo Internet nos interesa aquí señalar los elementos que la han convertido en favorita de la audiencia. Según datos del Estudio General de Medios de diciembre de 2003, *20 Minutos* y *Metro* eran, respectivamente, el tercero y cuarto diario más leído de España, tan sólo por detrás de *Marca* y *El País*, y por delante de *El Mundo*, *El Periódico*, *ABC* y el resto de la «prensa seria».

Surgida en Estados Unidos en los años sesenta como alternativa a los medios tradicionales, la prensa gratuita basó su éxito en depender sólo de pequeños anunciantes de la comunidad, lo que le permitía afrontar con libertad determinados temas políticos y sociales, a la vez que se convertían en referencia obligada para conocer la actividad cultural y lúdica de la ciudad. *Village Voice* en Nueva York y *LA Weekly* en Los Ángeles siguen siendo los más visibles representantes de los *Independent Weekly*.

En España, ya en los años noventa, existía una serie de publicaciones periódicas gratuitas dirigida a sectores específicos: comunidad homosexual (*Shangay Express*), universitarios (*Generación XXI* o *extranjeros In Madrid*). Pero fue la entrada a finales de la década de las dos grandes multinacionales europeas de los gratuitos metropolitanos *Metro International* y *Schibsted* la que revolucionó el panorama de la prensa diaria en las grandes ciudades.

Desde entonces, y como sucede en otros países, se suceden las fórmulas con el denominador común de la distribución gratuita y los contenidos estrictamente locales, y grandes grupos mediáticos como *Vocento* y *Zeta* ya manejan decenas de cabeceras en muchas localidades españolas, no sólo en las grandes capitales.

Metro Internacional publica también ediciones metropolitanas {commuter newspapers, en la jerga profesional) en Buenos Aires y Chile, pero la manifestación más interesante de la prensa gratuita en Latinoamérica es la de los «periódicos populares», dirigidos a la clase trabajadora y a lectores de escasos recursos económicos pero con suficiente educación. Abundan en ellos el color y los gráficos, y se venden hasta un 70 por ciento más baratos que los periódicos tradicionales.

Algunos de los más destacados son Nuestro Diario (Guatemala), El Correo (Perú), Diario Gaucho (Porto Alegre), Diario Agora (Sao Paulo) o Al Día (Costa Rica).

3. El concepto de objetividad

Pocos términos hay en la profesión periodística tan usados, abusados, manipulados y malinterpretados como el de «objetividad». Lo entrecorramos aquí como hacemos con los términos que se emplean con un significado diferente al que en realidad poseen.

Durante muchos años, tanto en español como en inglés, «objetividad» ha sido sinónimo de calidad y veracidad en la redacción y el reportaje periodísticos: todos los periódicos se han declarado «objetivos»; a fulano de tal se le ha catalogado como un gran periodista porque es «objetivo»; la información, por encima de todo, ha tenido que ser «objetiva».

Objetividad, sin comillas, es la cualidad que se presume a las noticias según la cual éstas son reportadas y redactadas sin sesgos ni prejuicios, ateniéndose sólo a aquello que el periodista ha presenciado o se le ha dado a conocer, sin comentarios personales, sin juicios de valor. Suena bien y, en efecto, todo periodista, todo medio debe ser objetivo.

El problema radica en que la objetividad es necesaria, pero no suficiente para garantizar la validez de una noticia. Es un medio para proporcionar una buena información, pero no debe ser un fin en sí misma. Cuando la objetividad se convierte en fin, los periodistas se obsesionan con reportar sólo los hechos, aquello que difícilmente está sujeto a discusión: el qué, el quién, el cuándo, el dónde y el cómo.

Pero, ¿nos da este tipo de cobertura toda la verdad sobre los hechos? A menudo se considera «objetividad» ofrecer las dos versiones sobre un asunto controvertido; pero, ¿y si el reportero sabe que una (o las dos) versiones son falsas? ¿Y si el lector no sabe exactamente de qué se está hablando? Los periódicos están llenos de declaraciones de funcionarios que dan visiones muy dudosas de la realidad sobre temas de los que el lector medio no llega a entender su alcance. ¿Se está siendo «objetivo»? Sí. ¿Se está sirviendo a la verdad, puede el lector usar esa información? No.

Enlace cultural: televisión y objetividad

La obsesión de la prensa escrita por la objetividad tiene mucho que ver con la aparición de la televisión como medio informativo. Hasta entonces, los periódicos se identificaban más o menos explícitamente con una tendencia política y se conformaban con alcanzar al público que compartía esas ideas.

La televisión, por su parte, nació en casi todos los países como un servicio público dirigido por sus respectivos gobiernos o bajo una estricta reglamentación en cuanto a sus contenidos, por lo que desde el principio se adoptó en los noticiarios la máxima de la objetividad. La información debía llegar a toda la población y no se permitían sesgos ni tomas de partido.

Los diarios experimentaron una notable pérdida de lectores, lo que les obligó a replantearse su manera de informar. Paulatinamente se fueron desprendiendo de cualquier afinidad política y abrazando la máxima de la objetividad para recuperar esa audiencia suscrita a la novedad de la televisión.

Hoy día, al igual que sucede en la sociedad en general, cada vez se hace más difícil encontrar en la prensa diferencias entre las ideas propuestas desde los diferentes sectores del espectro político. Este fenómeno es global y complejo, pero son muchos los críticos que apuntan a la televisión —a su capacidad para llegar a todo el público— como una de las principales causas de esta uniformización del discurso político.

Comentando la cobertura que algunos medios norteamericanos hicieron de los conflictos raciales de los años sesenta en los Estados Unidos, Melvin Mencher (1991: 46) apunta que:

Los periodistas comenzaron a idear la manera de escapar a las constricciones que impedían contar la verdad. Una de sus respuestas fue mirar detrás de las historias noticiosas en busca de causas y encontrar a aquellos con la autoridad necesaria para hablar sobre posibles consecuencias.

Buscaron ofrecer una nueva-dimensión a su función de taquígrafos examinando el bagaje de las afirmaciones hechas y la causa de las acciones, y buscando «la verdad de los hechos». Este tipo de periodismo (...) mueve al lector, oyente y televidente más cerca de la verdad.

Los hechos son estrellas que nos proporcionan guías en la navegación hacia la verdad. Pero no pueden iluminar totalmente nuestro viaje. Requieren contexto, significado.

Algunos «puristas» de la «objetividad» critican que, en la búsqueda del contexto y la significación de los hechos, el reportero puede introducir el elemento subjetivo, pues todos tendemos a buscar la explicación y los porqués más acordes con nuestra visión del mundo. Esto es cierto, pero tengamos presente que la objetividad absoluta es imposible de alcanzar. La mera selección de unas historias sobre otras para ser reporteadas, o incluso su ubicación dentro del periódico (primera página o escondida en el interior), ya implican un juicio de valor por parte del medio. Como Miguel Ángel Bastenier (2001: 25-26) expone con vehemencia:

«Tomemos un hecho aparentemente diminuto. Un ciudadano del norte de África, por tanto emigrante, ha dado muerte a puñaladas a un madrileño (...) Exactamente los mismos elementos narrativos (filiación de víctima y victimario, lugar, hora, informe forense, declaraciones de testigos presenciales) dispuestos en el periódico de formas distintas (página, posición, número de columnas) contarán también historias esencialmente diferentes y, en principio, igual de válidas y comparativamente tan objetivas unas como otras.

Pero, más aún, incluso manteniendo inalterables las condiciones anteriores, si comenzamos la historia escribiendo en el primer párrafo «un emigrante» no digamos ya un «norteafricano» estaremos haciendo esa cosa tan horrible que es guiñarle un ojo al lector, diciéndole como quien no quiere la cosa que es la peor forma de querer hacer algo alerta los pueblos, que los asesinos están entre nosotros. (...) Obviamente, si en aras de una versión de lo que hoy muchos consideran políticamente

correcto, llegamos a la conclusión de que no hay que fichar al homicida, basándonos en que cuando un español mata a otro español no hacemos mención de nacionalidad alguna, es que estamos en mundos diametralmente opuestos. Y en cualquier caso, uno u otro tipo de diario, según su versión del mundo, preferiría también diferentes versiones de lo sucedido».

No existe una fórmula mágica para hallar la verdad detrás de cada suceso. Ya ofrecemos algunos ingredientes: contexto y significado; más adelante hablaremos de justicia y equilibrio como sustitutos de aquella «objetividad» mal entendida. El resto depende de la preparación y los medios al alcance del periodista y, sobre todo, de su honestidad.

4. Tipos de noticias

Atendiendo a la inmediatez y a la mayor o menor carga interpretativa que llevan las noticias, podemos dividir las en dos categorías básicas: noticias **duras** (hard news, en inglés) y noticias **blandas** (soft news). Bajo el rubro de información o noticia dura entran las notas sobre hechos que acaban de suceder, tales como discursos, declaraciones, crímenes, reuniones, manifestaciones y gran parte de los sucesos políticos y económicos del día. En ellas se relata qué sucedió y se trata de definir su impacto en los lectores. Estas son las notas con mayor inmediatez y menos interpretación de los hechos.

Por información o noticias blandas se entienden, en sentido estricto, aquellas que además de informar entretienen al lector, sustituyendo la inmediatez por el contenido humano o la novedad. Historias de éxito o tragedia personal, nuevas modas y costumbres y crónicas de la vida en la ciudad son ejemplos típicos de este tipo e historias.

Tradicionalmente, esta división ha servido también para diferenciar el periodismo noticioso del interpretativo, el «serio» del «ligero», la política y la economía de los espectáculos y la cultura. La novedad en el periodismo moderno es que la línea que dividía la información dura de la blanda es ahora difusa. Editores y reporteros han descubierto que para proporcionar al público las «noticias útiles» que demanda hay que buscar el ángulo de la historia que más afecta la vida del lector.

Surge así un tipo intermedio de notas: aquellas que con base en un hecho noticioso o duro adoptan un enfoque blando, mostrando el lado humano del asunto, tratando de buscar las causas profundas del problema o describiendo las posibles consecuencias. Tras el anuncio de la subida en el precio del transporte público, por ejemplo, el periodista puede salir a la calle a reportar cómo esa subida está afectando al ciudadano de menos recursos, qué piensa éste del tema, cómo lo está afrontando y qué alternativas se le presentan al lector que comparte el problema.

En este manual mantenemos, a efectos prácticos, la distinción entre periodismo noticioso e interpretativo. Sin embargo, como se verá en el desarrollo de los sucesivos temas, no concebimos una información noticiosa sin interpretación, ni piezas eminentemente interpretativas que no vayan respaldadas por información objetiva. En ocasiones, la diferencia entre una nota informativa y un reportaje interpretativo puede quedar reducida a la longitud, más que al contenido en sí.

5. Componentes de las noticias

Ya que hemos definido el concepto de noticia y varios de sus matices, vamos a completarlo ahora con otros elementos imprescindibles en la concepción de una noticia que pueda ser publicada. Estos son: exactitud, atribución, equilibrio y justicia.

a) Exactitud

Como consumidores de información, no solemos pensar en la necesidad de la exactitud, hasta que nos topamos con la falta de ella. Cuántas veces no hemos descubierto indignados en los periódicos que el nombre de nuestra ciudad está mal escrito, que un accidente que presenciamos no ocurrió en el lugar mencionado, o que el Producto Nacional Bruto de un país equivale, céntimo más o menos, al sueldo semanal que nos daban en casa cuando teníamos 12 años.

Son errores que quizá no alteren fundamentalmente el contenido de la noticia, pero que lanzan una señal muy negativa al lector: «Si el periodista no fue capaz, de constatar correctamente el nombre de uno de los protagonistas de la noticia, ¿qué no habrá hecho con la información relevante?».

Muchos de estas equivocaciones derivan de la premura con la que se trabaja, pero en la mayoría de los casos el principal causante es la falta de cuidado del periodista. Al finalizar de escribir una historia, éste debe revisar sus notas para asegurarse de que todo fue transcrito correctamente. Si existe alguna duda, debe volver a la fuente de donde obtuvo la información para confirmarla. Si esto no fuese posible, debe considerar suprimir la parte dudosa de la historia, o la historia entera si el dato fuese trascendente.

A veces, un error en una palabra, «¿dijo "dimisión" o "división"»?; una cifra, «¿son dos millones o dos mil millones?»; una fecha, «¿Lleva en el cargo desde 1989 o desde 1999?»; o una interpretación, «¿declaró que no pensaba presentarse a la elección o que se lo estaba pensando?», pueden dar al traste con una información e incluso causarle problemas al reportero y al medio que lo publicó. Esto es más frecuente cuando se escribe sobre un tema que no se llega a comprender y el sentido común no puede ayudar a deshacer la confusión. Hay que extremar entonces las precauciones y buscar la fuente adecuada.

La exactitud en los datos ofrecidos, por lo que representa, es un deber inexcusable de todo periodista y toda publicación que se consideren profesionales. Los buenos editores enfatizan este punto a sus redactores, y los profesores de periodismo responsables suspenden los trabajos con inexactitudes comprobables.

Enlace Internacional: datos erróneos

En enero de 2004, en un reportaje publicado en la edición internacional de Newsweek sobre el auge de la economía española en los últimos años, sus autores pretendían poner en perspectiva el fenómeno indicando que «entre 1970 y 1995 no se creó ningún puesto de trabajo, y la mitad de la economía era agrícola». Un somero "repaso a los anuarios estadísticos nos señala cómo en 1970 la agricultura representaba algo más del 11 por ciento de economía española, mientras que en 1995 había descendido a poco más del 4 por ciento. Quizá el periodista se confió al recoger la cita de algunas de sus fuentes y no la contrastó, después o, simplemente, se equivocó al recoger el dato. En cualquier caso, una pifia de este calibre pone en entredicho la exactitud de los datos del reportaje y, por extensión, toda la credibilidad del mismo. Por la trascendencia del medio y el momento político dos meses antes de las elecciones generales de 2004 este fiasco tuvo una amplia repercusión entre los profesionales de los medios en España.

b) Atribución

Detrás de toda información publicada debe haber alguien que se responsabilice de su exactitud y su autenticidad. Si el periodista ha presenciado directamente un suceso, él es el único encargado de asegurar la veracidad de lo reportado. Cuando la información es recogida de otra fuente, la reputación del periodista queda comprometida en caso de que sea falsa. Para curarse en salud y dejarle claro al lector quién es el responsable por lo vertido en la nota, el periodista tiene la facultad de atribuir la información sobre los hechos reportados.

Otro uso de la atribución es eliminarla posibilidad de una acusación de plagio. No es infrecuente la tentación de «tomar prestada» una era o un gráfico de otra publicación sin cargar el crédito correspondiente. La proliferación de revistas, periódicos y bases de cargos electrónicas han facilitado notablemente la apropiación de ideas ajenas. En un ambiente profesional serio, el plagio es motivo para el despido fulminante.

Normalmente, el término atribución se refiere a dos conceptos: a atribuir las declaraciones sobre un tema a su autor (citar): y a atribuir la información sobre un hecho que el reportero no ha presenciado. En el caso de las declaraciones, la complicación que ofrece la atribución es puramente estilística.

Dado que raramente el periodista es testigo de los hechos, surge la duda sobre la información que debe ser atribuida y la que no. No es necesario atribuir todo aquello que es de conocimiento público o sobre lo que existe un registro:

- El Congreso debatirá la próxima semana el proyecto de ley sobre telecomunicaciones.
- El banquero Daniel San Martín permanece bajo arresto domiciliario, acusado de fraude fiscal.

Tampoco hay que atribuir la información de contexto que ya haya sido hecha pública en informaciones anteriores sobre el mismo tema:

- El Gobierno estudia aprobar medidas urgentes para paliar los efectos del temporal que azotó la semana, pasada las Comunidades de Asturias y Cantabria, y que dejó un saldo de 12 muertos y pérdidas materiales por valor de 442 millones de euros.

Sí es necesario atribuir aquellas informaciones provenientes de fuentes y que sean acusatorias, contengan opinión o no estén suficientemente sustentadas:

- La economía española creció en los últimos 10 años por encima de la media que otros países del mismo tamaño y potencial económico, indica un informe del Banco Mundial dado a conocer ayer.

Siguiendo estos parámetros, el periodista habrá asegurado que la responsabilidad de una posible falsedad ya no sea suya, sino de la fuente. Lo que no estará garantizando, sin embargo, es que la información sea cierta. Retomando el concepto de la falsa objetividad, es conveniente señalar que el periodista ha de ser eminentemente escéptico ante lo que sus fuentes le dicen.

Obviamente, debido a las presiones de tiempo, no puede tratar de verificar toda la información que recibe (a veces no hay manera. aun con tiempo), pero sí tiene la obligación de contrastar todo aquello que resulte especialmente dudoso. El problema con las fuentes ya no son los errores involuntarios que también tiene el periodista sino la posible intención de engañar.

c) Equilibrio y justicia

Como mencionamos antes, estos son los términos que nos ayudan a definir con más precisión el difuso concepto de objetividad. Entendemos como equilibrio en el reporteo y la redacción la cualidad por la que en los asuntos polémicos y que asumo entre humanos no lo es el periodista busca siempre el punto de vista de todos los implicados en el problema.

Cuántas veces hemos leído la versión de las fuentes oficiales sobre la necesidad y la bondad de las medidas adoptadas para afrontar un problema, sin que tengamos la oportunidad de conocer la opinión de un portavoz representativo de aquellos afectados directamente. No se trata de medir centímetros de información para buscar un equilibrio numérico, sino de, por ejemplo, evitar compensar la publicación del texto íntegro de una ley con una breve nota sobre una manifestación violenta en su contra. Respecto a este tema, el Manual de Estilo de El País sugiere:

En los casos conflictivos hay que escuchar o acudir siempre a las dos partes en litigio. Aquellos dudosos, de cierta trascendencia o especialmente delicados han de ser contrastados por al menos dos fuentes, independientes entre sí a las que aludirá siquiera sea vagamente. Siempre se hará constar, en su caso, que determinada persona supuestamente perjudicada por una información no ha sido localizada. Pero se explicará con esta fórmula o similar: «este periódico intentó ayer, sin éxito, conversar con Fulano de tal para que ofreciera su versión». No se puede dar a nadie por «ilocalizable» por el mero hecho de que un redactor no le haya encontrado.

Por su parte, la justicia en la información implica el compromiso del periodista y el medio en la búsqueda de la visión más completa y apegada a la verdad de los hechos. El concepto, muy amplio, es coherentemente delimitado en el manual de estilo del Washington Post:

Los reporteros y editores del Post están comprometidos con la justicia. Mientras que las discusiones sobre objetividad son interminables, el concepto de justicia es fácil de entender y seguir para editores y reporteros. La justicia resulta de unas sencillas prácticas:

- Una historia no es justa si omite hechos de gran importancia o significación. La justicia implica que la nota sea completa.
- Una historia no es justa si incluye información esencialmente irrelevante en detrimento de hechos significativos. La justicia implica relevancia.
- Una historia no es justa si consciente o inconscientemente despista o engaña al lector. La justicia implica honestidad, franqueza, con el lector.
- Una historia no es justa si los reporteros esconden sus prejuicios y emociones detrás de expresiones tan sutilmente peyorativas como «rehusó», «a pesar de», «admitir» y «masivo». La justicia implica un lenguaje más directo que llamativo.

Reporteros y editores deberían preguntarse rutinariamente al final de cada nota: “¿He sido tan justo como podía?”.

Pocas prácticas van tan en contra de estos principios como la publicación de rumores. Sigue siendo algo tan habitual en el periodismo que casi no le damos importancia. La filosofía del «si eso dicen por algo será» o «si el río suena, agua lleva» se impone al juicio racional que descalifica al rumor como materia informativa.

Por definición, un rumor es una información que no tiene fuente responsable y que no se puede verificar, ya que generalmente tratara de asuntos íntimos de las personas o de acontecimientos futuros. Bajo esta perspectiva, un rumor nunca debe tratarse como noticia, ya que el periodista no puede atribuirlo ni verificarlo.

Tomar un rumor como noticia es expandirlo y favorecer a quien o quienes lo iniciaron en su beneficio o en detrimento de la reputación o los intereses de terceros. Algunos de estos rumores son hasta cierto punto inocentes, y así, hoy día proliferan los programas y las columnas de «chismes» sobre famosos, cuyo único sustento son comentarios «oídos por ahí» que casi nunca se confirman.

Lamentablemente, el mismo criterio puede acarrear males mucho mayores en temas de mayor impacto. En 1995, la empresa estadounidense Dow Jones difundió por sus servicios financieros de cable el rumor de que en México se había producido un golpe militar. La bolsa de valores se tambaleo, el peso se cayó y noventa millones de mexicanos vieron su economía un poco más hundida.

Aunque la impotencia de los periodistas para conseguir datos fiables de las fuentes oficiales favorece la tentación de dar crédito a informaciones sin fundamento, el deber del profesional serio y honesto es abstenerse de hacerlo. El código de ética de El País, por ejemplo, afirma que el rumor no es noticia, y aconseja que: “Cuando el rumor sea utilizado por alguna persona o grupo como arma arrojada contra otro, se podrá denunciar este hecho, pero sin citar las acusaciones difundidas mediante esta argucia”.

La única excepción posible surge cuando el rumor ha causado ya consecuencias sociales de conocimiento público. Es entonces cuando podremos utilizarlo como material noticioso, pero sólo para denunciar sus efectos (Rivadeneira, 1991).

La experiencia, que permite al periodista lidiar estos problemas con ciertas garantías, a veces se convierte en un obstáculo para la consecución de un reporteo justo. Conocedor de su oficio, el reportero deja la redacción en busca de noticias que encajen en los estereotipos que la profesión periodística va forjando en cada uno a través de los años, impidiéndole observar lo que de nuevo hay en los sucesos de cada día. El cliché, que trataremos más adelante como materia estilística, no se reduce a una mera cuestión de lenguaje; es también un asunto de interpretación de los hechos.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

Donald Murray (1983) señala alguno de los estereotipos universales de la profesión periodística:

- La víctima siempre es inocente.
- Los ejecutivos son obsesos del trabajo.
- Los funcionarios son vagos.
- Las amas de casa odian ejercer como tales.
- Los políticos son corruptos.
- Todos los homosexuales son promiscuos.
- Se está muy sólo en la cima.
- La ciudad es excitante.

Los noticiarios y periódicos de todo el mundo están llenos de historias que se reportaron tratando de que los hechos se ajustasen a estas ideas preconcebidas. Los periodistas y la audiencia conocen es estos y otros cientos de estereotipos según los cuales parece que se rigiera nuestra existencia, y se sienten cómodos con ellos. En los medios audiovisuales, que tienen que encapsular la realidad en segmentos de dos minutos y con imágenes impactantes, se puede comprender y hasta perdonar la carencia de imaginación, pero no en los impresos.

El reportero y sus superiores tienen la obligación de ir más allá de donde su colmillo les pueda guiar. Han de conservar, como comenta Murray, esa cierta ingenuidad que deje ver lo que hay de nuevo en cada historia.

CAPÍTULO VI

LAS FUENTES

Constituyen las fuentes toda persona (fuentes vivas) o depósito de información (fuentes documentales) que facilite algún tipo de información al periodista. Los depósitos de información son los fondos documentales que son los archivos públicos o privados, hemerotecas, bibliotecas, registro de todo tipo; y los soportes, es decir periódicos, revistas especializadas, investigaciones científicas, datos estadísticos, boletines internos de empresas o entidades públicas, textos académicos y literarios, material especializado en Internet, película, vídeo, fotografía, grabación de audio.

1. Las Fuentes Vivas

Son imprescindibles para todo periodista pues muchas veces son el medio para llegar a las fuentes documentales. Hay que tomar en cuenta que el mejor y más fiable confidente sin una prueba contundente, -prueba documental- resulta totalmente inútil. Lo mejor que puede hacer el investigador es estar en medio de una sana combinación entre fuentes vivas y documentales.



2. Las Fuentes Documentales

Hurgar en los textos de los periódicos debe ser un ejercicio permanente para un periodista de investigación, muchos reportajes han partido de una singular y válida interpretación de una declaración de un político, de una entrevista quizá intrascendente, de una pequeña nota informativa, que de alguna manera no convence al periodista y gracias a su “olfato” prefiere investigar más.

Los datos estadísticos, que por lo general los procesan empresas especializadas, pueden ser motivo de un sinnúmero de interpretaciones, de acuerdo a intereses y motivaciones que en muchas ocasiones distorsionan su significado más válido. En otros casos se ha investigado la distorsión de los datos por parte de sus propios autores para favorecer a uno u otro elemento a medir.

Los textos especializados en general suponen una investigación científica que ofrece un marco teórico frente a un hecho concreto. Por ejemplo si sale a la luz un estudio, realizado por universitarios sobre los índices de intoxicación por inhalación de gases del mercurio, podríamos investigar qué fábricas emanan estos gases en índices no permitidos y si el Estado cumple con las sanciones pertinentes.

Los boletines especiales informan lo que la entidad desea que se publique. Entonces un periodista de investigación, con la premisa que frente a un tema a trabajar existe una persona o un grupo de personas que impidan que el público conozca un hecho, se preguntará si todo lo que contiene ese boletín es verdadero o qué información puede estar distorsionada. Un boletín oficial siempre va a contener información y opiniones favorables a la empresa o entidad pública que la sostiene, y en ese afán de la “oficina de imagen institucional” no escatimará palabras ni datos para presentar una entidad eficiente con funcionarios de primerísima calidad trabajando 24 horas al día. Esta preocupación institucional por lo general lleva a ocultar datos o lo que es peor, maquillar y hasta distorsionar información que fácilmente un buen periodista puede descubrir.

Clasificación de las Fuentes

Las fuentes también podrán ser clasificadas como puntuales o continuadas en el tiempo (según el otorgamiento de la información), que se realicen en forma confidencial (con datos no atribuibles al emisor) o privadas o representativas de algún grupo social o institución.

Asimismo, las fuentes se pueden dividir con respecto a la temporalidad. Las dividiremos entonces en fuentes asiduas, que son aquellas que tienen un trato más o menos continuado con el periodista; y fuentes ocasionales a aquellas que se contactaron con el periodista en función a un asunto en particular o cuya comunicación es muy ocasional.

Sobre su contenido, a las fuentes podemos clasificarlas como puntuales o generales. La fuente puntual es la que utiliza el periodista únicamente para tenerla como referencia informativa, como por ejemplo un policía de tránsito o un especialista en terrorismo. La general, en cambio, es la que se utilizará para diversos fines informativos, como podrían ser un dirigente sindical o un especialista en relaciones internacionales.

Según la relación del periodista con las fuentes, estas se dividirán en públicas, privadas y confidenciales.

La fuente pública es accesible para todos o gran parte de los periodistas y es asumida por el mismo periodista. Las fuentes privadas, en cambio, son aquellas cuyo acceso es restringido y pueden ser o no asumidas por el periodista. Las confidenciales sólo son accesibles para uno o muy pocos periodistas y sus informaciones son de gran importancia y nunca son asumidas por el periodista.

También las fuentes podrán clasificarse como voluntarias o involuntarias. Las primeras prestan su colaboración informativa activamente; mas las segundas otorgan información bajo algún tipo de presión del periodista.

Tipos de documentación

1. Información Básica Publicada, que consiste en:
 - Información extraída de Internet.
 - Noticias de prensa diaria; válida por acumulación de referencias casuísticas: casos coincidentes, similares, asimilables, comparables.
 - Reportajes, informes y análisis sobre el mismo tema y/o caso, válidos para evitar repeticiones y reflexionar sobre puntos de vista nuevos.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

- Información y reportajes colaterales y/o complementarios, sobre temas y casos que tengan que ver, para “cruzar información”.
 - Grabaciones de vídeo y audio relacionadas con el tema y que puedan enriquecer la información obtenida por otros medios.
 - Propaganda institucional, asociativa o privada, sobre todo de carácter estadístico.
2. Documentación de referencia:
- Legislación básica sobre el tema a distintos niveles: estatal, regional, local.
 - Legislación específica sobre la casuística elegida.
 - Jurisprudencia relativa: casos vistos (y fallados) por altos tribunales.
 - Reglamentación legal comparativa: legislación del tema en otros países o en otras comunidades autónomas.
 - Normativa institucional: estatutos, reglamento interno, etc. de colegios profesionales, gremios, asociaciones, sindicatos, etc.
 - Documentación administrativa institucional y/o privada: contratos, acuerdos, minutas, memorando.
3. Expedientes Complementarios:
- Estudios técnicos, científicos, académicos, etc. sobre el tema.
 - Informes empresariales y/o institucionales.
 - Tesis doctorales y trabajos de investigación académica.
 - Páginas Web relativas (institucionales y/o particulares)
4. Bibliografía:
- El periodista deberá consultar, al menos, dos libros que contengan elementos útiles para entender el tema en profundidad.
 - Los libros pueden ser obras especializadas en el tema o que contengan temas especializados en el hecho a investigar, así como también manuales más generales o enciclopedias.

Manejo de las Fuentes

En toda investigación periodística se debe manejar gran cantidad de documentos, cuantos más, mejor. Sin embargo, si la documentación recopilada es escasa, es algo positivo pues eso significa que el tema no está muy tocado.

Entonces el periodista buscará en otras direcciones como entrevistas y contacto con expertos en la materia lo que ayudará a conducir por buen camino la investigación. Las entrevistas ayudarán a interpretar los datos y aportarán la certeza de que se está trabajando en algo sólido. También pueden indicar nuevas vías para trabajar, se trata de fuentes imprescindibles.

Hay que tomar en cuenta que la documentación debe ser fiable, es decir se debe optar por los medios de prestigio y los archivos públicos oficiales, obviar los pasquines, tabloides de dudosa reputación y fuentes vivas no oficiales.

En cuanto a la información obtenida de Internet, se debe verificar si es que provienen de la página web oficial del medio y de ser posible verificar su origen con otros medios, sus homólogos impresos por ejemplo. La documentación asimismo deberá ser variada, es decir no abocarse únicamente a los medios impresos o a cierta revista, también incluir los medios audiovisuales por ejemplo. El periodista debe tener amplitud y profundidad. Deberá dar preferencia a los medios especializados en el tema y no a los medios generalistas. Toda esta documentación deberá ser registrada, valorada y ordenada. Todo esto en función a la hipótesis de trabajo del periodista.

Fuentes no oficiales como confidencias y anónimos

Muchos reportajes empiezan con un simple rumor o confidencia. Allí dependerá del periodista, sabe manejar este rumor, es decir, analizarlo y combinarlo para saber valorarlo con la lógica y conocimientos que en determinado momento disponga el periodista. De esto, muchas veces depende que se inicie o no la investigación. Entonces, el periodista sabrá cuestionar el grado de credibilidad del rumor, sus posibilidades de ser confirmado y/o investigado. Si es posible realizar la investigación en base a este rumor, el periodista se abocará a la búsqueda de las fuentes de la información.

Muchas veces el periodista recibe determinada información de una fuente ocasional (aparentemente de poca fiabilidad). Lo que debe hacerse en ese caso es preguntar a esta fuente más detalles sobre la información; en caso de que sea un anónimo o información escrita, el periodista echará mano de sus habilidades de ir a los ambientes, lugares o personas posiblemente relacionadas con este rumor. A veces hasta la fuente más fiable puede engañar (conscientemente o no) alguna vez. Hasta las mejores fuentes pueden recurrir a otros rumores tomándolos como suyos y pretender que son válidamente confiables.

Es labor del periodista poner toda información en cuarentena antes de digerirla. Un tipo de fuente muy frecuente son las personas que merodean en el lugar de los hechos. Son individuos que hacen cualquier cosa por captar la atención del periodista con la esperanza de “aparecer” en el reportaje periodístico. Es mejor que el periodista pretenda creerles a estas fuentes, pues contrastarlas y poner en duda la información sería perjudicial pues se perdería tal contacto.

Atribución de fuentes

En el periodo de investigación, el suministro de información siempre se realiza pactando determinadas condiciones. Pocas veces la fuente autoriza al periodista a identificarla. En este caso se denomina información con atribución directa. En los casos en los que la fuente prefiere permanecer en el anonimato se llama atribución reservada. Otras veces, la fuente suministra información sólo para uso del periodista, y se denomina off the record.

- Información con atribución directa: El periodista tiene autorización para nombrar la fuente. Esta es la situación ideal porque se gana en credibilidad y tendrá un mayor valor informativo.
- Información con atribución reservada: Es la más frecuente. El periodista enmascara la identidad a través de las fuentes gubernamentales. Esta fórmula es muy utilizada por las fuentes que ponen en circulación información intoxicada, de ahí que sea necesario acogerla con reservas. Hay investigadores que sostienen que no se debería poner una información si la fuente no se deja identificar.

- **Off the record:** Cuando el periodista recibe una información confidencial no publicable. Es una información para su uso exclusivo, sin embargo no significa que no pueda hacer uso de esa información si ha sido verificada por otras fuentes. Hay muchos investigadores que no aplican esto porque no lo consideran bueno y prefieren realizar investigaciones más costosas o más incompletas, y no usar el off the record. Algunos periodistas no lo usan porque a veces una fuente pone el punto principal de una investigación y luego no se puede publicar. El off the record proporciona las pistas necesarias para una investigación. El off the record no tiene un carácter retrospectivo.

Relación con las fuentes.

El periodista investigador debe diferenciar las fuentes implicadas directamente y las que no tienen una implicación colateral. Es imposible establecer de antemano como se va a realizar la relación entre periodista y fuente. Lo que sí se puede definir son unas normas generales de estas relaciones.

Confianza: Es la característica más importante. Debe ser mutua, saber que se van a respetar los pactos.

Corrección: Imprescindible para que una fuente se decida a aportar información durante las primeras entrevistas. Es imposible acercarse de forma gradual y ganarse la confianza.

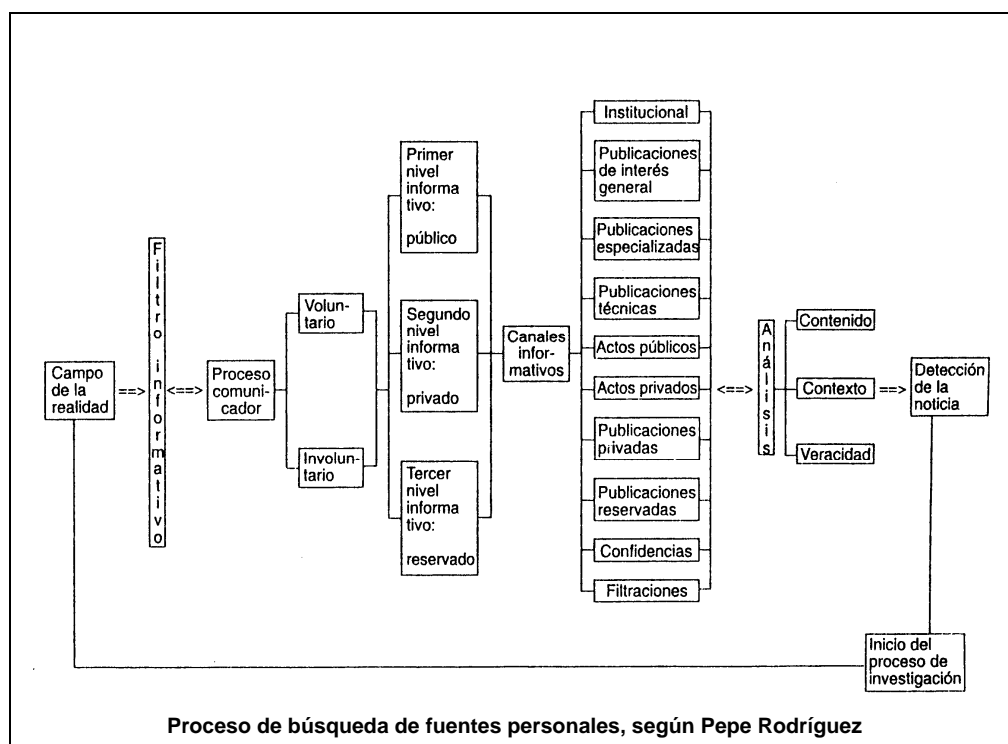
Respeto: Cuando una fuente revela una información imposible está traicionando algo que debe respetar.

Habilidad: Para saber dónde se puede presionar a una fuente pasiva para que se abra, o la habilidad para saber como llevar la relación. Con una fuente activa no hay que demostrar interés desmesurado por lo que queramos averiguar.

Persistencia: El periodista llama a muchas puertas, no cabe el desánimo.

Independencia: El periodista mantiene su independencia de la fuente para poder investigarla en cualquier momento.

Distancia: Cuando entre el periodista y la fuente hay amistad se puede poner en peligro la objetividad, por lo que se recomienda no establecer lazos afectivos.



Acceso a la Información

Una preocupación constante entre los periodistas de investigación y reporteros en general es la forma cómo se obtiene la información. Vale la pena hacer el intento de obtener la información por la vía legal, pues muchos funcionarios ceden un poco frente a tanto insistir y reconocen que guardar información traerá más problemas que entregarlos.

Cuando no es posible llegar al documento original se puede recurrir a la copia. El mundo de la burocracia supone muchas copias del mismo documento: contratos, órdenes de pago, actas, currícula, memorando, expedientes administrativos, oficios, etc.; que pasan de mano en mano con una larga lista de funcionarios que guardan una copia. Alguna fuente amistosa podrá entregar alguna copia de un papel archivado con un sello de confidencial o secreto.

Muchas veces los periodistas pretenden recoger información por la vía más complicada. Existen entidades públicas que ofrecen información (por lo menos oficial), de su organización y de sus archivos, por ejemplo Registros Públicos, la SUNAT, la RENIEC, entre muchas otras. También es posible conseguir información por medio de las grandes redes electrónicas (internet), que contiene gigantescos bancos de datos con información especializada y que funcionan en todo el mundo.

Cuando el acceso de la información se ve restringido, es necesario entrar en contacto con un tipo de fuente no oficial u “oficiosa” que el autor español Pepe Rodríguez diferencia entre los informantes y los confidentes:

En principio, distinguiremos entre fuente oficial y fuente oficiosa. La fuente oficial será aquella a la que se le puedan aplicar las etiquetas clasificatorias siguientes: ser preferentemente una fuente puntual, pública aunque algunas veces con rasgos de privada, voluntaria y con tendencia a ser mas bien asidua que ocasional. Este tipo de fuentes acostumbra a facilitar información más o menos institucionalizada y a asumir su paternidad. El valor de sus comunicaciones es notable para el informador, pero mas bien relativo para el investigador.

La fuente oficiosa, en cambio, será preferentemente de orden general (sin olvidar su componente puntual), confidencial aunque pueda ser también privada, tanto voluntaria como involuntaria e igualmente asidua como ocasional. Su información es más bien singularizada y original y no suele asumir la paternidad de la misma. El valor de sus comunicaciones es muy alto para el investigador, pero puede suponer un riesgo para el informador en el caso de que no contraste suficientemente sus datos.

La información que pasa desde estas dos clases de fuentes hasta el periodista está mediatizada, desde el emisor, por un filtro de confianza y/o de interés. El grado de confianza, en especial, es determinante para que una fuente oficial pueda comportarse

como oficiosa frente a un determinado periodista y no hacerlo frente al resto de colegas de profesión. El interés, resulta obvio, subyace detrás de todo proceso comunicativo iniciado a instancia de una parte y, es lógico también, tiñe la estructura informativa con su color particular.

En cambio, la relación entre periodista, informantes y confidentes (que seguidamente veremos) está mediatizada por un filtro en el que cuentan especialmente la amistad y la credibilidad en ambas direcciones. La amistad es algo que se logra (o no) con el trato personal más o menos continuado entre ambas partes. La credibilidad, por el contrario, sólo se logra con el trato profesional (el periodista, informando con seriedad y respetando los pactos con la fuente; la fuente, respetando los acuerdos con el periodista y acreditando que buena parte de su información está fundamentada).

Para el periodista investigador, tal como ya indicamos, las (buenas) fuentes oficiosas son las más apetecibles; vayamos ahora, por tanto, a desmenuzar y comparar los peculiares matices que distinguen a dos de estas fuentes oficiosas: el informante y el confidente. De hecho, definiremos a cada uno de los dos en función del tipo de relación que mantenga con el periodista.

El informante mantiene una relación ocasional con el periodista. En muchos casos limitada a una simple llamada telefónica o a uno o varios encuentros personales para informar sin más o para pactar con el periodista las condiciones en las que está dispuesto a entregar alguna información, documentación o paquete de documentación ya elaborada. El informante ocasional es una fuente inesperada y, en infinitas ocasiones, de enorme rentabilidad informativa.

Con el confidente se establece una relación habitual, producto de un trato personal más o menos prolongado. Podría decirse que el informante va en busca de la calidad profesional del periodista, mientras que el confidente, además, busca la calidad humana. Por eso, el rigor en el trabajo y la honestidad personal, a la larga, siempre incrementan la calidad de la agenda del periodista.

El informante, por regla general, aporta una información puntual, algo concreto sobre un hecho concreto. En cambio, el confidente suele ser una fuente de información amplia, capaz de aportar datos muy variados o de contrastar informaciones ajenas. Un confidente, con frecuencia, podrá ser de enorme utilidad para poder valorar algún dato procedente de un informante.

La relación con un informante es, habitualmente, una comunicación unidireccional, eso es que, tanto si la fuente acude en busca del periodista como si sucede al revés, el flujo comunicativo es monolítico y en una sola dirección (de la fuente hacia el periodista). Con el confidente, sin embargo, entramos en una comunicación bidireccional, eso es más fluida y con abundante intercambio de informaciones entre el periodista y la fuente. La confianza mutua está en la base de esta distinción; por ello, cuando se frecuenta la compañía de un informante la comunicación tiende a convertirse en bidireccional, cosa que, muchas veces, puede llevar hasta una indiscreción peligrosa y ser un error imperdonable. Por seguridad para el periodista, debería respetarse al máximo posible este aspecto, ya que la excesiva familiaridad con un informante puede ser la mejor forma de caer en una trampa.

Con alguna frecuencia los periodistas de investigación han utilizado el pretexto del informante para sacarle información a terceros y, lógicamente, otros la han utilizado contra mí para intentar conocer alguna de mis fuentes, datos que poseo, respaldo del que puedo disponer, etc. En estos casos, cuando se detecta algún posible sondeo de este tipo y dado que prefiero jugar a cortar tajantemente una relación que siempre puede ser sorprendente, suelo optar por facilitar datos de escasa relevancia o, si es útil, dar algunas informaciones intoxicantes. De este modo, los dossiers que los enemigos tienen son tan gloriosos como inservibles.

El informante, por sus peculiaridades, es un contacto de enlace, de paso; por ello, en cualquier proceso de investigación, habitualmente se toma a los informantes como estaciones informativas, como eslabones de una cadena informativa que se construye al margen de su más o menos importante colaboración. No ocurre igual con un confidente, al que normalmente consideraremos como un contacto terminal, como un elemento al que se acude finalmente para remachar nuestra cadena informativa o para comprobar la fortaleza de sus eslabones.

Como último aspecto definitorio, diremos que el informante dispone de una credibilidad a confirmar, ya que lo ocasional de su contacto impide que el periodista pueda conocer los antecedentes necesarios para confiar en él. Será la confirmación de los datos aportados lo que a posteriori, dará credibilidad y valor al informante.

El confidente, en cambio, dado el trato habitual con el periodista y el grado de conocimiento que se tiene de él, detenta a priori una credibilidad muy alta. Lo cual no debe significar, ni mucho menos, que se le tenga fe. Confiar es un comportamiento racional (con sus precauciones intelectuales), tener fe es irracional (con los reflejos adormecidos por el dominio emocional). En caso de darse algún posible error de un confidente, la responsabilidad sólo recaerá en el periodista. No hay que olvidarlo.

(Parte de este texto corresponde a la obra de Pepe Rodríguez, Periodismo de Investigación: técnicas y estrategias. Ediciones Paidós Ibérica 1996, España)

CAPÍTULO VII

LA NOTA INFORMATIVA

Cuando se trata la nota informativa coinciden conceptos como información y noticia y se conciben como un texto literario con algunas características particulares como por ejemplo que su elaboración se ajusta a los elementos básicos y más dignos de relieve que constituyen un hecho que ha cobrado el valor de noticia pues de alguna manera resume o cuenta con precisión y de manera sucinta algo que merezca ser conocido por una determinada población.

De hecho se trata de un acontecimiento verdadero que el periodista considera de interés general porque ha recogido, interpretado y valorado los datos que constan y que están listos para su difusión. Por lo tanto, se trata de la especie periodística del género informativo más rigurosamente objetivo.

1. CARACTERÍSTICAS

a. Los hechos a que se refiere la nota informativa se han desarrollado recientemente. La novedad y la actualidad son los elementos que deben originar el interés general, y cuando se trata de hechos actualizados se rescatan por la actualidad que algún aspecto de ella contiene. Se trata entonces de hechos nuevos que no solamente serán trascendentes para los intereses masivos sino, incluso intrascendentes o de valor restringido para algunos sectores del público.

b. Más que otra especie informativa, desarrolla el estilo periodístico, cuyas características son la sencillez, la claridad, la simplicidad, la precisión, la naturalidad, la originalidad, la brevedad, la variedad expresiva, la atracción, la corrección y la propiedad.

c. Se trata de un relato cuyo objetivo es informar; aunque parezca risible no se puede creer que en una nota informativa puedan aparecer expresiones que van más allá de la misma realidad de los hechos.

d. Si bien es cierto que la objetividad es relativa debido a la carga valorativa que impone el periodista desde la misma observación de los hechos de lo que se trata es de estar sujeto de la manera más rigurosa a la verdadera sucesión de hechos que se convierten en noticia. Por lo tanto, informar sólo se trata de contar lo que pasó, y esto se logra a través de la nota informativa.

e. Se trata de la redacción de un hecho noticioso que puede estar complementado por algunas otras informaciones que guarden relación con la primera y principal. En tal sentido, si el hecho referido en una nota informativa es amplio, requerirá no sólo ampliar la nota informativa, sino la redacción de otras nuevas que incluso pueden variar y salir de los patrones elementales de la nota y recurrir a especies como la crónica y la entrevista.

f. Es un relato breve, concreto, que pretende dar a conocer lo más importante y significativo que el periodista considera haber rescatado del hecho sucedido. De más está decir que será necesaria la amplia visión y mayor objetividad del periodista al momento de buscar la información. En el capítulo VI de este texto hay un amplio análisis del manejo de las fuentes documentales y vivas y su relación con ellas.

g. Martín Vivaldi sostiene que no hay notas cortas ni largas, sólo hay notas bien hechas, por lo tanto más allá de su extensión, como más allá de la cantidad de palabras, lo que se busca es ir al hecho, contar lo sustancial, resumiendo, englobando datos dando detalles sustanciales con tal que sean importantes.

h. Es un relato que tiene una estructura básica: entrada, cuerpo y remate. Tres partes que no sólo son inherentes a la nota informativa, sino que además son la característica elemental de la redacción de textos periodísticos en general, cuyo esquema podemos verlo en el siguiente cuadro:

ENTRADA	CAPTURAR LA ATENCIÓN
CUERPO	MANTENER EL INTERÉS
REMATE	SATISFACER AL LECTOR

2. CLASIFICACIÓN

a. Por la forma en que se presentan los hechos

1. Previsible: es la nota informativa que se redacta a partir de un hecho del cual el periodista ya tiene conocimiento previo y que se ha planificado su cobertura. En un medio de comunicación resultan los más comunes se incluyen las ceremonias, los discursos, las marchas, las conferencias, los eventos, todo lo que llega a la sala de redacción por medio de las notas de prensa y de los informantes.

La presidenta del Congreso, Mercedes Cabanillas, señaló que el nombramiento de Luís Alva Castro como nuevo ministro del Interior no significa el inicio del copamiento aprista en la administración pública.

2. Imprevisible: que son las que surgen de un momento a otro y que no está dentro de los patrones cotidianos y que resultan por su naturaleza prominentes, de gran magnitud y novedad como accidentes, muertes, catástrofes, etc.

Una empresaria que manejaba su automóvil a excesiva velocidad y con los faros apagados, atropelló y mató a un humilde anciano, en el kilómetro 44.5 de la antigua Panamericana Sur, distrito de Punta Hermosa.

b. Por la naturaleza del hecho

1. Simple: contiene noticias cuya constatación resulta relativamente sencilla para el medio. Se trata de hechos comunes que conforman la estructura básica del diario y no requieren de mayor profundidad. En este tipo se incluyen incendios, accidentes, delincuencia, enfermedades, notas personalizadas, entre otras.

El Senamhi informó que una tormenta de verano con una duración aproximada de una hora cayó la madrugada de ayer sobre los distritos de Chosica, Carabayllo y Puente Piedra. En distritos como Breña, Surco y San Martín de Porras también se advirtieron algunos truenos y centellas.

2. Compleja: requiere de mayor explicación pues se trata de una nota que contiene más de un tema conectado y que supone mayor investigación y especialización del redactor.

3. En este campo se incluyen notas de procesos judiciales, de reuniones especiales, de economía, política, partidos y gobierno.

La Comisión Permanente del Congreso aprobó ayer por unanimidad, en segunda votación, el proyecto de ley que incorpora como circunstancia agravante del delito de robo o agresión, el hecho de que la víctima sea un turista nacional o extranjero, establece penas severas. Incluso, cadena perpetua.

c. Por el desarrollo del hecho

1. De suceso: cuando el hecho noticioso es completo y visto como un todo.

María Felices, titular del 38° Juzgado Penal de Lima y jueza a cargo temporalmente del 42° Juzgado Penal, declaró improcedente el pedido de semilibertad que Clímaco Basombrío Pendavis, el llamado “Loco del martillo”, presentó para abandonar el penal de Lurigancho.

2. De acción: cuando se relata una serie de sucesos que progresivamente se han realizado.

Un accionista de la empresa azucarera Andahuasi fue secuestrado, asaltado y golpeado salvajemente por sus plagiarios, luego fue abandonado en Huaura.

3. De declaración o cita: que toma como técnica la entrevista para que en base a las declaraciones del personaje se ejecute la nota informativa.

Durante su presentación ante la Comisión de Fiscalización del Congreso, el ex gerente de la automotriz Gildemeister, José Cariola Santa María, reveló que ese consorcio no sólo prestó vehículos marca Hyundai para la campaña electoral de Unión por el Perú, sino también del Apra y Unidad Nacional.

3. LA ENTRADA

La entrada o “lead” es el primer párrafo de la noticia, Se considera como el elemento más importante de la nota informativa porque resume el contenido de lo que a continuación se detalla así como también presenta algunos elementos llamativos de la nota que servirán de gancho para continuar con la lectura.

Su importancia radica en que el lector puede darse una idea bastante aproximada de lo que trata la noticia, a través de ella, el lector se oriente y puede tener también, la facultad de leer diversas notas y darle un vistazo de manera más o menos profunda. Pero si el lead es flojo, es decir, poco atrayente para el lector, éste no tendrá interés en continuar la lectura, por lo tanto no sólo debe despertar el interés del lector sino también obligarlo a leer el resto.

Estas dos condiciones de resumen e impacto obligan al periodista a redactar una buena entrada y la condición principal para lograrlo radica en que el periodista debe adiestrarse en reconocer el aspecto noticioso de un hecho por más bien redactado que esté.

El suboficial de la Policía Nacional, Julio Enrique Núñez Ortiz, de 46 años, murió ayer a consecuencia de una severa conmoción cerebral, tras ser atacado a pedradas por varios pandilleros en La Victoria.

Desde que se fue dando forma a la nota informativa, los periodistas siempre han querido responder cinco preguntas elementales que en inglés se les conoce como las 5W :

- Qué - What
- Quién - Who
- Cuándo - When
- Por qué - Why
- Dónde - Where

En países de habla hispana se ha incluido dos preguntas adicionales como el “Cómo” y el “Para qué”

En la actualidad resulta muy difícil encontrar entradas periodísticas con más de tres respuestas a estas preguntas, elaborar una entrada con todos estos siete elementos podría resultar extremadamente rígido y complejo, por lo que se prefiere ubicar entre estas siete preguntas las más importantes, las que revelen mejor la información. Para ello Fred Fedler (1993) propone las siguientes cuestiones:

- 1.- ¿Cuál es la información más importante, el principal punto o tema de la historia?.
- 2.- Qué se hizo o dijo sobre el tema: qué sucedió o qué acciones se tomaron?
- 3.- ¿Cuáles son los acontecimientos más recientes, qué ocurrió ayer u hoy?
- 4.- ¿Qué hechos afectará o interesarán más a mis lectores?
- 5.- ¿Cuáles son los hechos más inusuales?

Consejos para elaborar buenos *leads*

- 1.- Las mejores entradas se componen de una sola oración, evitar la acumulación de dos o tres oraciones dentro del mismo párrafo evitará repeticiones o enredos fuera de lugar
- 2.- Si hay que utilizar más de una frase dentro de la entrada hay que analizar si las siguientes frases son complemento de la primera.

El ministerio del Interior y la Policía Nacional lanzó el miércoles el Plan de Seguridad Escolar 2007 que garantizará el normal desarrollo de las actividades escolares. Este lanzamiento contó con la presencia del ministro Luis Alva Castro, y el titular de Educación José Antonio Chang.

- 3.- La construcción de la frase en la entrada debe ser simple: sujeto - verbo - predicado, evitando los las frases introductorias, aclaratorias.
- 4.- Preferir los verbos activos, directos y con mayor fuerza:
 - llevaron a cabo una reunión - se reunieron
 - hizo una denuncia - denunció
 - algunos miembros del público - algunas personas
 - el arresto tuvo lugar - lo arrestaron en
- 5.- Ser breves. Se recomienda que en prensa o periodismo escrito no se exceda de 30 palabras
- 6.- La entrada no debe contener muchos nombres y cargos o una retahíla de datos o cifras que podrían entorpecer la comprensión de la entrada. Esos datos los podemos acomodar en algunos párrafos adicionales o por último en un cuadro adicional.
- 7.- Considerar lo más importante arriba, la nota informativa debe contener noticia no sólo desde el primer párrafo sino desde la primera línea.

Tipos de entradas

Existen dos típicas formas de hacer entradas: las de **Resumen** y las de **Impacto**

- Las de **RESUMEN**, también conocidas como **directas**, como su propio nombre lo indica tratan de resumir los hechos más importantes. Se refieren de manera directa a responder las 7 preguntas elementales del periodismo, como dijimos, empezando por la respuesta más fuerte y pudiendo no responder todas.

Por lo tanto, se puede empezar por el **Qué** (Un voraz incendió se inició esta madrugada...), **Quién** (El ministro de Relaciones Exteriores...), **Cómo** (mientras supervisaba el manejo de maquinaria pesada, el presidente...), **Cuándo** (Esta madrugada el centro....) **Dónde** (El centro comercial Polvos Rosados fue escenario de la peor...), **por que** (Debido a los continuos asaltos...), **para qué** (Con el fin de erradicar...)

- Las de **IMPACTO**, también conocidas como las **indirectas**, no van al centro de la noticia desde el principio, lo que pretenden es captar la atención del lector para engancharlo en la historia que a continuación van a leer. Los temas por lo general no son de suma actualidad y más bien refieren a hechos cuyo interés radica en lo humano del asunto. Los límites en este caso los tiene el periodista quien haciendo el mejor uso de la originalidad va a plantear la entrada desde una perspectiva muy particular.

Las más conocidas son las de cita textual, cuando hay referencias de declaraciones; las de retrato, cuando describen las circunstancias; las anecdóticas, cuando hay un elemento de la historia que llama la atención; los de sorpresa, cuando la historia da un giro diferente al esperado; las capsulares, extremadamente pequeñas que no pasan de diez palabras, las tabuladas, las que suponen más de una información y que exigen incluso dos párrafos.

4. EL CUERPO

En esta parte de nuestro trabajo presentamos el capítulo 8 de libro “Escribir en Prensa” de José Luís Benavides Ledesma y Carlos Quintero Herrera, cuyas explicaciones son absolutamente claras para aprender a redactar el cuerpo de la nota informativa.

El cuerpo de la nota informativa

1. Organizar los datos

Ya hemos visto cómo redactar el primer párrafo de la noticia; ahora nos toca desarrollarla, escribir lo que se conoce como el cuerpo de la noticia, este cuerpo amplía, explica y refuerza el contenido del lead, además de aportar contexto y material de relevancia secundaria.

La manera en que organicemos los datos recopilados va a determinar en gran medida la comprensión de la información por parte del lector. El reportero deberá asegurarse pues, para comenzar, de que él mismo entiende la noticia; como mencionan Leñero y Marín, el periodista debe «tener un conocimiento previo del momento político y social que permita encuadrar el acontecimiento; tener una clara idea de lo que sucedió». El periodismo basado en el comunicado y la declaración, apoyado en una errónea interpretación de la objetividad, hace que a menudo el periodista tienda a redactar la información recabada tal cual, sin plantearse el alcance de la noticia en un marco de referencia más amplio.

Así, una vez que el periodista ha considerado a fondo el contenido de la información que posee, una de las dos grandes incógnitas que surgen a la hora de redactar ¿qué voy a decir? está contestada. La segunda, ¿cómo lo voy a decir? cómo voy a ordenar los hechos, datos, declaraciones de mis notas, es la que vamos a tratar de responder a continuación.

Cada noticia tiene sus ingredientes y su sabor particular, por lo que no se puede proponer una receta universal, sólo estructuras o formatos básicos que nos ayuden a encontrar el lugar de cada elemento en la redacción. Comenzaremos por el más tradicional para luego explorar otros más novedosos.

2. La pirámide invertida



Figura1. Estructura de la Pirámide Invertida.

Lo que dijimos para el lead directo se aplica también para el formato de pirámide invertida: es con el que se escriben la gran mayoría de las noticias. Acertada o no da una cierta sensación de equilibrio inestable la figura de la pirámide apoyada en su vértice viene a señalar cómo lo más importante de la noticia se coloca al principio; de ahí se va descendiendo hasta dejar lo menos relevante para el final.

Para el periodista, este formato tiene la ventaja de sumergirlo automáticamente en la labor cotidiana de análisis y síntesis en busca de los elementos más importantes de cada noticia. Además, si hay que reducir el espacio destinado a la nota, los editores pueden cortar uno o varios párrafos del final con la certeza de que no se pierde información clave. Hay que tener en cuenta que, bajo este formato, cada párrafo contiene una idea independiente y puede funcionar como si fuese el último.

Desde el punto de vista del lector, la pirámide invertida tiene la ventaja de permitirle abandonar la lectura en los primeros párrafos y aún así enterarse de lo esencial. Si se siente interesado, seguirá leyendo. Pero la pirámide invertida tiene también sus desventajas. Algunos profesionales sugieren que el orden decreciente no es el más indicado para contar historias: complica las cosas a quien redacta y priva al lector de cualquier elemento de sorpresa, perdiéndose el estímulo que para la lectura supone siempre la existencia de un clímax al final del relato. Estilísticamente, presenta el inconveniente de tener que repetir a menudo la información que ya se dio en el lead. Aunque las nuevas tendencias periodísticas favorecen estructuras más elaboradas y atractivas, el criterio pragmático se impone y la pirámide invertida sigue siendo el formato más utilizado para escribir noticias. El lanzamiento de la última entrega de Harry Potter en castellano podría reportarse así según esta estructura:

- Lead : Explica cuándo y cómo se realizará la presentación.
- Párrafo 1 : Identifica a la editorial y la traductora.
- Párrafo 2 : Da detalles sobre las diferentes ediciones y tiradas.
- Párrafo 3 : Contextualiza las ceremonias de lanzamiento de estas obras.
- Párrafo 4 : Amplía la información del párrafo anterior.
- Párrafo 5 : Cita a la directora de la editorial.
- Párrafo 6 : Amplía la cita anterior.
- Párrafo 7 : Cita a un sociólogo que explica el fenómeno.
- Remate : Recuerda la frase con la que suelen comenzar estos libros.

La pirámide invertida es el estilo más adecuado para historias «duras», breves y que tienen sólo un tema y una fuente. Este esquema simple da cohesión a los elementos de la noticia porque el lead concentra lo más importante, mientras que los demás párrafos dan información adicional. Observemos otro ejemplo tomado del bonaerense *Clarín*:

Lead de sumario (quién, qué, cuándo, por qué)

El juez federal Norberto Oyarbide dictó esta mañana inhibición del total de los bienes del ex presidente Carlos Menem, en el marco de la causa en la que se investiga si el ex mandatario ocultó una cuenta en Suiza.

Ampliación del por qué

El magistrado adoptó la decisión tras una declaración de Menem ante la Justicia de La Rioja en la que adujo no tener bienes para responder al embargo de un millón y medio de pesos que se trabó en su contra.

Información de contexto (antecedentes de la noticia)

No es la primera vez que el ex presidente asegura no poseer bienes. En 2001, en el caso por la venta de armas a Croacia y Ecuador, había mostrado la misma estrategia judicial al realizar una declaración similar ante el juez Jorge Urso.

Ampliación del contexto

En esa oportunidad no llegó a decretarse un embargo compulsivo ni una inhibición general de bienes porque Menem consiguió terminar en libertad antes de que terminara el trámite. Ahora, en el expediente que lleva adelante Oyarbide, el procesamiento dictado en diciembre por la Cámara Federal está firme.

Nuevos detalles (otras acciones del juez)

Según fuentes judiciales, Oyarbide ya tiene varios bienes identificados como propiedad del ex presidente: en sus declaraciones juradas, él mismo había detallado 26 lotes en Chilecito, dos casas en La Rioja capital, tres autos y un avión Cessna, entre otras propiedades.

Ampliación de lo expuesto en el párrafo anterior

Además, el magistrado mandó hacer tasaciones sobre una propiedad de Menem en el barrio de Belgrano, así como de tres aeronaves que serían propiedad del riojano.

Último párrafo (nuevo detalle sobre el cuándo)

La decisión se esperaba desde hace varios días, pero se demoró porque Oyarbide se encontraba en Ginebra junto con el magistrado Mario Seperoni, para tratar de resolver con sus pares suizos el trámite de varios exhortes que la Justicia argentina envió a Suiza sobre los presuntos fondos de Menem en ese país.

Ejercicio: la pirámide invertida

Los estudiantes buscarán en los diarios de los últimos días cinco noticias redactadas con la estructura de pirámide invertida. Las analizarán y explicarán por escrito como en el ejemplo propuesto cuáles son las ideas que contiene cada párrafo. A continuación, discutirán si el orden fue el adecuado para el contenido de la nota.

El segundo párrafo

Tras un lead de sumario, el segundo párrafo es casi tan importante, y casi tan difícil de escribir. Debe seguir dando información relevante, además de proporcionar una transición suave y lógica hacia el resto de la historia. Cuando el reportero yerra en su segundo párrafo, a menudo la nota queda desorganizada e insulsa, con el lector perdido.

A continuación veremos algunos errores típicos en la redacción de segundos párrafos y cómo corregirlos.

Nombres sin referencia

A menudo los leads hablan de un individuo y se comienza el segundo párrafo con un nombre. El problema es que a veces el reportero no establece el vínculo necesario entre ambos, es decir, que el nombre corresponde a la persona mencionada en el lead. El lector se ve obligado a adivinar, y aunque en la mayoría de las ocasiones acierta, la redacción pierde la claridad y la precisión que se le supone al estilo periodístico.

Para evitar el problema, basta con una o dos palabras que sirvan de transición:

Un ingeniero español fue secuestrado ayer por presuntos guerrilleros en un paraje rural del noreste de Colombia, según informa la emisora Radio Caracol.

Rafael Santos, que trabaja para la empresa....

Mejor:

El secuestrado, Rafael Santos, que trabaja para la empresa...

Discontinuidad en la información

Una vez hecha la transición, el segundo párrafo debe continuar con la noticia, dando más información sobre lo sumariado en el lead. Dependiendo de lo que se dijo en la entrada, el segundo párrafo podrá ampliar un dato ofrecido, explicar alguna de las preguntas básicas (qué, quién, por qué...), atribuir una cita o lo que el periodista considere más relevante.

El problema surge cuando decide abordar un tema diferente, algún detalle secundario que debiera ir más abajo en la nota. Ante un cambio de este tipo, el lector se confunde y pierde el hilo de la noticia.

Lead

La Consellería de Sanidad impulsará la regulación del uso terapéutico con extractos naturales de la planta del cannabis, según informó hoy el nuevo director general de Recursos Sanitarios de la Generalitat, Rafael Manzanera.

Tercer párrafo

Algunas investigaciones recientes demuestran que para tratar ciertas anorexias o los vómitos producidos por el tratamiento para atacar ciertas enfermedades, como es el caso del cáncer de mama, «los extractos naturales del cannabis responden mejor que ciertos medicamentos con el principio activo», señaló.

Mejor:

Cuarto párrafo

Manzanera, quien apoyó los estudios clínicos que actualmente se están realizando en esta materia, advirtió, no obstante, que promover el uso terapéutico de la planta entera del cannabis «será muy difícil», ya que «es complicado de evaluar con parámetros de la medicina actual las dosis necesarias para producir ciertos efectos».

En este ejemplo, el segundo párrafo original dejaba inconcluso el asunto principal de la noticia la posibilidad del uso terapéutico del cannabis, y saltaba hacia una información alejada de la idea presentada anteriormente ejemplos concretos de la aplicación de la planta.

Ejercicio: el segundo párrafo

En las noticias del ejercicio anterior, los alumnos analizarán cuál es la función que cumple en ellas el segundo párrafo. Luego, independientemente de que el original sea el más adecuado, elaborarán un segundo párrafo alternativo, explicando el porqué de su elección.

El último párrafo o remate

Puesto que el último es el párrafo con menos posibilidades de ser leído, el periodista sólo debe presentar en él los detalles menos relevantes de la noticia. Recordemos también que, en caso de necesidad, el editor suprimirá párrafos comenzando por el final.

Mecánica reporteril**El remate circular**

Como señalan Leñero y Marín, en algunos medios se respeta el párrafo final y se suprimen los anteriores en caso de necesidad. En estos casos, el remate sirve para dar una sensación de unidad, de circularidad, para hacerle ver al lector que la noticia acaba ahí. El remate entonces no deberá contener información relevante, pero sí algún elemento concluyente o ilustrativo, como una cita o el avance de futuras acciones relacionadas con el tema de la noticia.

En las notas con estructuras diferentes a la pirámide invertida es frecuente el uso del remate circular, que remite el lector a un dato o una persona mencionada al principio de la nota, dando a la información el sentido de unidad y circularidad que mencionan Leñero y Marín.

A veces el periodista tiende a hacer del remate algo «especial», por lo que es frecuente observar algunos errores en su redacción:

Establecimiento de conclusiones u opiniones

El reportero debe evitar la tentación de finalizar sus notas con un resumen o conclusión: Por tanto, las conversaciones entre gobierno y sindicatos, aunque difíciles, fructificaron en acuerdos que pueden ser decisivos de cara a la aprobación de la nueva Ley del Trabajo.

Sin duda, los administradores del Consorcio Municipal de Transporte tendrán que dar cuenta por el daño que han causado a la empresa.

En el primer ejemplo, el reportero resume y vuelve a repetir información que ya se debió ofrecer en el cuerpo de la noticia. En el segundo, se permite dar su opinión sobre el tema, error mayúsculo cuando de informar se trata.

Inclusión de información nueva

Si el reportero posee información adicional sobre el tema de la noticia, pero sin elementos para desarrollarla, no debe mencionarla en el remate. Puede desecharla o dejarla para una nota posterior, pero al incluirla en el párrafo final dejará al lector con la incógnita, despistándolo. Imaginemos una nota que nos habló de un choque en la presentación de autobuses propulsados por gas natural y que concluyera:

Estos días se supo también que la Consejería de Transportes planea construir una nueva línea de metro que aliviane el tráfico en la zona sur de la ciudad.

Aunque esté indirectamente relacionado con el tema principal, este remate propone un asunto totalmente nuevo que nunca llega a desarrollarse, con lo que el lector queda confundido.

Inclusión de información rutinaria o intrascendente

Otras notas terminan anunciando lo que no sucedió o no se conoce, lo que es casi siempre intrascendente y aburrido. Por ello, hay que evitar la tentación de concluir con expresiones como:

- Se desconoce cuándo se iniciará el juicio.
- No se abrieron averiguaciones sobre el caso.
- Los asaltantes no fueron capturados.

- Se ignora qué temas se trataron en la reunión.
- Igualmente, habrá que evitar la conclusión obvia, pródiga fuente de clichés de la prensa en castellano:
- El Secretario de Hacienda se mostró satisfecho de los logros alcanzados por el programa de reajuste.
- La policía mostró su confianza en la pronta liberación del secuestrado.
- La jornada electoral transcurrió en un clima de total normalidad.

Ejercicio: elección de remates

Los alumnos revisarán los remates de las cinco noticias escogidas y razonarán si fueron los más adecuados/ofreciendo remates alternativos, cuando sea necesario. Después discutirán si la nota está redactada de modo que cualquier párrafo pudiese ser el último.

Alternativas a la pirámide invertida

Como ya hemos mencionado, la pirámide invertida es el formato más coherente cuando se trata de redactar noticias simples, de gran inmediatez, y en las que se trata un solo tema y se toma información de una sola fuente.

En el periodismo moderno, preocupado por contextualizar el alcance de las noticias, éstas tienden a ser más complejas y completas cada vez, requiriendo de fórmulas diferentes que ayuden al periodista a organizar sus datos y al lector a visualizarlos como una unidad de significado y coherencia.

El avance en el diseño y la edición electrónicas permite además calcular y modificar la extensión de los textos sin recurrir a la supresión de párrafos. Así, el periodista dispone de más libertad para dar a su información una estructura diferente a la de la pirámide invertida, más elaborada.

De los muchos modelos e híbridos posibles, aquí hemos elegido tres: la «fórmula» del Wall Street Journal, la estructura de información de citas y la de «reloj de arena». No son estructuras rígidas ni estancas; son guías que pueden seguirse tan fielmente como el tipo de noticia lo requiera. Recordemos en este punto que todas las noticias son o debieran ser diferentes.

Ejercicio en grupo: estructuras de la noticia

El grupo se dividirá en equipos de dos o tres alumnos, de modo que se puedan cubrir los principales diarios de circulación nacional. Concertarán una entrevista con un jefe de sección, redactor jefe o puesto similar, para cuestionarlo sobre el estilo propuesto por el periódico a sus reporteros en la estructura de las noticias: ¿Pirámide invertida sólo? ¿Otras fórmulas? ¿En qué casos? ¿Desde cuándo? ¿Por qué? ¿Ventajas y desventajas de cada una? ¿Hay perspectivas de cambio? (Si no fuese posible la entrevista personal, se puede intentar el teléfono o el correo electrónico). Cada equipo preparará un reporte para la clase con esta información. Luego, la clase discutirá cuáles son las similitudes y diferencias entre los periódicos.

La «fórmula» del Wall Street Journal

Esta estructura, concebida por los editores del periódico neoyorquino, lleva al lector de lo específico a lo general. La idea es ilustrar el tema de la historia a través de su impacto en una persona, un lugar o un evento.

Se comienza con un lead indirecto, que puede ser descriptivo, anecdótico o narrativo, en el que se nos muestra al sujeto que ilustrará el tema. Éste es explicado en el párrafo de contexto lo más cerca posible de la entrada que debe dejar claro cuál es el punto de la noticia y por qué es importante.

A continuación se presenta el desarrollo de lo apuntado en el lead, así como las evidencias citas, datos, anécdotas, sucesos que apoyen lo expresado en el párrafo de contexto. Este cuerpo puede organizarse según diferentes puntos de vista o aspectos del tema principal.

El remate suele ser circular, incluyendo generalmente una cita o una anécdota de la persona retratada en el lead o una proyección de futuro sobre algo mencionado al principio de la noticia.

Esta estructura es muy flexible, y puede ser aplicada a gran cantidad de noticias, tanto «duras» como «blandas».

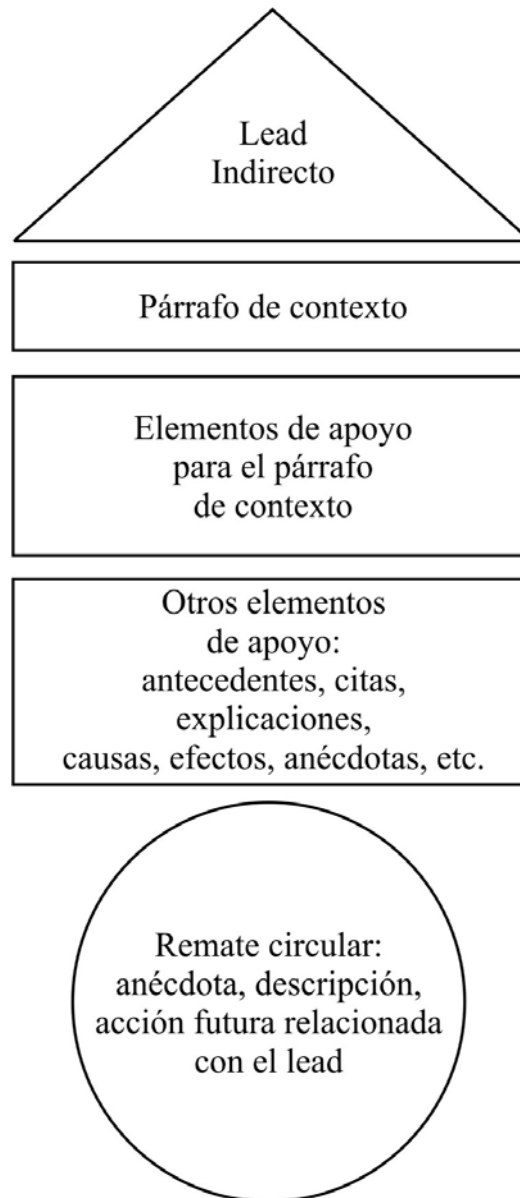


Figura 2. Estructura de la Fórmula del Wall Street Journal

Es especialmente útil a la hora de reponer información burocrática, pues siempre será más atractivo para el lector ver ejemplificado el tema de la nota en algo o alguien con quien pueda identificarse. La búsqueda del aspecto humano de la realidad es la base de esta fórmula, como lo es en gran medida de todo el periodismo que trata de ser moderno. Veamos esta información publicada por *The Times* de Londres y retomada por el desaparecido *México City News*.

Lead indirecto con énfasis en una persona

Era demasiada vergüenza para ser soportada. Incapaz de expiar el daño que su hijo había causado mortificando a otro niño en la escuela, un padre japonés se suicidó bebiendo una botella de fertilizante líquido.

Párrafo de contexto

Su muerte el jueves ha lanzado de nuevo a la luz pública la epidemia de abuso ijime que invade al riguroso sistema escolar japonés.

Párrafos de apoyo. Subtema 1

La ayuda británica

Los japoneses, en su preocupación por el problema, han buscado ayuda en Gran Bretaña. Un grupo de escolares del norte de Londres fue invitado el mes pasado a Tokio para dar una charla sobre como los niños británicos enfrentan este tipo de abuso.

La reacción japonesa a lo que los estudiantes británicos tenían que decir resalta la diferencia entre las dos sociedades.

Quedaron aparentemente sorprendidos cuando Claire Andrews, una consejera estudiantil de la Acland Burghiey School, dijo a estudiantes y profesores que los escolares deben unirse en defensa de los compañeros que sufren abusos.

«Si te mantienes firme y dices no, muchas veces se sentirán desconcertados por tu fuerza y coraje», dijo Andrews.

Párrafo de apoyo. Subtema 2

El carácter japonés

En Japón, las víctimas de abusos por parte de sus compañeros son consideradas tan culpables como los que los ejercen. Debido al énfasis del país en la mentalidad de grupo, cualquier estudiante que se sale del grupo es penalizado. Un niño, que se quejó a sus profesores de que estaban abusando de él, fue acusado de no esforzarse lo suficiente por adaptarse. A una niña le aconsejaron que fuera «fuerte».

Párrafo de apoyo. Subtema 3**Alcance del problema**

De acuerdo con estadísticas del Ministerio de Educación japonés, casi 60.000 casos de abuso fueron documentados el año pasado, y cinco niños se suicidaron como resultado del tormento que sufrían en la escuela. El ministro cree que el problema está, incluso, más extendido, ya que la mayor parte de los casos no se reportan.

Párrafos de apoyo. Subtema 4**El sistema educativo japonés**

Los padres atribuyen gran parte del problema al énfasis cultural en el conformismo. «En el rígido sistema educativo Japonés, los niños sienten que deben aguantar el infortunio» dijo el padre de un niño de 13 años que se suicidó por los reiterados abusos de que era objeto. Cuando el abuso alcanza niveles peligrosos, a menudo es a la víctima a la que se lleva con un consejero o se cambia a otra escuela, en vez de al que lo perpetra. Los niños sometidos a abusos, a menudo son considerados como «débiles» e incapaces de defenderse por sí mismos.

Esta actitud quedó reflejada recientemente cuando varios miles de escolares japoneses enfermaron a causa de una intoxicación alimenticia. Al volver a la escuela, cientos de ellos fueron marginados y ridiculizados por sus compañeros, quienes los consideraron débiles por haber sucumbido a las bacterias.

Párrafo de apoyo. Subtema 5**Otros culpables**

Además de responsabilizar a las víctimas de los abusos, los japoneses también culpan tanto a padres como a profesores y a alumnos. Esta actitud llevó a tomar su decisión al padre que se suicidó en el sur del país la semana pasada.

Su hijo abusaba tan cruelmente de un compañero de 14 años que éste acabó ahorcándose, en una nota en la bolsa del niño leía: «Si muero, ya no habrá más abuso».

Remate circular:**Cita y referencia al protagonista del lead**

En un esfuerzo por enmendar las cosas con la familia del niño, el padre del abusador trató de disculparse. «Vino muchas veces a vernos para decirnos cuánto lo sentía», comentó la madre del niño. La última ocasión fue sólo dos días antes de que ingiriera el fertilizante.

Ejercicio: la fórmula del WSJ

Cada estudiante buscará en algún diario reciente una noticia que, según sus criterios, pudiera haberse redactado según la fórmula del Wall Street Journal. La reescribirán según esta estructura, inventando si es necesario información secundaria que la nota no contenga. La intercambiarán con la de otro compañero para editarla y posteriormente discutir juntos el porqué de sus decisiones.

La estructura de información de citas

Al presentar las noticias que mejor encajan en este modelo, Carl Warren habla de «información de declaraciones» para referirse a un tipo de notas que a menudo plantea problemas al reportero: aquellas basadas en las afirmaciones vertidas por otros, ya sea oralmente o por escrito. En este rubro entran discursos, entrevistas, comunicados y el largo etcétera que los cargos públicos disponen para hacer llegar al periodista sus opiniones y proyectos.

La estructura consiste en combinar párrafos extraídos directamente de las declaraciones del individuo o institución con citas indirectas, resúmenes, paráfrasis y contexto para las citas elaboradas por el periodista, así como opiniones de afectados o expertos sobre lo declarado.

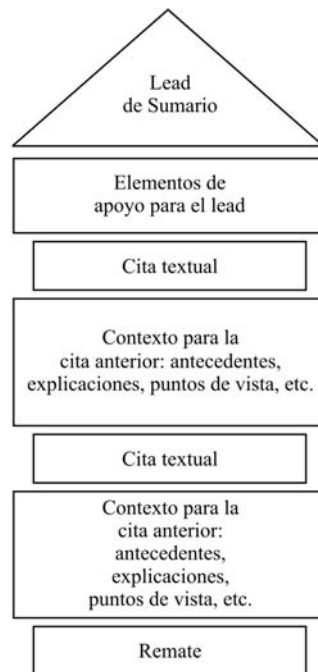


Figura 3 Estructura de la información de citas.

El problema radica en huir de la fórmula impuesta por el periodismo «recolector» del «Dijo... y luego declaró... y comentó...» que sirven muy bien a la fuente pero muy poco al lector. Por ello, los párrafos con contexto y otras opiniones deben ayudar a lector a digerir las afirmaciones vertidas y situarlas en un marco de referencia apropiado.

Esto se complica a menudo por el recurso habitual de las fuentes a organizar ruedas de prensa, conferencias y demás muy cerca de la hora de cierre de los medios. Cuando el evento haya sido anunciado con antelación el reportero podrá comenzar a investigar y a buscar fuentes alternativas.

Gráficamente, en lugar de una pirámide el modelo asemejaría más una serie de rectángulos: tras un lead de sumario, los siguientes párrafos van abordando temas de una importancia similar, agrupados en los diferentes subtemas que la declaración reportada pudiese presentar. Finalmente, el remate aborda asuntos de menor relevancia, información contextual o algún recordatorio de sucesos pasados relacionados con el tema principal.

Observemos esta nota aparecida en El Mundo sobre una declaración de las autoridades estadounidenses acerca de la seguridad en los vuelos hacia ese país:

Lead de sumario (qué, quién, por qué)

El gobierno de Estados Unidos ha vuelto a poner en alerta a las compañías de todo el mundo ante los temores de un nuevo ataque terrorista contra intereses norteamericanos. Los sistemas de control desplegados tras los atentados del 11-S no parecen ser suficientes para la Administración Bush, que ahora exige a las aerolíneas que vuelen a cualquier punto de EE.UU. que infiltren agentes armados en algunas de sus conexiones con aquel país.

Párrafo de contexto: impacto de las medidas en las líneas aéreas españolas

Así se lo hizo saber ayer a Iberia y Air Europa, entre otras decenas de compañías de todo el mundo que mantienen un tráfico regular con varias ciudades norteamericanas, que utilizan sus aeropuertos como punto para distribuir el pasaje que se dirige a diferentes países de América o que sobrevuelan el país.

Ampliación del párrafo de contexto

Impacto en Iberia

Iberia será la línea mas afectada, ya que tiene diariamente seis conexiones con diversos puntos de Centroamérica.

Cita indirecta, subtema 1

Policías armados en los vuelos

El aviso que fue remitido por las autoridades aeroportuarias estadounidenses vía correo electrónico, hacía referencia a la obligación de incorporar agentes armados en los vuelos a ese país con carácter inminente para prevenir atentados terroristas, según confirmaron fuentes de Iberia.

Cita indirecta ampliando el subtema 1

Respuesta de Iberia

La compañía no precisó cómo se iba a poner en práctica ese requerimiento y en qué momento debía entrar en vigor la medida, a la espera de recibir instrucciones del Ministerio del Interior, departamento que, en última instancia, es el responsable de tomar las decisiones que competen a la seguridad de los pasajeros.

Cita textual, subtema 2**¿Cuándo hacer efectivas las medidas?**

Según ha podido saber este diario, la Transport Security Administration (TSA), el organismo de la Casa Blanca responsable del asunto, señala en el correo electrónico que «las medidas de seguridad serán implementadas solamente y de forma aislada en los casos en que la TSA disponga de información de una amenaza específica y concreta en una línea aérea».

Cita indirecta, ampliación subtema 2

El Ministerio del Interior aseguró ayer que no ha recibido ninguna comunicación oficial al respecto de EE.UU., que por ahora ha optado por dirigirse directamente a las compañías.

Cita directa, ampliación subtema 2

«Cuando se reciba una comunicación, se evaluará, y si se nos comunica que existe una amenaza se tomarán las medidas oportunas», señalaron fuentes oficiales del ministerio que dirige Ángel Acebes. Este departamento no descarta incluir agentes armados en los aviones si resulta necesario.

Cita directa, subtema 3: reacciones del sindicato de pilotos

Por su parte, el sindicato español de pilotos, SEPLA, que ayer tarde no había recibido notificación alguna sobre las exigencias de las autoridades aeroportuarias estadounidenses, se sumó a la posición de sus homólogos europeos. A falta de conocer los detalles, fuentes de este sindicato afirmaron que, en principio «es bastante improbable que pueda acatarse esta medida a no ser que se modifique la legislación vigente».

Cita directa, ampliación subtema 3: opiniones del SEPLA

El Sepla asegura que la normativa obliga al comandante del vuelo, la autoridad última a la hora de tomar decisiones en materia de seguridad. Y añaden que si el piloto considera que hay riesgos para la seguridad «no iniciará el vuelo, haya o no agente armado».

Cita textual, subtema 4

Opiniones del COPAC

Por su parte, el Colegio Oficial de Pilotos de la Aviación Comercial (COPAC) aseguró ayer que acata la medida, aunque está en total desacuerdo con ella. Según el coordinador técnico de este colegio, Francisco Madrazo, la presencia de agentes armados dentro de un avión «es un riesgo, porque si en un momento determinado se dispara un tiro, éste podría dañar la estructura del aparato y producir una despresurización de la cabina».

Cita textual, ampliación subtema 4

Explicación de la posición del COPAC

En este caso, el avión debería descender para contrarrestar esa despresurización «en una maniobra que supondría un riesgo para la aeronave», dijo Madrazo, quien manifestó que la normativa española en esta materia establece que las armas de los pasajeros deben ser transportadas en bodega.

Párrafo de remate, ampliación subtema 4

Legalidad de las medidas

No obstante, según Madrazo, esta normativa excluye a las Fuerzas y Cuerpos de Seguridad del Estado, a los que sí se permite viajar con las armas en la cabina.

Ejercicio

Reescribir gacetillas

Cada estudiante buscará en un periódico alguna información de citas redactada según el estilo de gacetilla y la reescribirá según el modelo visto. Si fuese necesario, podrá inventarse información u opinión no contenida en la nota.

La estructura de «reloj de arena»

Carole Rich describe el modelo del «reloj de arena» con un comienzo como el de la pirámide invertida, proporcionando lo más impórtame de la noticia en un lead de sumario. Continúa con el recuento cronológico del resto de la historia o una parte de ella.

Se recomienda el uso de esta estructura cuando la noticia está compuesta de una acción de cierto dramatismo que amerita ser contada en orden cronológico. Historias de crimen o desastre, en las que el *cómo* es importante, son las que mejor se ajustan a este esquema.

La transición a la narración cronológica puede venir dada por una atribución general del tipo: «La policía ofreció la siguiente versión de los hechos» o «Así describieron testigos presenciales el accidente». Después de ésta, cada vez que se cite a una persona diferente hay que atribuir la información para evitar que el lector confunda las fuentes.

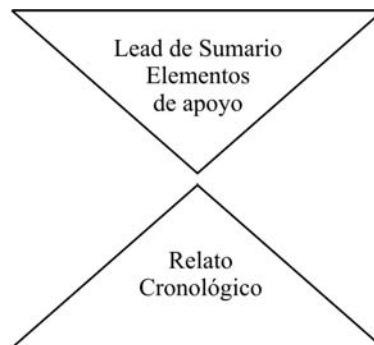


Figura 4. Estructura de «reloj de arena».

El modelo tiene la ventaja de añadir al relato un tono dramático más humano. La desventaja es que quizá haya que repetir parte de la información proporcionada al principio de la noticia, haciéndola más larga que la pirámide invertida clásica.

Observemos esta noticia aparecida en EL PAÍS de Madrid:

Lead de sumario (qué, cuándo, dónde, cómo)

El desfile de las carrozas del carnaval de Bilbao fue suspendido ayer después de que el concejal de Cultura, Jon Sánchez (PNV) acompañado por otros ediles del consistorio bilbaíno, tratara de negociar con las comparsas la retirada de una carroza de las alusiones reivindicativas de los presos de ETA.

Ampliación de los datos del lead

Una vez decidida la suspensión, los escoltas de los ediles populares y del concejal de Cultura tuvieron que proteger a los concejales del PP a la salida del recinto de la Feria de Muestras de Bilbao, cuando los integrantes de las comparsas comenzaron a insultarles y lanzarles objetos.

Contexto del por qué

En la víspera se había llegado a un acuerdo ambiguo entre las comparsas y los partidos para evitar suspender el desfile que todas las partes se comprometían a hacer «un buen uso» del pasacalle. La polémica había surgido tras la denuncia del PP de que una comparsa iba a realizar apología del terrorismo. La comparsa había decidido aprovechar el desfile para hacer una denuncia del «Xacobeo vasco que viven los familiares de los presos» etarras para visitarles en las cárceles.

Comienza desarrollo cronológico

Testigos presénciales afirmaron que desde el principio de la celebración se podían ver grupos que trataban de provocar a las fuerzas de seguridad que vigilaban el lugar.

Continúa el desarrollo cronológico

A las 18 horas, los representantes del consistorio bilbaíno se trasladaron a la Feria de Muestras, donde estaban las carrozas, para comprobar si había fotos de presos etarras. En la negociación, las comparsas propusieron a los representantes del Ayuntamiento sacar exclusivamente una carroza tapada completamente y con el lema «censurado». No hubo acuerdo.

Desarrollo de los acontecimientos

Cuando el concejal penalista se disponía a explicar a los medios las razones de la suspensión, comenzaron los gritos de «fuera, fuera». En medio de una situación cada vez más tensa, los presentes comenzaron a lanzar objetos a los ediles del PP, mientras los escoltas sacaban rápidamente a sus protegidos del recinto.

Final de los sucesos y declaraciones de los implicados

«Trasladando reivindicaciones políticas al ámbito festivo nunca nos vamos a encontrar», señaló Sánchez. Carlos García, uno de los concejales populares, explicó:

«Había 500 personas gritando Esukal pesoak Euskai Herrira como auténticos salvajes». Las comparsas acusaron al equipo consistorial de haberse «plegado» a las presiones del PP.

Una variación de este modelo es la estructura de pirámide. En ella se retoma la técnica de la narración de ficción, comenzando desde el principio por una narración cronológica hasta alcanzar el clímax al final del relato. Eso sí, dando alguna pista al principio de cuál es el desenlace de la historia.

La pirámide funciona mejor en historias cortas, inusuales, de modo que el lector no tiene que esperar mucho para saber qué sucedió. Esta estructura aporta a la nota toda la fuerza del drama, pero se corre a la vez el riesgo de perder al lector impaciente.

Ejercicio: redactar en «reloj de arena»

Cada estudiante pensará en algún acontecimiento noticioso reciente ocurrido en el campus o escuela donde estudia. Recopilará toda la información posible y redactará el hecho con la fórmula del «reloj de arena». Cada alumno leerá en clase su trabajo para recibir la retroalimentación de los compañeros y el profesor.

Transiciones

Idealmente, la estructura de la noticia debe conducir natural y lógicamente al lector de un párrafo a otro, de una idea a otra. Un párrafo presenta una incógnita que se contesta en el siguiente, o presenta una afirmación que se apoya en los datos explicados a continuación.

Unas veces la naturaleza misma de la información, otras los condicionantes de tiempo a los que está sometido el reportero, hacen que este flujo se dificulte. Las transiciones son palabras o frases que ayudan a resolver el problema.

Uno de los recursos más usados es el de *repetir una palabra clave o un pronombre*:

... El Instituto Nacional de Estadística anunció que el nuevo censo podrá estar listo dentro de un año y medio. Tendrá una fiabilidad del 98% y...

Mejor

Éste tendrá una fiabilidad...

También

Una nueva línea de metro será construida a lo largo del Paseo de la Castellana a partir del próximo otoño, informó la Comunidad de Madrid.

El tren recorrerá la Castellana desde el la glorieta de Emilio Castelar...

Para introducir las declaraciones de una fuente diferente a la anterior, es útil hacer algún tipo de identificación de la misma para continuar con la cita:

... El Presidente de la Conferencia Episcopal afirmó que la medida es un atentado contra la familia como institución.

Miguel Torres, sacerdote y sociólogo, recordó que...

Una sola palabra puede servir para llevar al lector de una idea a otra. Muchas de estas palabras van a estar relacionadas con el tiempo: después, antes, inmediatamente, mientras, entonces, pronto, ahora, a veces, frecuentemente y muchas más. En otras ocasiones, estas palabras implican una relación de causalidad: por lo tanto, por ello, así que, y otras.

Existen otras muchas palabras que, implicando diferentes tipos de relaciones, sirven para unir las ideas de diferentes párrafos. He aquí algunas: junto con, al mismo tiempo, con la excepción de, del mismo modo, debido a, por ejemplo, en otro orden de cosas.

Ejercicio: analizar transiciones

Cada alumno buscará en diarios recientes dos noticias que considere especialmente bien redactadas, y hará un reporte escrito de cómo el periodista manejó las transiciones entre párrafos e ideas.

Ejercicio en grupo: estructuras noticiosas por idiomas

De la hemeroteca o de Internet cada estudiante escogerá un periódico español, otro latinoamericano y un tercero escrito en inglés o francés. Contará el número de noticias que cada ejemplar incluye y analizará qué tipo de estructura de redacción predomina. Tras un examen comparativo exhaustivo de los tres periódicos, elaborará un reporte en el que explique sus hallazgos y su opinión de cómo diferentes estructuras influyen en la calidad de las notas y del contenido del periódico en general. Tras la exposición de los trabajos en clase, el profesor organizará un debate sobre el tema.

Citas y atribuciones

Como hemos visto hasta ahora, el periodista basa gran parte de la información que proporciona a sus lectores en lo que otras personas dicen, la efectividad en la intermediación del reportero entre la fuente y la audiencia depende del uso que haga de las citas. Estas pueden ser directas, indirectas y parciales. En las directas, el periodista cita las palabras exactas de la fuente, por lo que han de ir entrecomilladas en su totalidad. En las indirectas, el reportero parafrasea o resume con sus propias palabras lo que dijo la fuente, y por lo tanto no van entrecomilladas. En las parciales, sólo utiliza algunas palabras o frase clave de la declaración de la fuente y la cita directamente.

Uso de citas directas y parciales

El periodista usa las citas directas cuando la fuente expresa una idea interesante y lo hace de un modo especialmente inteligente, claro o inusual. Ayudan a apoyar la información presentada en la nota y le añaden ritmo, color y drama. Un modo de reconocer una buena cita es pensar si la idea se puede expresar mejor con otras palabras. Cuando un Ministro de Defensa dice «*Me hubiera gustado poder tomar la isla de Perejil hace ocho años*» o un Presidente del Gobierno dice sobre sus escándalos de corrupción «*Me he enterado por la prensa*», estamos ante declaraciones que merecen ser citadas directamente. Tienen un gran valor informativo y emocional, capaz de reflejar sentimientos y emociones intensas de las fuentes y de despertarlas en el lector.

Pero las buenas citas no están restringidas a los grandes personajes. Cualquier afectado o involucrado en un hecho noticioso puede ser fuente de afirmaciones dignas de ser citadas:

El detenido confesó los motivos del asalto. «Estaba harto de oír a los críos decir que tenían hambre». Dos semanas antes había perdido la propiedad del local en el que reparaba televisores. «Me avisaron del banco el mismo día y me dijeron que me dejara de excusas, que a ellos también les había afectado la crisis».

El reportero debe procurar valor emotivo aparte que las citas contengan información adicional sobre un tema. Normalmente, el periodista presenta un punto importante de la información, y utiliza citas directas para explicar la idea u ofrecer detalles más específicos sobre la misma:

Según el representante sindical, los propios trabajadores del centro han presentado escritos de reclamación por el escaso personal de que se dispone, ya que falta cubrir casi 100 plazas. «Sin embargo, la respuesta es siempre la misma: no se dispone de recursos para ampliar el personal. Tememos incluso que la mala atención al ciudadano pueda llegar a crear conflictos, agresiones y amenazas que, de momento, no han pasado a mayores».

Hay que tener cuidado en estos casos de no utilizar citas que se limiten a repetir con las palabras de la fuente lo ya mencionado con anterioridad en la nota:

Tras cuatro años de espera, los afectados por la intoxicación de la leche adulterada están decididos a llevar a los presuntos responsables a los tribunales, ya que no han llegado a ningún acuerdo en sus conversaciones.

«Estamos cansados. Son ya cuatro años y no hay respuesta. Estos van a juicio», declaró Emiliana Velasco, portavoz de los damnificados.

Cuando un suceso es dramático y requiere de descripciones vívidas, las citas de quienes lo vivieron llevan al lector al lugar de los hechos mejor que lo puedan hacer las palabras del reportero:

«Dos niños de mi familia, de 12 y 13 años, sobrevivieron al terremoto pero murieron después de frío, a la intemperie, durante la madrugada del viernes», explicaba ayer una vecina de Bam. «El resto, la mitad de mis parientes, está bajo los escombros».

Cuando de lo que se trata es de mostrar el carácter, la personalidad del protagonista de la noticia, las citas directas dan al lector la sensación de estar escuchando directamente al individuo y, de alguna manera, estar hablando con él. Volviendo a la nota sobre el terremoto de Bam:

Una niña de seis años yacía en una cama con una sonda en la nariz y la cabeza vendada: «Quiero que mi mamá busque mis muñecas, pero no puedo encontrarla», sollozaba.

Las citas, como las especias, dan sabor en pequeñas dosis. Y como ellas, no todas pueden ir en cada receta. Un mal cálculo en las proporciones acaba arruinando el plato.

Una información con demasiadas citas se entrecorta y resulta difícil de leer. Veamos algunos consejos para evitar que esto ocurra.

Hay que huir de esas citas que sólo dicen al lector que, en efecto, conseguimos la información directamente de la fuente, pero que son aburridas u ofrecen sólo datos o información incuestionable; como cuando un funcionario anuncia que «La asamblea general de partido se celebrará en Toledo, tal y como estaba previsto».

El presidente del club, Alberto Doval, presentó ayer su dimisión del cargo como consecuencia de una pésima campaña que casi acaba con el equipo en segunda división. «Como todos ustedes saben, la honestidad ha sido el valor que ha guiado mi gestión al frente de la entidad durante estos últimos 22 años. Hoy, cuando parece que ciertos valores están en declive, llega la hora a muchos luchadores de ceder la antorcha a otros que vienen con nuevas ideas, nuevos proyectos.

«Todos somos conscientes», prosiguió, «de que nuestros colores necesitan ayuda, y de que para conseguir esa ayuda hay que luchar con tesón. Pero tesón sin honestidad es como barco sin honra. Recuerden eso».

El problema de la cita no es tanto que el señor Doval sea aburrido y predecible la mayoría de los presidentes de equipos de fútbol lo son-, sino que el reportero ha desperdiciado dos párrafos y más de 90 palabras para no decir nada interesante.

En esta línea, hay que descartar también esas citas que constatan lo obvio y que resultan familiares porque las hemos oído decenas de veces:

- «Los chicos se dejaron la piel en la cancha, pero la suerte no nos acompañó», dijo el entrenador.
- Emocionado, el candidato dijo: «Haré que los electores no se arrepientan de su decisión».
- La artista comentó: «Fue todo un éxito. El público se portó fenomenal conmigo».

Los funcionarios públicos y fuentes expertas presentan un peligro adicional a la hora de ser citados directamente. A menudo su jerga es sólo entendible para los iniciados. El periodista deberá entonces asegurarse de que entendió el concepto vertido, y parafrasear a la fuente:

Respecto al incremento de los precios, el Subsecretario dijo que «la paridad euro-dólar ha creado una bolsa inflacionaria coyuntural, lo que unido a ciertas maniobras especulativas ha contribuido a la exacerbación de una tendencia ya confirmada».

Mejor

Respecto al incremento de los precios, el Subsecretario dijo que ya estaba previsto, y que se debió a la devaluación del euro y a la especulación inmobiliaria.

El uso de las citas parciales debe reducirse al mínimo. Muchas de ellas resultan artificiales e innecesarias. Las oraciones que contienen varias citas parciales resultan confusas y entrecortadas. El lector se queda en estos casos preguntándose que quedó fuera.

Su uso se limitará a aquellas declaraciones que resulten destacadamente polémicas, curiosas o interesantes, y que en toda su extensión pudiesen resultar largas o aburridas. Su uso ayuda en ocasiones a atribuir más claramente la declaración a su fuente:

- El embajador calificó de «descamisados y delincuentes» a los manifestantes.
- El líder de los agricultores afirmó que defenderían las tierras «más allá de lo que la ley diga o deje de decir».
- El ayuntamiento decidió prohibir el concierto de la cantante «por el bien moral del pueblo».

En las dos primeras frases, la contundencia de las expresiones justifica la cita parcial. En la tercera, el entrecorillado nos aclara que la razón de la prohibición procede de la fuente, no del periodista.

Cuando la declaración no lo amerita, la cita parcial ofrece un pobre resultado:

- La testigo declaró que lo había visto «con sus propios ojos».
- El delegado comentó que el sector necesita una «profunda reconversión».
- El escalador confirmó que todos conocían «cuánto riesgo había».

Mecánica reporteril: exactitud en las citas

¿Cuán exactas o textuales deben ser las palabras en una cita directa?

No existe un acuerdo universal sobre si hay que respetar totalmente las palabras de la fuente al citarla o si el periodista puede efectuar cambios en ellas. Fred Fedler encuentra dos bandos diferenciados es este debate: el de los «pragmáticos» y el de los «puristas».

Los «pragmáticos» son aquellos reporteros que consideran su principal responsabilidad hacer que las citas reflejen exactamente lo que la persona quiso decir, por encima de hacerlo con sus mismas exactas palabras. Aducen que la gente raramente se expresa con claridad, precisión y en oraciones completas, por lo que las citas han de ser «mejoradas» en su redacción.

Explican que los periodistas deben usar su sentido común para corregir lapsus obvios que hacen a la fuente parecer tonta. Estas correcciones han de hacerse especialmente sobre las declaraciones de gente no acostumbrada a lidiar con la prensa y, por lo tanto, más propensa a expresarse de una manera confusa.

Los «puristas» son, según Fedler, aquellos que insisten en lo «sagrado» de la cita, en que todo lo que se cite sean las palabras textuales de la persona que las pronunció. Ven en la alteración de las citas una forma de mentir al lector.

La riqueza y la elocuencia de la cita original puede perderse, y la fuente quedar como más elocuente de lo que realmente es. Temen que los lectores no entiendan la práctica y que los cambios en las citas faciliten a las fuentes el frecuente reclamo de que sus palabras «no fueron bien interpretadas». Sólo los errores gramaticales, palabras innecesarias muletillas y similares y obscenidades son, de acuerdo a esta tendencia, «retocables».

Cada reportero tiene su opinión sobre el asunto. A expensas de lo que el editor o redactor a cargo decida finalmente, el periodista debe usar su mejor criterio y obrar con honestidad al citar directamente a una persona, respetando siempre el sentido de lo expuesto y tratando de hacerlo con las palabras textuales. Si éstas no se recuerdan bien, empléese la cita indirecta.

La escritura de las citas y atribuciones

El donde y el cómo se escriban las palabras textuales, las comillas y/o las atribuciones van a repercutir en que las citas transmitan la información con la fuerza y la intención que el reportero les supone. Vamos a considerar a continuación algunos elementos importantes a la hora de escribir las citas.

Cada vez que se introduzcan las palabras de una persona distinta, habrá que hacerlo en un párrafo diferente, procurando introducir a cada persona con una transición para evitar confusiones, sobre todo cuando las citas son contradictorias o aparecen en párrafos consecutivos:

«La intervención fue complicada pero satisfactoria, dentro de la gravedad que presentaba. Al principio nos asustamos, pero la herida fue más aparatosa que profunda» dijo el cirujano de la plaza.

El banderillero Pedro Herrera, de la cuadrilla del herido, comentó: «Es de las peores cornadas que he visto en mi carrera. Aún tengo la imagen del toro enganchándolo por la axila».

No hay que atribuir la misma cita más de una vez. Aunque haya dos o más frases citadas de la misma fuente en un párrafo, con una atribución basta.

«Teníamos ciertas esperanzas de lograr algo en Cannes», comentaba el director de la película. «Ahora no nos queda más remedio que tener esperanza en que la taquilla funcione».

Si la cita contiene dos o más frases, es preferible colocar la atribución tras la primera, de modo que el lector no tiene que esperar hasta el final del párrafo para averiguar quién está hablando:

«La cuestión no es saber si Keynes estaba en lo cierto o no», explica el premio Nobel de economía. «Lo que nos debe importar hoy es calibrar si hay opciones a sus propuestas. No podemos asumir que todo ha cambiado, pero tampoco que todo sigue igual que al principio del siglo xx».

Se puede colocar la atribución en medio de la cita, pero procurando que no interrumpa la idea. No es la manera ideal de atribuir, pero es aceptable si la cita es muy larga.

«La paella», comenta el chef premiado, «no es el plato más típico de la cocina española, pero sí el más universalmente conocido. De hecho, no se puede hablar de un plato típico, pues cada región tiene su propia idiosincrasia culinaria».

También hay que limitar el uso de las elipsis (los tres puntos que indican la supresión de parte del texto) a los casos en que se trata de resumir citas largas de las que hay que cortar varias frases. Se debe poner mucho cuidado en no suprimir material que altere el sentido de lo que quiso decir la fuente. Este recurso es especialmente útil al reportar discursos, decisiones judiciales y declaraciones de carácter formal:

En su turno de réplica, el diputado abulense afirmó que «nadie en mi grupo está aquí para enriquecerse (...) sino para asegurarse que se cumple la voluntad de sus electores».

Es preciso recomendar también que expresiones del tipo «dijo a los periodistas» o «dijo a este periódico» sean reducidas a casos excepcionales. Las noticias son generalmente transmitidas por periodistas, por lo que no es necesario contárselo a los lectores.

Las citas presentan la complicación añadida de la puntuación. Aunque cada periódico impondrá su estilo a este respecto, hay varias normas ampliamente aceptadas:

Cuando una cita continúa en el párrafo siguiente, éste se abrirá con comillas, pero no se cerrarán en el anterior.

«Yo sé lo que hay que hacer», comentó uno de los afectados. «Hay que unirse para que la protesta realmente se haga oír. «Llevamos mucho tiempo quejándonos sin hacer nada, y eso tiene que cambiar».

La coma, el punto y coma y los dos puntos se sitúan fuera de las comillas. Los signos de admiración e interrogación se colocan dentro: «¿Que cómo ocurrió? Ya he contestado eso mil veces, ¿no?», dijo el testigo.

La atribución se separa de la cita por comas, no por guiones. Hay que abrir y cerrar comillas cada vez que esto ocurre «No lo sé», dijo el joven, «a mí me han traído a la manifestación».

Finalizamos con los consejos que Carole Rich propone al reportero para decidir si el material de que dispone es susceptible de ser citado:

¿Puede recordar la cita o su esencia sin mirar sus notas? Si es así, la cita puede ser memorable.

¿Hace la cita fluir la noticia? Si la transición repite el contenido de la cita, considere eliminar ésta o la transición. Una buena cita debe seguir al párrafo siguiente naturalmente, sin que requiera una introducción larga.

¿Es la cita lo suficientemente emocional o controvertida como para añadir interés a la nota?

¿Puede el reportero dar mejor la información con sus propias palabras? Si es así, mejor parafrasear.

¿Está incluyendo la nota para la fuente o para el lector? Esta es la principal cuestión. El interés del lector siempre tiene prioridad.

Elección de las palabras al atribuir

Las palabras que utilice el periodista al atribuir han de ser cuidadosamente escogidas de modo que no resulten parciales o incorrectas. La mayoría de los editores coincide en aconsejar el «dijo» y tomar precauciones con respecto a las demás: «comentó», «explicó», «declaró», «expresó», «afirmó», «concluyó», «añadió», «admitió», «indicó», «advirtió» y otras. El «dijo» es la única auténticamente neutral. En todas estas palabras hay un matiz que implica una actitud por parte de la fuente. Al usarlas, el reportero deberá cerciorarse de que reflejan exactamente el sentir de quien proporcionó la cita.

Por ejemplo, al usar «añadir» habremos de asegurarnos de que la fuente ya hizo algún comentario respecto al asunto tratado. Al decir que la fuente «destacó» habrá que asegurarse de que realmente dio a esa información más importancia que el resto.

El manual de estilo de El Norte/Reforma proporciona a sus reporteros una lista de palabras de atribución con la definición del juicio que implican. Destacamos entre ellas:

- **Aclarar:** Disipar lo que ofusca la claridad o transparencia, poner en claro, explicar, dilucidar.
- **Admitir:** Aceptar, recibir, reconocer, aceptar por presión algo que no quería.
- **Apuntar:** Insinuar algo; empezar a manifestar algo, señalar.
- **Aseverar:** Afirmar, asegurar la certeza de lo que se dice.
- **Concluir:** Acallar finalizar una cosa; terminar, inferir, deducir, sacar una consecuencia; poner fin a un informe y presentar conclusiones.
- **Comentar:** Hacer comentarios, explicar, glosar el contenido de una obra literaria.
- **Declarar:** Manifestar, enunciar, exponer o explicar.
- **Denunciar:** Notificar, avisar, declarar oficialmente el estado ilegal de una cosa.
- **Enfatizar:** Manifestar con afectación exagerada en la expresión, el tono, el gesto.
- **Indicar:** Advertir, enseñar, guiar, mostrar, señalar.
- **Puntualizar:** Referir minuciosa v circunstancialmente una cosa.
- **Recalcar:** Decir alguna cosa con lentitud y exagerada fuerza de expresión para que se entienda bien lo que se quiere expresar, enfatizar.
- **Revelar:** Manifestar un secreto.
- **Señalar:** Llamar la atención sobre una persona, hecho o cosa, apuntar.
- **Subrayar:** Recalcar, decir algo con lentitud y exagerada fuerza de expresión,

Enfatizar.

Muchos periodistas utilizan estas palabras incorrectamente, lo cuál no es justo para el lector. Además, cuando el error se comete con términos que tienen una connotación especial como «revelar», «desmentir» o «acusar», podemos estar perjudicando seriamente a la fuente.

Por todo lo anterior, los editores rara vez consideran abusivo el uso del "decir" en todas sus formas. Si el periodista no está seguro, v aunque en ocasiones suene extraño, puede repetir el «dijo» en una misma nota tantas veces como sea necesario.

Ejercicio final

Una vez llevado a cabo el reporte necesario bajo la guía del profesor, y tras haber discutido con éste el rema, cada alumno redactará las dos noticias que había elegido según dos formatos diferentes. Para la nota de mayor inmediatez usará la pirámide invertida, mientras que para la otra podrá usar cualquier modelo o mezcla de modelos alternativos.

El profesor se asegurará de que se consultaron las fuentes necesarias (siempre más de una), de que toda la información está pertinentemente atribuida y verificada y de que se le dio el mejor enfoque posible a la nota.

Se harán copias de cada trabajo que se repartirán entre el grupo para organizar sesiones de discusión sobre los méritos de cada texto: qué se hizo bien y que podía haberse mejorado.

LECTURA

Aproximación al largo recorrido (género seco y consideraciones generales)

En ocasiones, como se ha señalado, el periódico, aun de calidad, se ve o cree verse obligado a cubrir espacios informativos importantes con material exclusivo o básicamente de agencias. Entonces es cuando más cuesta renunciar al romanceado, como yo llamo a una narración periodística en la que el redactor se comporta como si todo o parte de aquel material lo hubiera obtenido directamente, como si no le hubiera sido facilitado sin mayor participación que la de estar abonado a un servicio que es igual para todos los usuarios.

Veamos un ejemplo parecido a ese tipo de planteamiento en *El País* del 27 de diciembre de 2000, que, además de ser un caso bastante extremo de romanceado, nos servirá para que desarrollemos una teoría general de las partes y tratamiento de la noticia, técnicamente válido para cualquiera de los géneros informativos que aquí estudiamos.

Cuatro columnas; página impar, la tres; con entradilla diferenciada sobre tres columnas a medida falsa, lo que significa que su ancho es diferente de la columna en la que está maquetado el periódico; y texto únicamente de agencias como se hace constar en la fecha.

En la ilustración adjunta aparecen subrayados los giros de la narración en los que el periodista de mesa aquel que trabaja desde la redacción se ha dejado llevar, quizá, por su conocimiento de los hechos, pero con toda seguridad también de su querencia literaria.

La coalición ganadora en las elecciones en Serbia se apresura a dismantlar el régimen anterior

Kostunica destituye a los jefes militares de Montenegro nombrados por Milosevic

AGENCIAS Belgrado / Pogorica
Con las dos bases de poder aseguradas —la yugoslava en las elecciones de septiembre y la de Serbia el pasado fin de semana—, la coalición de 18 partidos Coalición Democrática de Serbia (DOS), del presidente Vojislav Kostunica, ha comenzado a actuar con rapidez. Ayer se conoció la destitución fulminante del general Milovan Obradovic, jefe militar en Montenegro, y la del almirante Milan Zec, responsable de la Marina. Se da por segura la destitución (o dimisión) del director de la policía política del régimen anterior, Rade Markovic, quien ha perdido la protección parlamentaria.

La fulminante destitución del general Obradovic y del almirante Zec (cuya flota está en la costa de Montenegro), decidida en el denominado Consejo Supremo de Defensa, es un gesto político destinado al pasado yugoslavo. Milovan Djukanovic, que el sábado de mañana sus intenciones de destituir a sus jefes militares. El propio Kostunica, en unas declaraciones a los medios de comunicación, acogió al Gobierno de Pogorica que no tome decisiones unilaterales: una referencia clara a la coalición de 18 partidos.

La noticia de la destitución de Obradovic, filtrada por la prensa montenegrina, aún no es oficial. El propio general Obradovic aseguró ayer, en un coctel para militares, que carecía de "notificación", y después fue más lejos al asegurar que "todas las acusaciones sobre actuaciones inconstitucionales del Ejército [en Montenegro] son inaceptables". El cuerpo de Ejército que manda Obradovic es el segundo en importancia de las Fuerzas Armadas yugoslavas.

El diario *Pogorica*, de Montenegro, asegura que el jefe del Estado Mayor yugoslavo, general Nebojsa Pavkovic, ha decidido también dismantlar el segundo batallón, una unidad de policía especial que se hallaba bajo el control directo de Milosevic. Algunos miembros de la DOS han pedido a Kostunica la destitución del propio Pavkovic, nombrado en su día por Milosevic. Para esto militar fue una de las claves en impedir la utilización de los carros de combate en octubre para sellar la manifestación en las calles que demostró el régimen anterior.

Otro diario montenegrino, *Vigilante*, informó ayer, citando a Djukanovic, de que el presidente se encuentra "satisfecho" con las medidas adoptadas y por el contenido de su reunión con Kostunica, celebrada en lunes en Belgrado.

Las tensiones relaciones entre Serbia y Montenegro, lo que queda de la antigua Yugoslavia, han sido una constante en los últimos meses de Milosevic. Ahora, con los cambios democráticos que se avizoran, Kostunica trata de forjar un entendimiento negociado con el Gobierno de Djukanovic.

Además de las relaciones con la otra república yugoslava, Kostunica debe resolver el creciente problema kosovar, y sobre todo su extensión al valle de Presevo, en el sur de Serbia. Una prueba de la fragilidad de la situación es que este fin de semana desaparecieron tres jóvenes serbios, presuntamente capturados por guerrilleros albanos-kosovares que actúan en la zona.

Parlamento en Kosovo
Los ultranacionalistas del Partido de la Unidad de Serbia (SSJ), del antiguo paramilitar Zeljko Ranaric, *dekan*, que lograron un sorprendente cuarto lugar (14 diputados) en las elecciones legislativas del sábado, han propuesto que el nuevo Parlamento celebre su primera sesión dentro de Kosovo, como expresión de la soberanía serbia sobre ese territorio. "Esperamos que los otros partidos apoyen la idea y que dispongamos del permiso de la comunidad internacional para celebrar allí esa sesión inaugural", dijo ayer el líder del SSJ, Borislav Pivovic.

Montenegro y Kosovo son dos problemas nacionales como también lo es la gravísima situación económica. Según los analistas, el nuevo Parlamento, gobernado por mayoría absoluta por la DOS, debe actuar con rapidez. Al menos, en paliar los efectos de esta sequía económica. Hoy, en pleno invierno balcánico, la mayor parte del país no dispone de calefacción ni de luz eléctrica, donde los cortes por falta de energía se han ampliado a ocho horas diarias.

Un cuarto problema sería el desmantelamiento de la red política mafiosa organizada por Milosevic y aliados durante los diez años que ocuparon el poder. Las destituciones militares del lunes son un símbolo, como la caída del jefe de la temible policía política, Rade Markovic. El futuro primer ministro de Serbia, Zoran Djindjic, líder de uno de los principales partidos de la DOS, fue claro el lunes: "Creo que el [Markovic] ya ha hecho las maletas". Los observadores locales consideran que la consolidación de la DOS, y al cese de las informales demagogías, pasan por dos cuestiones fundamentales: desmantelamiento de la mafia política y mantenimiento de la unidad de acción dentro de la vengativa coalición de la DOS.

Djindjic aspira a tener su Gobierno en pleno cumplimiento a mediados de enero, pasadas las fiestas de la Navidad ortodoxa. Ya ha asegurado que entre sus prioridades destaca la de remover de sus puestos a aquellos seguidores de Milosevic que puedan representar un freno para la democracia.



El general Obradovic (izquierda) junto al almirante Zec, en mayo, durante una demostración aérea en Pogorica.

El título

Kostunica destituye a los jefes militares de Montenegro nombrados por Milosevic

Perfectamente lineal, informativo, sin interpretaciones más allá de un mero enunciado, acorde con el género seco. El texto lleva también un antetítulo, lo que suele ser bastante común en informaciones de alguna extensión y presencia gráfica a partir de dos o tres columnas, según los casos. Pero aprovechemos ahora para llamar la atención sobre una norma de obligado cumplimiento en toda la prensa occidental, por lo menos para el género seco, y también para la crónica, aunque mucho menos para el

Reportaje. Los títulos se han de expresar habitualmente en presente de indicativo. ¿Por qué?

EL TIEMPO DE LA ACCIÓN

En primer lugar, la inmensa mayoría de los textos informativos, llamémosles noticias por uniformizar, se redactan sobre hechos ocurridos las 24 horas anteriores a la fecha de publicación. Por ese motivo, rechazamos ya de entrada la utilización a gusto del consumidor de tiempos diferentes. Estos suelen ser los diversos pasados, de los que es verdad que el indefinido nos parece el menos malo, porque es el más corto, el más contundente, el que no necesita echar mano de la conjugación con el verbo haber: «hizo» en lugar de «ha hecho» o «había hecho». Así es como suele titularse, mezclando tiempos de verbo entre presente y pasado, o entre diferentes tiempos del pasado, en la mayor parte de los países de América Latina. Pero, de la misma forma que rechazamos esa confusión, tampoco queremos el pretérito indefinido como forma de titulación estándar, precisamente por lo que se apuntaba antes: el tiempo más próximo a esas 24 horas de vigencia de nuestros papelitos de publicación diaria es el presente de indicativo, el que mejor expresa lo que ha acabado de ocurrir. Si decimos:

Clinton conmina a Arafat a presentarse en Washington

Estamos expresando algo mucho más cercano al tiempo inmediato del lector que si escribimos:

Clinton conminó a Arafat a presentarse en Washington

Porque el indefinido se refiere a un pasado lejano e indeterminado, y, sobre todo, nos limita nuestra forma de establecer los diversos factores temporales que puede ser necesario tener en cuenta. Veamos:

Clinton conmina a Arafat, que había desoído sus órdenes, a presentarse en Washington

es un título plenamente adecuado en la medida en que establece dos distancias temporales bien diferenciadas: una en el presente «conmina», y otra en un tiempo pasado indeterminable «había desoído». Es cierto que también se podría escribir:

Clinton conminó a Arafat, que había desoído sus órdenes, a presentarse en Washington

Pero en este caso las distancias temporales están mucho menos claras, ya que utilizamos dos pasados, uno supuestamente más alejado que el otro, pero no porque el indefinido tenga que ser más próximo que el pluscuamperfecto, sino, simplemente, porque en el sentido de la frase se presupone que es así, al preceder uno al otro. Es mucho más limpio, por tanto, afinar en el presente la acción inmediata y remitir a un pasado (la convención o el uso ha hecho que sea el pluscuamperfecto «había desoído», el tiempo que se prefiere en España) una segunda distancia temporal mayor que la primera, en la que el líder palestino se había negado a actuar como se le pedía. Sólo hay un supuesto estándar en el que es de rigor utilizar el pretérito indefinido u otra de las formas del pasado, que es cuando, efectivamente, la acción se sitúa en un tiempo más o menos distante, pero de la que se informe o se tenga conocimiento en el presente. Titularemos así cuando anunciemos, por ejemplo, que:

Mitterrand fue el presidente francés más culto del siglo XX

O bien

Washington torpedeó la presidencia de Samper en Colombia, afirma su delfín

Caso este último, en el que la titulación seguirá siendo en presente de indicativo «afirma» pero donde se subraya aún mejor el encadenamiento de los tiempos y su respectiva proximidad y lejanía con respecto al lector.

En el texto deberemos establecer cuanto antes, preferentemente en el primer párrafo, cuándo se produjeron los hechos. En la inmensa mayoría de los casos, por esa inmediatez de la acción que relatamos, escribiremos «ayer» con el correspondiente pretérito, aquí sí, indefinido: «murió ayer», «dijo ayer», puesto que la distancia temporal las últimas 24 horas queda entonces perfectamente determinada.

De otro lado, cuando no trabajemos con lo ocurrido «ayer», precisaremos siempre en el texto el momento de la acción; de este modo, cabe escribir «anteayer» cuando así corresponda, pero parece mucho más limpio dar entonces el día de la semana en que ocurrieron los hechos, «el martes pasado», por ejemplo, y cuando lo que narramos se remonte al menos a la semana anterior, identificarlo con el numeral del mes, «el pasado 14», etcétera.

Una vez precisado que lo que se relata ocurrió «ayer», no hará falta repetirlo a cada párrafo, en cumplimiento de la teoría de los sobrentendidos, pero sólo de aquellos que vamos creando a medida que progresa la narración; únicamente deberemos introducir la partícula temporal correspondiente cuando, al cambiar de situación, varíe también el momento de la misma.

Y así es como están tituladas la inmensa mayoría de las informaciones de la prensa occidental. Es verdad que la prensa francesa puede combinar el presente con el pretérito perfecto, «ha dicho» o «ha muerto», pero siempre atendiendo a dar una proximidad de la narración, del título a los hechos, menor que en el caso del presente de indicativo, pero siempre mucho mayor que la del indefinido.

Existen las excepciones, pero suelen ser deliberadas, porque con ellas se busca un efecto. La convención, el uso o ambas cosas, parece que hacen que el indefinido nos suene mucho más dramático, rotundo, literario. Por esa razón, no sería raro escribir:

Jason Robards murió a los 78 años tras una larga lucha contra la enfermedad

Nada impediría, sin embargo, que el segundo marido de Lauren Bacall hubiera muerto en presente de indicativo.

TÍTULO, ANTEÍTULO, SUMARIO, ENTRADILLA Y LEAD

Continuamos ahora con el antetítulo, donde no se da la misma exigencia de tiempo verbal, y que puede ser un elemento de fijación de circunstancias de lugar, de momento, o de personalización de protagonistas, pero en cualquier caso hay que entenderlo siempre como independiente del título.

No titulamos de una sola vez, partiendo el título en dos trozos, el grande y el pequeño, sino que tenemos dos oportunidades de titular un mismo texto: una principal, lo definitivo que hay que comunicar al lector, y otra, complementaria, que también puede presentarse como subtítulo o sumario, que va por debajo del título, a diferencia de lo que llamamos antetítulo, que lo precede; aunque también puede darse la conjunción de antetítulo, título y sumario o subtítulo. El antetítulo, sin embargo, no por preceder al título deja de leerse normalmente con posterioridad al mismo, puesto que el tamaño, el cuerpo de este último atrae obviamente mucho más el ojo del lector. Volvamos, por tanto, al ejemplo de la ilustración anterior.

Antetítulo

La coalición ganadora en las elecciones de Serbia se apresura a dismantelar el régimen anterior

Es evidente aquí el cambio de perspectiva; a la linealidad ha seguido la interpretación: «se apresura a dismantelar». ¿Cuándo llegamos al apresuramiento? ¿Cuándo una renovación de personal se convierte en un dismantelamiento? ¿Cuántas destituciones hacen falta para que ése sea el caso?

La entrada y el lead

El lead y la entrada pueden o no coincidir en su extensión. El *lead*, ya se ha apuntado, es el gancho de la información, la instantánea más significativa y percutiente de la misma que, por esa razón, no puede tener más allá de unas pocas frases, incluso puede que sólo una, y encabeza siempre la historia. Pero no se puede decir *stricto sensu* que con el *lead* comencemos ya a narrar, sino que éste será una declaración previa, a continuación de la cual comienza el relato en toda su extensión. El *lead* no sólo no excusa que el relato que sigue sea completo, que se entienda por sí mismo aunque sea lo único que leamos, sino que lo que hay que hacer es desarrollar ese concentrado al que llamamos *lead*.

La entrada, en cambio, es una pura expresión gráfica, un bloque que se destaca del resto de la información porque se ha compuesto a un ancho de columna distinto, con una letra diferente, o ambas cosas a la vez. El *lead* coincidirá, por tanto, con la entrada, sólo cuando ocurra que ese tratamiento gráfico se le dé únicamente a lo que es el *lead*, aun cuando lo normal será que la entrada sea mucho más extensa, y el *lead* ocupe apenas las primeras líneas de la misma; que esté, por tanto, contenido en la entrada.

Es como si la mano fuera una información, en la que los cinco dedos constituyeran partes diferentes de la misma, y el *lead*, el puño de esa mano buscando el gesto del impacto. Porque el interés que no suscitamos en las dos primeras frases o, a lo sumo, en la totalidad de la entrada, correremos gravísimos riesgos de haberlo perdido para siempre.

Todo ello, no obsta para que en la jerga de las redacciones se tienda a identificar *lead* con *entradilla*, utilizando indistintamente uno u otro nombre para lo que, en realidad, es la *entradilla* que, repito, suele ser mucho más extensa que el *lead*.

El *lead* al igual que el título, el antetítulo, los subtítulos o sumarios, los ladillos (breves altos en la lectura, a la vez que separación de bloques de distinto sentido) y, finalmente, el texto, constituyen unidades independientes entre sí, que deben poder leerse por separado y tener sentido por sí mismas. Nos hallamos ante un todo informativo, que se descompone en partes, también unitarias, de las que la última, el texto, es la totalidad definitiva porque contiene a todas las anteriores. Por eso no cabe decir que porque ya se ha expresado una idea en el antetítulo, el título, el sumario o el *lead*, no hace falta repetirla; contrariamente, todas esas partes de la información son como anuncios de diversa jerarquía que hay que desarrollar pero no repetir necesariamente de forma literal en el texto.

Esa aspiración de nuevo, la *completud* que tienen los diferentes elementos de la información, es lo que permite al lector apropiarse fragmentariamente de las informaciones, leyendo sólo la *entradilla* o el *lead*, el aparataje de la titulación, o incluso sólo el texto, para hacerse con una idea funcional de lo que contamos.

Un periódico, o una información del género que sea, pero, sobre todo, del género seco, es una fenomenal articulación de elementos, que va desde lo mayor, la concepción misma de la publicación, hasta cada una de sus piezas más minúsculas, de forma que se permita al lector abordar el todo y las partes desde una gran multiplicidad de ángulos, leyendo, en su caso, sólo los fragmentos que le parezcan más convenientes, pero siempre con la exigencia de que cada uno de ellos sea inteligible por sí mismo.

No es, por tanto, el periódico una continuidad, como la novela quizá clásica, de la que la pérdida de alguno de los elementos clave de lectura puede hacer imposible la comprensión del conjunto. Cada pedacito de periódico, contrariamente, debe constituir una unidad de sentido.

La batalla de las playas, como decía Rommel del eventual desembarco aliado en Normandía, que ha de ganar el periodista en la información que acabamos de ver sobre Yugoslavia, podría estar encarnada en la discusión sobre el siguiente *lead*:

Con las dos bases de poder aseguradas Yugoslavia en las elecciones de septiembre y de Serbia el pasado fin de semana la coalición de 18 partidos Oposición Democrática de Serbia (DOS) el presidente Vojislav Kostunica ha comenzado a actuar con rapidez.

El marciano no sabría, evidentemente, qué es eso de tener las dos bases de poder aseguradas, cuando lo más directo habría sido:

El presidente Vojislav Kostunica y la coalición que lo apoya (DOS) después de su victoria en las elecciones de Yugoslavia (el pasado...) y de Serbia el sábado pasado, comenzaron ayer a relevar a altos jefes militares del régimen del ex comunista Slobodan Milosevic.

Si todo ello es o no «rápido», es algo a lo que sólo podremos responder remitiéndonos a otro género distinto, la crónica, firmada, donde la interpretación es de recibo, pero de lo que trataremos en el siguiente capítulo.

En la entradilla continuamos hablando de destitución «fulminante» y de «siniestra» policía política, lo que, sin duda, es muy correcto desde el punto de vista de todo lo que sabemos sobre el régimen de Milosevic en la Yugoslavia de fin del siglo pasado, pero objetamos que, redactadas las cosas de esa forma, no es el periódico sino un anónimo conjunto de agencias quien opina en su lugar.

El que hablemos de una policía, sin duda siniestra, debería exigir, según este canon, que fuera el periódico o uno de sus firmantes el que opinara sobre si lo es o no. Por lo demás, las mismas fechas de las destituciones indican en qué medida son o no fulminantes; y de la policía política habría bastado con citar algunas de las numerosas acusaciones sobre sus sangrientos desmanes, para que quedara claro que quien no firma, tampoco puede opinar.

El resultado sería, sin embargo, informativamente casi indistinguible de la versión romanceada; la policía de Milosevic habría sido calificada por alguien, cuyo testimonio recogemos, como «siniestra».

LA TÉCNICA NO ES UNA TRAMPA

No vamos a recorrer el resto del texto que, desde el punto de vista informativo, es correcto, y está ya suficientemente bien explicado, sino subrayar que exactamente el mismo efecto.

El mismo volumen de información relevante con idéntico significado, se podría haber dado cumpliendo el canon de lo seco, a condición de buscar las declaraciones correspondientes de los protagonistas, las citas relevantes de lo dicho o hecho en esos días que equivalieran a lo que ahí está romanceado. Todo en último término se reduce a una técnica, porque el mundo entero ha dicho casi todo en uno u otro momento, y casi cualquier posición es defendible buscando las fuentes correspondientes.

Un profesor de historia que tuve hace muchos años decía que buscando lo suficiente se podían hallar fuentes hasta para convertir a san Francisco de Asís en marxista-leninista. ¿Significa eso que siempre es posible hacer trampa y llevar la historia por donde queramos? Si en medio de un tráfago de declaraciones sobre las relaciones entre Rusia y Estados Unidos el presidente Putin dice que «hay que mitigar la tensión», aunque esta declaración desempeñe un papel muy menor en su panoplia de intenciones, el hecho de que la incluyamos con relieve en la información que fabriquemos sea del género que fuere hará que en la comunicación de que es vehículo el periódico hayamos «mitigado la tensión», aunque eso no tenga nada que ver con la situación que pueda darse entre Moscú y Washington.

Todo es técnica y, si así lo vemos, también trampa, porque haremos decir a la información lo que queramos que diga; lo que ocurre es que no queremos que diga nada en nuestro beneficio, ni para satisfacer nuestro gusto particular; al revés, nuestro único objetivo, la única trampa técnica que debemos permitirnos, es la necesaria para contar aquello que creemos otra vez el *fairplay*, la neutralidad que da la visión más amplia, más completa, más incisiva, más clara, etcétera de aquello que queremos transmitir.

O sea que la técnica es una trampa de la que nos servimos, sin embargo, para no hacer trampas en la versión que demos de lo que, quizá, ha ocurrido.

Tomemos, por último, como ejemplo de lo anterior el párrafo final del texto comentado.

Djinjic aspira a tener su Gobierno a pleno rendimiento a mediados de enero, pasadas las fiestas de la Navidad ortodoxa. Ya ha asegurado que entre sus prioridades destaca la de remover [destituir] de sus puestos a aquellos seguidores de Milosevic que puedan representar un freno para la democracia.

No habría sido posible conocer las intenciones de Djindjic, si éste o personas relevantes de su entorno no hubieran formulado en su día declaraciones en ese sentido; habría bastado, por tanto, recordar esas declaraciones, o que el ya jefe del Gobierno serbio las hizo en su momento.

Dos cosas parece que deberían quedar claras al término de esta excursión metodológica:

- a) Que el género seco puede llegar informativamente tan lejos como otras formas más personalizadas de la narración, aunque manejando el material de otra manera.
- b) Que, en realidad, el problema no es tanto de narrativa como de firma.

Con otras formulaciones, como *De nuestra redacción* como la firma del especialista de esa área, con o sin el añadido de Agencias, la pieza habría sido perfectamente correcta.

EL CAPITAL SIMBÓLICO Y LA NARRACIÓN

Imaginemos la siguiente escena. Cuando el periodista llega por la mañana a la redacción, su jefe le hace entrega de una bolsita que contiene un cierto número de palabras con las que tiene que fabricar una información. Y el símil es menos metafórico de lo que pueda creerse porque con la escritura directamente en pantalla, sobre un espacio que dibuja la geografía exacta que va a tener aquel texto en el periódico, cabe hablar de un número preciso de palabras, líneas, centímetros, etcétera para cada información.

El periodista tendrá, entonces, que servirse del capital simbólico de la manera más eficaz posible, utilizando la inmensa mayoría de esas palabras para acarrear un significado, de forma que, una a una, vayan sumando información, y todo ello sin repeticiones, o sólo con las inevitables de términos tan comunes que no puedan soslayarse, artículos, conjunciones, pronombres, preposiciones y adverbios, aunque incluso éstos no habrá que reiterarlos sin motivo.

Haremos entonces una propuesta de lectura, que es el *lead* y comenzaremos la narración inmediatamente después como si no lo hubiera, por lo que ya se ha dicho de que *lead*, entradilla y resto de la información tienen que poderse leer independientemente. Esto significa que después de la propuesta, en la entradilla enumeraremos los elementos principales de la historia, y en el texto que comienza a continuación, desarrollaremos tanto el *lead* como los restantes elementos informativos.

Todo ello nos obliga a recomenzar la narración en el texto que sigue a la entradilla, lo que no quiere decir, sin embargo, que tengamos que repetir literalmente nada de lo anterior, sino, simplemente, contar una historia completa que se entienda por sí misma.

En la historia de Kostunica, por ejemplo, el *lead* era la celeridad con que el presidente yugoslavo estaba despachando a los remanentes de la era Milosevic. Efectivamente, esa capacidad de acción acelerada era lo que se desarrollaba como narración en buena parte del texto, pero no habría hecho nunca falta repetir que Kostunica podía actuar así porque había ganado dos elecciones casi seguidas.

Una vez establecida esa plataforma para la acción, dividiremos la historia en bloques o unidades narrativas bien diferenciadas, de forma que cada párrafo trate, preferentemente, un aspecto distinto e individualizado de lo que se quiere contar; si, tras narrar por ejemplo el hecho noticioso, reseñamos las reacciones al mismo, no sería propio entonces abandonar el asunto, para volver a otros aspectos de esa misma sub-historia dentro de la narración general, porque cuando nos convenga recuperar la trama de las reacciones ya será tarde, y al lector le parecerá que ha habido un salto demasiado brusco en la narración.

UNA CLASE EN DIRECTO

Veamos en directo, y por comparación con todo lo anterior, uno de los ejercicios, dentro del género seco, sobre un texto de alrededor de una columna de extensión, título a dos columnas, de los ¡realmente corregidos en la Escuela. Casi un experimento de cinémaverité,

El título

Reacciones en contra del “medicamentazo”

Mal. Por supuesto que hay reacciones. Hay reacciones siempre. Nos pasamos la vida reaccionando. Hemos de contar las cosas, no contar que vamos a contar las cosas.

Si titulamos «Reacciones» contra lo que sea, estamos dando pre-noticias, porque la noticia no es que haya reacciones, sino en qué consisten esas reacciones. Por lo tanto, busquemos qué es lo que recubre la alusión, dónde está lo que ha ocurrido, y no tan sólo lo que nominalmente se ha hecho: reaccionar, porque ha ocurrido algo; no podemos conformarnos con aludir en lugar de nombrar o describir.

Si decimos, por ejemplo, que «la industria farmacéutica rechaza el medicamentazo», o que las organizaciones de consumidores presentarán recurso ante quien sea, ya estaremos contando en qué consiste la reacción, que es noticia.

La exclusión de ciertos medicamentos del sistema nacional de salud, el llamado medicamentazo ha provocado el rechazo de partidos políticos, sindicatos, pensionistas, consumidores farmacéuticos y médicos.

«Ciertos» medicamentos no quieren decir nada; si se han excluido 894, pues hay que poner 894; o si se ha excluido una serie identificable de ellos como analgésicos, ansiolíticos, antiblenorrágicos, o si cabe caracterizarlos por su bajo costo o por lo contrario, así hay que hacerlo constar. Siempre hay que precisar.

En vez de «ha provocado», «provocó ayer»; que esto se convierta ya en una reacción automática del que redacta una información: todo ocurrió en algún momento y así hay que decirlo, con su tiempo estándar, que es el pretérito indefinido. En «provocó ayer el rechazo de partidos políticos», podemos comernos lo de «políticos», porque los partidos no van a ser judiciales o de fútbol, y dejar el resto tal cual.

La mayoría de ellos coincide en calificar la medida del medicamentazo de injusta y perjudicial para las familias con menos recursos. Otros dudan de que el Gobierno consiga lo que se propone, es decir, el ahorro de [...] millones de pesetas anuales.

¿Es posible que todavía quede alguien que dude, después de esa lista interminable de presuntos damnificados por la medida? ¿Quiénes son esos «otros»? Le pasa lo mismo que a «ciertos». Si la mayoría coincide en cargarse el medicamentazo, ¿quiénes son los que no lo hacen?

Cuando al término de un párrafo, y todos los párrafos han de ser unidades informativas que respondan a las preguntas que ellas mismas han suscitado recordemos la completud nos vemos asaltados como aquí por esta retahíla de interrogantes, quiere decir que se ha hecho fatal. Se ha redactado un párrafo en el que lo que abundan son los cabos sueltos, uno de los peores enemigos del periodista. No creemos expectativas que no podamos satisfacer y seamos capaces de satisfacer todas las que exige la comprensión del texto. Eso es no dejar cabos sueltos.

Según avanzamos en la narración, con decir «la medida» habría bastado, porque lo del medicamentazo ya estaba suficientemente acreditado. Hay que ver que estamos metidos ya en esta información desde hace unas cuantas líneas, ya sabemos de qué estamos tratando y, por tanto, el viaje que iniciamos con, pongamos, 300 palabras para contar una historia, está ya lo bastante avanzado como para que hayamos gastado, quizá, 100, con lo que ya sólo tenemos unas 200, y no nos queda ningún medicamentazo por gastar. Hemos creado unos puntos de apoyo, que nos permiten usar cada vez menos palabras para expresar lo que queremos. Vamos cada vez más ligeros de equipaje, como aquel cantante, hacia el fin de la información.

Para concluir con el párrafo, digamos que ese, «es decir», carece de todo valor informativo. Le pasa lo mismo, sólo que peor, que al «reacciones» del título; es un «decir» que no dice nada.

Ese es el caso de tantas otras expresiones que si en el habla están justificadas porque nos dan tiempo para pensar, para hilar la frase siguiente, en lo escrito no tienen excusa porque ni quitan ni ponen rey y, además, nos hacen perder el tiempo, como ocurre con «de hecho» (del inglés, *in fact*), que no recuerdo ni un solo caso en que el texto haya sufrido lo más mínimo al suprimirlo.

Y lo mismo cabe afirmar de «actual» o «actualmente», que suelen estar de más porque lo que contamos, si no ocurre «en la actualidad», ya lo haremos constar, de forma que cuando no hagamos constar ninguna circunstancia temporal es que lo que sea está ocurriendo «actualmente». No escribamos «fulano de tal que actualmente tiene 46 años», sino «fulano de tal, de 46 años», o aún mejor, «fulano de tal, 46 años». Y el año pasado, 45.

No es nada conveniente comenzar frase, y no digamos párrafo, con adverbios, preposiciones, no *obstantes* y *emperos* que, además de cursis, casi no aportan información cuando están emplazados en cualquier punto del texto, pero si encima inauguramos con ellos la unidad o bloque informativo no haremos sino retrasar, anteponiendo elementos de escasísima carga de sentido, el momento de empezar a contar lo que de verdad queremos contar.

El *noobstantismo* es un falso amigo del periodismo. Por ello, los “según la policía, o quien corresponda”, que queden siempre para el final de la frase. En vez de «Según la policía el asesino era capitán general», escribamos «El asesino era capitán general, según la policía».

El Gobierno ha cedido ante las presiones de la industria farmacéutica», según Comisiones Obreras, en tanto que puso denuncia que entre los específicos excluidos se encuentran aquellos que afectan a enfermedades crónicas como la epilepsia, el asma o la osteoporosis [...].

Siguiendo con la utilización de los términos, observemos que emplear «denuncia» es sumamente peligroso. Si estamos en el género seco, y escribimos que «Rodríguez Zapatero denuncia» lo que sea de Aznar, como el lenguaje es raramente inocente, estamos dando por sentado que el líder del PSOE tiene motivos para acusar, puesto que «denuncia», y no se puede denunciar nunca nada bueno. Igualmente, si USO «denuncia» es porque le damos más crédito al sindicato que al Gobierno lo que es ir más lejos que, simplemente, recoger que CC OO acusa al Ejecutivo de «ceder a presiones», lo que sí es correcto. Otra cosa sería, naturalmente, que la palabra *denuncia* se pudiera recoger literalmente porque la han pronunciado los del sindicato, pero en nuestra boca significa siempre algo distinto y amenazador. Hasta la fecha, las denuncias que existen en el género seco, a excepción de las citas, son únicamente las que se ponen en comisaría.

Cabe decir también que hay términos que son menos periodísticos que otros. «Seguir», «volver», «continuar», «de nuevo», no son grandes hallazgos semánticos, aunque no podremos escaparnos de usarlos alguna vez, pero, al menos, los evitaremos en los titulares porque el periodismo raramente se dedica a contar lo que sigue, sino lo que no sigue, lo que se interrumpe.

Cuando a los periodistas se nos hace la conocida crítica de que sólo contamos lo malo, y de que no hacemos justicia a la realidad dando a conocer lo fantástico que es todo en tantos sitios, habría que contestar que no damos buenas ni malas noticias, sino sorpresas, lo que se interrumpe, se rompe, estalla, no el encefalograma plano de la continuidad.

Incluso de Colombia, a pesar de que en este país latinoamericano, tan querido, lo normal es el horror, y algún éxito constituiría la excepción, que no se sabe si en este caso confirmaría la regla, la noticia periodística ha de seguir siendo la tragedia, por muy cotidiana que resulte, porque la cultura universal no nos permite la inversión de valores que supondría saludar la normalidad como si fuera la sorpresa.

Comisiones Obreras calificó, por su parte, de «grave y lesiva la exclusión de los citados medicamentos» ya que aunque el sindicato se muestra «partidario de la reducción del gasto farmacéutico de la Seguridad Social», aboga «por una elaboración consensuada de la lista de forma que no suponga una agresión para los más desfavorecidos».[...]La portavoz del sector de Farmaindustria dijo mostrarse «escéptica con las posibilidades de ahorro que puedan derivarse de la medida». El consejero en Cataluña de Farmaindustria x señaló, finalmente, que la medida «tendrá como consecuencia si el médico receta un medicamento y el enfermo lo paga se producirá un ahorro, pero si el médico receta un medicamento y el enfermo le pide otro que lo sustituya no habrá ahorro». En este sentido, la portavoz de IU, Rosa Aguilar, señaló «que la sociedad debe tomar la calle, debe mostrar el rechazo a estas medidas [...]».

Recalquemos que en lo tocante a ir soltando lastre bastaría con decir «grave y lesiva la exclusión», porque ya sabemos que es exclusión de medicamentos, aunque jamás en el texto se ha molestado nadie en averiguar cuáles; que «la medida» se emplea varias veces, y, en ocasiones, en líneas casi sucesivas; que «En este sentido» con lo que se da entrada a la intervención de Rosa Aguilar, no sólo es innecesario, sino que denota una sensación de que esto del periodismo es tan importante que no podemos contar sencilla y llanamente las cosas; que hay que meter como algodones para la mejor ilación de las frases para que quede todo bien acolchado.

Sobre todo, lo escrito suene lo más protocolario posible, solemne, que esto de escribir en los papeles es tremendo; parece que hay que hacer un alto en el camino y envolver de hojarasca lo que contamos; no hemos ennoblecido suficientemente la información, había que decorarla aún más.

Pero, lo que interesa ahora del texto es la utilización de las comillas. No hay nada más fácil que hacer un texto con muchas declaraciones porque el alumno se ve inmediatamente salvado.

Se le pide una información seca, o sea que no puede colar un pseudo-editorial con lo que a él le parezca, sino que hay que ir con pies de plomo para huir de la opinión. Pero, si en los cables que ha utilizado para montar su texto hay muchas declaraciones, no hay problema. Sólo tiene que hacer cita tras cita, cuanto más largas mejor, y así se come sin enterarse las 100 líneas o más que hay que aviar. Grave error.

Esas barandillas de la información a las que nos agarramos sólo nos enseñarán a andar como los cojos, con muletas. Siempre es mejor soltarse, aunque alguna vez nos caigamos.

Las comillas son letales enemigos del periodista, porque cuando las utilizamos estamos renunciando a nuestra propia voz; estamos retirándonos aunque lo entrecomillado lo haya elegido el autor para dejar que otra persona aparezca en primer plano y sea ella la que lleve la batuta de la información. Por eso, las comillas si breves... Sólo debemos echar mano de ese cojín para reposar, cuando se cumplan una serie de condiciones:

- a) Cuando la narración avance gracias al entrecomillado; por lo tanto, raramente cuando se trata de declaraciones de principio, sino cuando se habla de lo que va o puede pasar, amenazas, alusiones, anuncios, exhortaciones.
- b) Cuando aquello que expresa el entrecomillado no pueda contarse de mejor manera con nuestra propia redacción de los hechos, en género seco.
- c) Cuando lo que se diga no sea un mal trasunto de la prosa administrativa, hablar como si leyéramos un documento, sino que realmente suene a oralidad, expresión oral del personaje, que suele ser imposible de reemplazar con nuestra propia voz narrativa.

porque, si nos parece interesante recoger que el afectado ha dicho «arrea», no habrá forma de que mejoremos esa expectoración escribiendo que «pronunció una exclamación no especialmente malsonante».

d) Cuando quien habla, caso que se dará mucho más directamente en el género entrevista, sea de tal rango, o lo que diga de suficiente gravedad como para que no queramos intermediarios demasiado obvios entre sus palabras y el lector.

Si optamos por callar, lo mínimo que hay que pedir es que valga la pena escuchar lo que otros tienen que decir y cabe poca duda de que en todos los entrecomillados del texto anterior, apenas puede salvarse la calificación de «grave y lesiva» al medicamentazo.

Porque si lo han dicho los sindicatos, quizá es mejor que se sepa literalmente; así como la soflama de la representante de Izquierda Unida que en el texto debía haber sido así identificada y no sólo por las siglas, en aplicación de la teoría del marciano incitando a la bravura urbana, también por idénticas razones a lo anterior.

En particular, la tirada central sobre el médico, la receta, el medicamento y el ahorro debería haberse resuelto, en cambio, por una vía narrativa directa, que no repela al lector con su sonsonete de prospecto de laboratorio, o, simplemente, se habría podido prescindir de la declaración, puesto que no parece especialmente significativa.

Toca ahora dar un segundo paso para salir del género seco y entrar en la crónica, mojándonos un poco más en ese trayecto de personalización informativa que se ha prometido recorrer.

CAPÍTULO VIII

LA NOTA DE PRENSA Y LA CONFERENCIA DE PRENSA

LA NOTA DE PRENSA

La nota o comunicado de prensa es la herramienta básica del trabajo de relaciones públicas, en el aspecto de relaciones con los medios, mejor conocido como gabinete de prensa. Es un escrito que reúne la información fundamental sobre algún tema, persona y/o producto, que se envía a los medios de comunicación para que éstos se encarguen de difundirla entre la población.

Breve historia de la nota de prensa

En la antigüedad, las noticias siempre eran llevadas por mensajeros que recorrían grandes distancias para difundir de viva voz o mediante sencillas cartas la información entre los gobernantes y éstos, a su vez, se encargaban de trasmitirla al pueblo. El ejemplo clásico lo tenemos en la gesta del soldado Filípides, quien, en el año 430 DC, corrió 40 kilómetros para anunciar el triunfo de los griegos frente a los persas, muriendo momentos después de haber dado la buena nueva. Este esfuerzo de comunicación es recordado hoy en día en la prueba deportiva conocida como "Maratón".

Varios siglos después, con la invención de la imprenta en el siglo XV, la humanidad vivió una gran revolución ideológica, gracias a la posibilidad de la difusión de mensajes entre miles de personas en un soporte estable, de fácil distribución y bajo costo.

Durante el siglo XVII, algunos periódicos comenzaron a editarse en varios países y desde su nacimiento recibían información para su publicación de diferentes actores de la vida pública en forma de cartas, sermones, panfletos y ensayos.

El poder de influencia que tuvieron estos medios los convirtió instrumentos de propaganda para la movilización social, política y económica, que daría pie a los movimientos revolucionarios e independentistas de las sociedades de todo el mundo.

En el año 1748, el King's College (actual Universidad de Columbia en EE.UU.) envió la primera nota de prensa con la finalidad de obtener cobertura en los medios de comunicación¹.

La nota de prensa se extendió rápidamente durante el siglo XIX, al nacer la profesión de agentes de prensa, quienes se encargaban de realizar acciones propagandísticas y comerciales a través de escritos que preparaban a nombre de personas y empresas, y que distribuían finalmente entre periódicos de la época.

Hoy en día, existen servicios de distribución de notas de prensa que pueden hacer llegar la información en segundos a miles de medios, acompañando los datos escritos con imágenes, sonidos y contenidos interactivos.

Características de la nota de prensa

La nota de prensa es también el más versátil de todos los documentos que se puedan distribuir entre los medios de comunicación, ya que responde a un acontecimiento de actualidad (el lanzamiento de un producto, el posicionamiento de un líder de opinión frente al tema del día, la situación sobre una catástrofe, entre otros).

Por este mismo motivo, la nota de prensa tiene una vida útil muy breve y concreta. Esto debe tenerlo presente quien la elabore, para eliminar datos inútiles o redundantes, información sobre otras ideas o personas ajenos al tema central del comunicado, mensajes antiguos, etc.

En el caso de la nota de prensa cabe el dicho "si lo bueno es breve, entonces es dos veces bueno". Esta herramienta de comunicación debe ser concisa, clara y directa. Esta se aplica perfectamente a la utilización de adjetivos. En realidad, cuando se escribe una nota de prensa se trata de no usarlos. Frente al lenguaje publicitario, con sus estrategias de persuasión e impacto en el público, el de las relaciones públicas tiene que basarse en la credibilidad de la fuente y en la posibilidad de contrastar los datos que se aportan.

Puede suceder en los mensajes comerciales, elaborados en primera instancia por personas de los departamentos de marketing, que sean grandilocuentes y demasiado entusiastas con respecto a la realidad del producto.

En este caso, el deber del consultor de relaciones públicas está en hacerle ver a su cliente que en los medios de comunicación el primer público al que debe enfrentarse son los periodistas, que éstos valorarán la fiabilidad de la fuente y que los datos sean creíbles, aún antes de la novedad que pueda suponer el lanzamiento de su producto, para decidir finalmente si publica o no la información proporcionada.

Decir que algo es "lo mejor" será creíble en la medida que se acompañe de una explicación clara de qué es lo que le da esta condición. Por ejemplo, en el caso de un detergente, si ayuda a ahorrar más agua que ninguno, si es el que más respeta los colores, si no daña los tejidos, si deja un olor durante más tiempo, etc. y si estas características están avaladas por laboratorios reconocidos e independientes entonces podrá decirlo, aunque aún así pueda ser recomendable no hacerlo.

Cuando se dice que el lenguaje de la nota de prensa tiene que ser claro y conciso, también se refiere a que se debe huir de términos incomprensibles para el gran público, ya sea de carácter técnico o de temas que sean dominados por un grupo de "iniciados". Hay que intentar ser cercanos al lector, tener empatía y preguntarnos si aquello que queremos transmitir lo puede entender sin ninguna dificultad.

Por otro lado, en la actualidad, los líderes de algunas grandes organizaciones presionan a sus agentes de relaciones públicas para que incluyan sus pronunciamientos sobre el lanzamiento de un producto o cualquier acontecimiento sobre el que consideran necesario "declarar", sin que este tipo de información sea relevante para el periodista ni aporte información de valor para el hecho noticioso en sí mismo.

Para ser incluidas, las declaraciones deben ser siempre valoradas en el marco de la noticia y no meterlas si no es realmente necesario hacerlo.

Pongamos un ejemplo: se ha cerrado un acuerdo de fusión entre dos grandes empresas de diferentes países con presencia en decenas de mercados y que cotizan en tres bolsas de valores diferentes. El proceso será largo y complejo con intercambios de valores, pagos en efectivo, asunción de deuda, etc., y no estará exento de algunas complicaciones como reestructuraciones de plantilla y cierre de fábricas para evitar duplicidades, nuevos enfoques estratégicos de la actividad del negocio, entre otros muchos temas.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

Todo esto no es posible escribirlo en una hoja sin dar la impresión de que se está dejando fuera información de interés, lo que pueda provocar la suspicacia de analistas financieros e inversores. En este caso, la necesidad de dar la mayor cantidad de información prima frente a la necesidad de brevedad.

También hay que tener cuidado con que la brevedad no cree ambigüedad al lector. La concisión no está peleada con la claridad.

Resumiendo, las características de la nota de prensa son:

- Debe obedecer a un hecho noticiable de actualidad
- Vida útil breve y concreta
- Claridad y concisión en los mensajes
- Sin información redundante, antigua o inútil
- Lenguaje accesible al lector
- Sin adjetivos
- Fuente fiable y datos contrastables
- Declaraciones, si son relevantes y aportan información de valor para el hecho noticiable

Elementos de una nota de prensa

Como ya se ha expuesto antes, sus funciones pueden ser varias, principalmente ideológicas y comerciales, pero, salvo estilos, siempre tiene que contar con las siguientes características:

- Titular
- Lugar y fecha de edición
- Cuerpo del comunicado
- Información básica de la entidad que promueve la información
- Datos de contacto

Titular

El titular o encabezado es la frase destacada que se coloca en primer lugar en la nota de prensa; esta frase tiene que presentar, de una forma resumida, clara e impactante, la información más importante que se quiere transmitir al periodista.

Depende del titular que la nota de prensa cumpla con mayor éxito su función, ya que si su construcción es larga, confusa y sin interés, probablemente no se le atiende con la debida atención, aunque la información del cuerpo del comunicado sea relevante para el lector.

Es recomendable que el titular se distinga desde su tipo de letra. Tendrá un tamaño mayor, estará en negrita y centrado con respecto al cuerpo del texto.

Según estilos, se pueden usar antetítulos y subtítulos o "bullets" en su término en inglés- para apoyar al titular, situándolo, complementándolo o destacando una información que interese que el lector conozca rápidamente.

Lugar y fecha de edición

Se trata de indicar al periodista el lugar dónde se originó la información, así como destacar el momento en la que fue emitida. Estos dos datos también determinarán en buena medida su interés, ya que podrá tener menor relevancia un hecho ocurrido en otro país y en días pasados, que uno que ocurrió en una localidad cercana en la misma jornada.

Esto sirve tanto para el periodista que está detrás de la noticia del día, como para aquellos que investiguen posteriormente un acontecimiento o la trayectoria de una empresa o personaje público.

Además, también otorga mayor credibilidad saber estos datos, ya que los periodistas siempre quieren saber de dónde viene la información que van a aportar a su audiencia.

Dependiendo de si a una primera nota le seguirán otras, como puede ser en el caso de una catástrofe natural u otro tema en el que vaya necesitando actualizaciones constantes, será conveniente consignar también la hora de emisión del comunicado.

Cuerpo del comunicado

En este espacio de la nota de prensa se coloca toda la información que ha dado lugar a la creación de este documento de una forma ordenada, aunque aquí se puede extender la exposición del tema, sigue siendo conveniente mantener un estilo claro y conciso, mediante la utilización de frases cortas que conformen párrafos de hasta seis líneas.

La economía de palabras se convierte en un reto para el consultor de relaciones públicas, quien tiene que aprender a decir más con menos, a resumir sin dejar nada fuera.

La nota de prensa guarda relación con la nota periodística en su construcción y forma, pero no necesariamente en el fondo. La nota de prensa surge de un interés claro de promocionar un producto, una persona o una ideología. Mientras que la nota periodística consigna un hecho noticioso de los acontecimientos de la jornada.

Por su parentesco en forma, algunos consejos de la nota periodística pueden servir para el comunicado. Como la utilización de las 5 W: What? (¿Qué?) - Who? (¿Quién?) - When? (¿Cuándo?) - Where? (¿Dónde?) - Why? (¿Por qué?).

Asimismo, el cuerpo del comunicado debe seguir el mismo orden establecido en el titular del comunicado, es decir, el primer párrafo deberá dedicarse al tema principal y los siguientes a lo destacado por los subtítulos.

Normalmente, para establecer el orden lógico del mensaje en las notas de prensa se aconseja la pirámide tradicional. Es decir, comenzar por lo más importante del tema, dejando información relevante para los párrafos subsecuentes.

Aunque el lenguaje de la nota de prensa pueda determinarse desde el titular, es en el cuerpo del comunicado en el que se hace la personalización del mensaje dependiendo del público al que va dirigido.

Por ejemplo, para el lanzamiento de un producto de alta tecnología, conviene adecuar el lenguaje dependiendo si la nota de prensa se dirige a revistas especializadas, con lectores habituados a términos técnicos, mientras que para el resto de los medios habría que explicar de una manera sencilla las ventajas de uso del artilugio.

Información básica de la entidad que promueve la información

Conocido en su término en inglés como "boiler plate", es una información que expone brevemente el nombre de la compañía, dirección de página web, origen, posicionamiento, características, etiqueta caso que cotice en bolsa, y hasta sus objetivos colocado después del cuerpo del comunicado, suele escribirse en un tipo de letra diferente y a un menor tamaño para diferenciarlo.

Datos de contacto

Como ya se ha destacado anteriormente, la nota de prensa debe ayudar al periodista a hacer su trabajo, por lo que siempre hay que ofrecer un vínculo para solventar cualquier necesidad que pueda surgir para aclarar dudas, completar información u obtener otro tipo de apoyos para su mejor difusión en los medios.

Los datos de contacto incluyen:

- Nombre
- Cargo
- Teléfono
- Fax
- Correo electrónico
- Página web (si la hubiera)

Una respuesta oportuna y ágil de la petición de un periodista ayuda de manera importante para que la información promovida por la nota de prensa sea mejor considerada y con mayores posibilidades de ser incluida por los medios.

Cabe resaltar que siempre es importante, como parte de la gestión de medios, un seguimiento constante -que no agobiante- de la información a los periodistas, aunque de esto se hablará en un capítulo posterior.

Nota de prensa interactiva

Las nuevas tecnologías han dado pie a nuevos formatos de difusión de la información de forma inmediata, atractiva e interactiva. A través de Internet...

Diez consejos básicos para conseguir que tu nota de prensa de prensa sea difundida

- 1.- Asegúrate que la información es una noticia, es decir, que sea novedosa y que tenga interés para el público. Esta es el primer filtro que debe pasar en la mano de un periodista.
- 2.- No envíes información que no sea relevante. Si la nota tiene un tema claro de interés, incluir más cosas que no tengan importancia puede confundir al periodista.

3.- Piensa en el tipo de medio al que estás enviando la información e intenta contactar desde el primer momento con su público objetivo, ya sean madres primerizas, señores mayores con alto nivel económico, jóvenes fans de un artista. De esta forma haces que su interés los haga llegar hasta el final del comunicado.

4.- Lo importante es la noticia, quién fue el autor puede ser secundario y no al revés. Piensa que el nuevo producto es la novedad y no la compañía que lo creó.

5.- Ten empatía con el público objetivo del medio y piensa por qué le interesa la información que difundes y cómo le gustaría verla presentada. De esta forma ayudas al periodista a hacer su trabajo.

6.- Busca "titulares". Si tu primer párrafo es demasiado largo y farragoso, puedes lograr que los periodistas no pasen de éste y aunque el resto de la nota sea interesante ellos nunca lo sabrán. Intenta resumir todo en no más de 10 ó 12 palabras.

7.- Mantén un lenguaje claro y evita los adjetivos. Salvo que la información vaya dirigida a expertos, huye de términos técnicos. Los periodistas reciben mucha información de incontables fuentes continuamente, pero eso no los hace expertos en todo.

8.- Expón hechos contrastados y contrastables. Si hablas de las cualidades de un producto, intenta establecer parámetros cuantificables para obtener más credibilidad.

9.- Deja toda la información de contacto que sea posible. Nombre, dirección, teléfono, fax, correo electrónico, dirección de página Web. Puede ser que los periodistas quieran saber más acerca del tema de la nota para completar su información o para darle un enfoque que vaya más en línea con lo que quieren.

10- Ayuda al periodista a hacer su trabajo. Ya se ha mencionado anteriormente, pero no está de más recalcarlo: el primer filtro que tiene que pasar una comunicación antes de llegar a ser difundida es un "trabajador de la información". El o la periodista te agradecerá que le facilites las cosas. Si no lo haces, tendrás menos oportunidad de alcanzar tu objetivo.

Materiales de apoyo a la nota de prensa

Algunas veces, la información que contiene una nota de prensa interesa al periodista, pero necesita de algún apoyo para poder difundirla de la mejor manera posible; en este sentido, los materiales de apoyo que acompañen a una nota de prensa deben obedecer a las necesidades de cada medio. Si se trata de una televisión, un video con imágenes relativas a la información, entrevistas a líderes de opinión serán de gran ayuda para el medio.

Un radio comunicado servirá para las estaciones radiofónicas e imágenes en alta resolución (en formato electrónico o en diapositivas, para los medios impresos; por supuesto, también se pueden enviar otro tipo de materiales de apoyo, dependiendo del tema que se trate, pero para esto lo mejor es mantener la misma estrategia que para el contenido de la nota de prensa: lo mejor es ser escueto, sencillo y claro.

Demasiados materiales pueden apabullar o distraer al periodista de lo más importante para nosotros: la información de la nota de prensa.

Además, aunque los materiales sean de la mayor calidad, siempre hay una posibilidad de que el periodista prefiera conseguir los suyos directamente.

Las e-notas de prensa

He dejado al último el tema de las e-notas de prensa sencillamente porque todo lo que se ha dicho a lo largo del artículo, es válido para la elaboración de este tipo de comunicados en cuanto a sencillez, claridad y brevedad del mensaje. Pero, por las características del formato, ofrece múltiples ventajas, para el periodista como para el profesional de relaciones públicas, aunque también impone ciertas limitaciones para ambos colectivos.

Ventajas para el periodista:

- Recibe la información directa y rápidamente en su puesto de trabajo o, si tiene un Web mail, desde cualquier ordenador con acceso a Internet.
- El formato del comunicado es más atractivo.
- No le ocupa espacio físico.
- Facilita el almacenamiento de la información.
- Puede acceder automáticamente a más fuentes de información disponibles en la red.

Ventajas para el profesional de relaciones públicas:

- Posibilidad de enviar la información directa y rápidamente a cientos o miles de periodistas.
- Reducción de costes de distribución (se evitan impresiones, manipulaciones, sellos y mensajerías, así como todo el tiempo antes dedicado a todas estas actividades).

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

- No le ocupa espacio físico.
- Posibilidad de acompañar la información con imágenes de alta resolución, audio y vídeo, para descargar y utilizar posteriormente en los medios de comunicación.
- Establece interactividad con los periodistas mediante algunas sencillas funciones incluidas paralelamente al comunicado (votaciones, formularios, inscripciones, juegos, etc.).
- Permite mantener actualizada en tiempo real la base de datos de correos electrónicos de periodistas.
- Origina visitas de líderes de opinión a las páginas Web de las empresas o instituciones que remiten la información.

Limitaciones:

- La necesidad de contar con un ordenador con acceso a Internet.
- La necesidad de que los periodistas consulten su correo electrónico y destaquen la información que reciben entre multitud de mensajes de todo tipo.

Las limitaciones, por mencionar algunas, pueden ser discutibles ante la amplia cobertura de Internet entre los representantes de los medios de comunicación españoles y, porque la competencia por la atención del periodista es un reto que reside en la naturaleza misma de la actividad de relaciones públicas, con lo que se deben emprender estrategias para destacar el mensaje entre una multitud de informaciones.

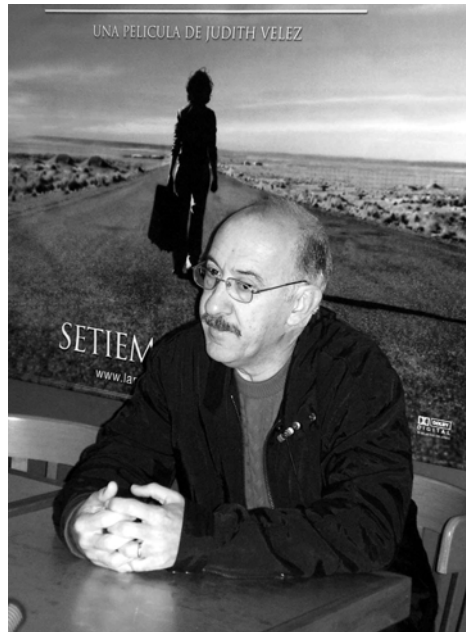
Además, las e-notas de prensa pueden ser reenviadas entre los periodistas a otras personas, convirtiéndose en "embajadores" de la información y dando paso a convertirlas en verdaderas campañas de comunicación viral.

En sí, las e-notas de prensa pueden ser herramientas verdaderamente atractivas y versátiles, pero lo que en el fondo seguirá importando es la información que contenga.

Servicios de distribución de notas de prensa

Actualmente, existen varios servicios de envío de comunicados, ya sea en forma electrónica a través de Internet o vía fax, para distribuir notas de prensa entre miles de medios abonados.

Gracias a estos servicios, empresas, instituciones y hasta individuos que no se podían permitir contratar los servicios de una empresa de relaciones públicas están obteniendo una cobertura mediática sobre su producto, actividad o idea, que, de otra forma, sería difícil lograr.



LA CONFERENCIA DE PRENSA

La conferencia de prensa es una reunión convocada por una fuente informativa para dar cuenta de una determinada información a los medios de comunicación.

Esta iniciativa facilita el contacto directo de la entidad con los profesionales de la información, y constituye un medio idóneo para comunicar los mensajes corporativos (previamente definidos por el departamento o gabinete de comunicación correspondiente) a la opinión pública.

VENTAJAS SOBRE OTRAS FORMAS DE COMUNICACIÓN INFORMATIVA

- La conferencia de prensa tiene un carácter interactivo por cuanto permite el feedback inmediato de los periodistas.
- La empresa subraya su condición de fuente de información de referencia.
- Los periodistas obtienen datos oficiales de forma directa.
- Se fomentan los contactos personalizados y se da a conocer el “rostro” y el talante de la organización.

¿CUÁNDO DEBE CONVOCARSE?

“No hables sino cuando estés perfectamente instruido o cuando te veas obligado a romper el silencio. Sólo en este caso vale más hablar que callar; fuera de éste, vale más callar que hablar”. Isócrates

Una conferencia de prensa sólo debe organizarse cuando se está en condiciones de ofrecer información relevante y consolidada. Y es que el abuso de una acción de estas características conlleva al tedio informativo.

Antes de adoptar la decisión de convocar a los medios informativos, resulta aconsejable plantearse las siguientes cuestiones (por este orden)²:

1.- La información que se pretende difundir ¿es realmente importante / interesante?

Si la respuesta es no, convendría pensar en otras acciones de comunicación: envío de un comunicado de prensa, reuniones con los periodistas...

2.- ¿El tema que se trataría está lo suficientemente acotado?

Si la respuesta es no, sería preferible concertar, por ejemplo, una entrevista.

3.- ¿Cuál sería el número de periodistas invitados?

Si el grupo es muy escaso, se recomienda un desayuno o comida de prensa. Si resulta numeroso, parecería aconsejable la convocatoria de una rueda de prensa. Si fuese especialmente amplio, se sugiere planificar dos ruedas de prensa (una para medios generalistas y otra para los especializados, por ejemplo).

¿QUÉ ESPERA UN PERIODISTA DE UNA CONFERENCIA DE PRENSA?

- Recibir documentación abundante y completa.
- Profundizar en temas concretos.-
- Intercambiar opiniones e información.
- Obtener noticias de alto interés informativo.
- Estrechar contactos con directivos y/o portavoces de la empresa o institución que le convoca.
- Ver colmadas, con creces, las expectativas creadas en el momento de la convocatoria.

En el caso de que no se vieran cubiertas algunas de estas expectativas, los periodistas, la mayoría de ellos muy solicitados y con escaso tiempo para realizar su labor, probablemente no acudirían a la convocatoria. Y si se presentaran, su desengaño y contrariedad tendrían un efecto perjudicial, contrario a los objetivos iniciales de la empresa.

TIPOS DE CONFERENCIAS DE PRENSA

Las conferencias de prensa pueden clasificarse en función de los motivos que originan su convocatoria. En este sentido, cabe distinguir las siguientes:

Ruedas de prensa convocadas por asuntos de carácter técnico

- Lanzamiento de nuevos productos o servicios
- Diversificación de la producción
- Nuevas actividades industriales
- Importantes incrementos en producción, capitalización, etc.
- Nuevas técnicas de investigación o producción
- Innovaciones en los sistemas de trabajo o en el modo de dirección

Ruedas de prensa organizadas por aspectos corporativos

- Fundación de una nueva compañía o línea de actividad
- Reestructuraciones o cambios en la organización
- Presentación de balances de resultados
- Fusiones
- Salidas a Bolsa
- Presentación de directivos
- Dimisión de máximos responsables de la entidad
- Posicionamiento ante situaciones de crisis

Ruedas de prensa que abordan asuntos de actualidad

- Respuesta a una acción del Gobierno
- Reacción a determinadas acciones de la competencia
- Relevancia de un servicio o producto de la compañía respecto al tema en cuestión
- Presentación de un estudio o investigación determinado

Carlos Virgili, campeón de España de foto submarinismo y de vídeo submarino, organizó en 1997 la primera rueda de prensa submarina para presentar su libro “Secretos de un campeón”.

La iniciativa, al ser la primera, ha sido recogida por el Guinness de los récords.

ORGANIZACIÓN DE LA CONFERENCIA DE PRENSA

ELECCIÓN DEL DÍA Y LA HORA

Para garantizar el impacto pretendido por una rueda de prensa, la reunión no debería coincidir con ningún acontecimiento que pudiera restarle protagonismo. En esta línea, es preferible plantear el encuentro evitando en lo que respecta a España, por ejemplo, los lunes y los viernes, días de demasiado trabajo para los periodistas.

Por otro lado, idealmente (debido al sistema de trabajo de los profesionales de la información) la sesión debería transcurrir en las horas centrales de la mañana (de 11 a 13 horas). Si esto no fuera posible, sería bueno celebrar la conferencia de prensa antes de las 18.30 horas y permitir así que los periodistas elaboren la información con anterioridad a la hora de cierre de sus respectivas ediciones (diarios, boletines radiofónicos, informativos televisivos...). En cualquier caso, adóptese la determinación en función de la disponibilidad de los medios a los que se cite.

SELECCIÓN DEL LUGAR

Tanto si se opta por las instalaciones de la organización como, por ejemplo, por la sala de un hotel, el lugar elegido ha de estar en consonancia con la imagen que desee transmitir la entidad. No hay que olvidar que el aspecto que presente el lugar de celebración deviene en imagen para la compañía, y por ello es sumamente importante prestar especial cuidado al enclave elegido.

En este sentido, resulta oportuno seleccionar un ámbito con las suficientes dimensiones como para que todos los invitados asistan al mismo con comodidad, así como para tener la posibilidad de habilitar una zona anexa con el fin de que los periodistas puedan realizar entrevistas individuales si así lo desean.

Por otro lado, a la hora de realizar la selección del lugar conviene tener presente que el mismo cumpla con los requisitos que exige una acción de comunicación de esta naturaleza. Así, por ejemplo, como es necesario cuidar la iluminación, el espacio ha de contar con la suficiente luz, ya sea artificial o -preferentemente- natural. Por otro lado, la sala debe disponer de los dispositivos técnicos adecuados que garanticen el funcionamiento de los elementos electrónicos susceptibles de ser empleados (registro de audio y vídeo, conexiones telefónicas y on line, instrumentos multimedia...).

ACONDICIONAMIENTO DEL ESCENARIO Y DE LAS CIRCUNSTANCIAS DEL REGISTRO INFORMATIVO

Una conferencia de prensa exige por parte de la organización la previsión de cuestiones como las siguientes:

- Garantizar la presencia de elementos de comunicación multimedia para la exposición de los portavoces, de teléfonos, faxes y terminales online por si los periodistas pudieran precisarlos, de dispositivos y personal de traducción simultánea
- Asegurarse de que el fondo sobre el que se van a situar los protagonistas que es sumamente importante por cuanto no hay que olvidar que será el plano más reiterado no distraiga excesivamente la atención.
- Hay que evitar las paredes oscuras (ensombrecen a los ponentes) y blancas (quemar la imagen). Lo ideal es el fondo que sea liso, de colores claros (azul pastel, por ejemplo). Si se emplean rótulos, supervisar su elección para eliminar malentendidos visuales innecesarios. En este sentido, y en general para garantizar el correcto registro visual del acontecimiento, han de revisarse todos y cada uno de los ángulos posibles.
- Impedir que la cámaras sean situadas excesivamente cerca del portavoz o portavoces. La distancia mínima aconsejable es de aproximadamente dos metros; por debajo de esta separación, el objetivo gran angular produce en los rostros un efecto deformante.
- Evitar que los micrófonos se encuentren por encima de la altura de la boca de los portavoces, y que los dispositivos de registro visual se sitúen por encima de los protagonistas.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

- La altura ideal es la de los ojos; de no ser así, se produce un efecto de aplastamiento que confiere al portavoz una apariencia de inferioridad. Si se coloca la cámara desde abajo, se produce el efecto contrario: de prepotencia, engrandecimiento, mando...
- Supervisar que las luces de iluminación de los medios se ubiquen suficientemente elevadas (especialmente si los comparecientes usan gafas), ya que ello mejorará cualitativamente el aspecto de los portavoces. Asegurarse de que no hay sombras detrás de los mismos.
- Controlar que la disposición del mobiliario⁴ (sillas, mesas, expositores..) responda a criterios favorecedores de la comunicación y de la correcta presentación de la información⁵.
- En este sentido, es mejor disponer sillas altas y de respaldo bajo para los oradores (ubicadas a un metro o metro y medio del fondo), pues de lo contrario quedarán hundidos detrás de la mesa.

PREPARACIÓN DE UN DOSSIER DE PRENSA

En aras de facilitar la tarea profesional del informador, se considera importante la preparación de material de apoyo -dossier de prensa- para su posterior entrega durante el encuentro.

El dossier es un conjunto de documentos que contiene informaciones generales y detalladas sobre el tema que ha motivado la reunión con los periodistas. Se trata por tanto de un instrumento que se caracteriza por su flexibilidad y exhaustividad (variedad de contenidos, tanto en la forma como en el fondo, aunque no es conveniente que supere las 40 páginas) como por su capacidad de impacto (un buen dossier suscita efectos informativos a medio y largo plazo, por cuanto el periodista lo conservará como fuente de referencia y consulta sobre el asunto en cuestión).

El momento propicio para entregar el dossier suele ser al inicio de la conferencia. Así, los periodistas irán consultándolo y podrán aclarar posibles dudas sobre el desarrollo del acto. No obstante, otros expertos abogan por ofrecer la documentación al final de la rueda y así garantizar la presencia de los profesionales durante todo su desarrollo.

Este instrumento debe proporcionar al profesional los elementos necesarios para completar su información. Por ello, ha de estar siempre actualizado y disponible.

El texto debe caracterizarse por un estilo informativo: concisión, claridad, expresión sencilla, frases cortas, vocabulario rico y concreto...

Por otro lado, el tono ha de ser positivo. Además, resulta útil la inclusión de material gráfico (de calidad y fácil de reproducir) y audiovisual.

Su estructuración debe permitir un acceso rápido a las informaciones. Habitualmente se compone de una portada (con título identificativo y el logotipo de la entidad), un sumario (en el que se especifican los temas principales), una introducción explicativa, un capítulo por cada tema desarrollado, un apartado de conclusiones y un bloque de documentos adjuntos.

Al entregarse con motivo de una rueda de prensa en concreto, debe incluir igualmente un listado de la personas que van a intervenir: nombre, título, función y una breve nota biográfica, el texto íntegro o un resumen de las intervenciones, así como unos folios en blanco que permitan tomar notas a los periodistas.

SELECCIÓN Y PREPARACIÓN DE LOS PORTAVOCES

De cara a la comparecencia, debe evitarse que el número de portavoces seleccionados sea excesivo. Tres o cuatro parecen el límite máximo. Resulta de gran ayuda guionizar las intervenciones de los portavoces y sus argumentos más sobresalientes (por ejemplo mediante fichas de apoyo), con el fin de garantizar la solvencia y agilidad de las respuestas. En este sentido, el trabajo de preparación previo a partir del argumentario de la organización puede representar una gran ayuda.

Además del asunto que motiva la convocatoria, generalmente el portavoz (o portavoces) habrá de dar respuesta a otras posibles cuestiones que le planteen los periodistas. También debe estar preparado para ello¹⁰. En la misma línea, conviene estar informado de los temas de actualidad para contestar a posibles preguntas imprevistas o a la hora de tomar la realidad cercana como puente para transmitir los mensajes deseados.

Con objeto de acostumbrarse a responder a todas estas exigencias, es recomendable que los portavoces participen en sesiones de entrenamiento en habilidades de comunicación. El fin de las mismas es poner en práctica las situaciones propias de las comparecencias públicas y, en este caso, asumir las estrategias necesarias para abordar la batería de preguntas que pueden surgir en una rueda de prensa. Estas sesiones ayudan igualmente a ejercitar los conocimientos consolidados en el argumentarlo de la organización, así como a desarrollar su necesaria actualización.

EL PRESUPUESTO

La relación de gastos mínimos que habría que considerar a la hora de decidir la organización de una rueda de prensa sería la siguiente:

- Derivados del alquiler de la sala.
- De impresión de la documentación (dossier de prensa), y de preparación de los dispositivos de apoyo.
- Por la contratación de azafatas.
- Para el cóctel de la clausura.
- De desplazamiento y alojamiento (periodistas y ponentes).

LA CELEBRACIÓN DE LA RUEDA DE PRENSA

RECEPCIÓN DE INVITADOS Y PRESENTACIÓN DE LOS PORTAVOCES

En el momento de recibir a los periodistas se les suele hacer entrega del dossier de prensa para que les sirva de guía y referencia durante la reunión.

Es un buen momento, igualmente, para empezar a confirmar el número y la identidad de los medios que van a asistir a la convocatoria, aunque siempre habrá que esperar al final de la misma porque algunos profesionales de la información pueden incorporarse al acto una vez empezado. Con la confirmación de quienes han acudido, posteriormente se podrá remitir la documentación a los ausentes.

El inicio de la conferencia puede demorarse unos diez minutos por razones de cortesía y para dar tiempo a que llegue el mayor número de invitados. Además, en este lapso de tiempo los reporteros gráficos pueden aprovechar para realizar sus imágenes fotográficas.

El protocolo establece la necesidad de abrir la rueda de prensa con unas palabras de bienvenida y con la presentación de los oradores (que han de estar perfectamente identificados), así como con un esbozo de los temas que se van a tratar.

Si son varios los portavoces, es preciso establecer claramente los contenidos de cada intervención y el orden de éstas. Idealmente, las alocuciones no deben exceder los 15 minutos y, en conjunto, no más de una hora.

Ocasionalmente, los periodistas de televisión que no tengan tiempo de esperar a la finalización de la rueda de prensa, pueden aprovechar el prólogo para registrar algunas entrevistas cortas.

Si se ha convocado a muchos medios, cabe la posibilidad de designar un moderador que dé paso a las preguntas de los periodistas.

LAS INTERVENCIONES

Durante las alocuciones, resulta muy importante que los oradores realicen una exposición ordenada de los temas para no confundir al auditorio y/o restar importancia a lo noticioso. Se debe definir perfectamente la información y presentarla de la manera más atractiva posible a los periodistas, tanto en el fondo como en la forma; en esta línea, resulta provechoso apoyar los argumentos con hechos, citas y ejemplos concretos. De igual modo, el empleo de datos, cifras y fechas también puede ser acertado, pero con cautela, porque un exceso de datos puede confundir a la audiencia.

LAS PREGUNTAS DE LOS PERIODISTAS

Concluida la intervención (o intervenciones) del portavoz (o portavoces), puede abrirse un turno de preguntas por parte de los periodistas. Para rentabilizar desde el punto de vista de la comunicación esta fase de la rueda de prensa, puede ser conveniente conocer alguna de estas cuestiones:

- Los portavoces deben ser capaces de reconocer oportunidades puentes en las preguntas para esgrimir (y reiterar) sus mensajes clave.
- Todas las respuestas deben emitirse en tono positivo. Aunque se puede reconocer parte de lo expuesto por los periodistas, la contestación ha de articularse en un escenario totalmente constructivo.

- Debe evitarse a toda costa caer en el error de confirmar una opinión contraria a los propios intereses. Es una situación típica en aquellas preguntas en las que el periodista interroga mediante una afirmación. En este caso, no hay que repetir el punto de vista del que interpela. Cabe emplear la siguiente fórmula: “Esa es su opinión. La mía...”
- Los argumentos deben plantearse pensando en la audiencia, no en el profesional de la información que ha formulado la pregunta. Es a la opinión pública a la que se pretende hacer llegar el mensaje, independientemente del talante o las posiciones personales de los periodistas.
- La educación y el hecho de no tomarse ninguna pregunta a título personal favorecen el clima positivo de la reunión. Los portavoces deben expresarse con calma y trasladar la impresión de controlar la situación. Nunca hay que discutir con los profesionales de la información, aunque se formulen cuestiones embarazosas, provocadoras u ofensivas.
- Las respuestas sencillas y concretas definen al portavoz como una persona franca, que contesta claramente a las cuestiones.
- Contradecir a los otros participantes y eludir las preguntas negativas de los periodistas resulta perjudicial para la imagen de la organización.
- Puede formularse una cuestión más de una vez. Por ello, es importante que los portavoces permanezcan alerta y contesten con los mismos argumentos.
- Enriquecer las contestaciones con anécdotas personales o con ejemplos pertinentes facilita la receptividad del mensaje.
- Fomentar el tratamiento más personalizado posible en la relación con los periodistas favorece la comunicación, así como consolida la imagen del portavoz como una persona amable, cortés y con sentido de la empatía. Ronald Reagan acostumbraba a emplear un plano de la sala de prensa para conocer la ubicación e identidad de los asistentes a las conferencias, y así poder dirigirse a ellos personalmente.
- La conferencia de prensa ha de ajustarse al objetivo de la convocatoria y, en este sentido, es recomendable rechazar cualquier pregunta que no figure en el orden del día y responder al finalizar el acto. Asimismo, si alguien solicita una ampliación de un asunto muy especializado, es mejor emplazar al periodista para una reunión posterior que convertir el encuentro en un diálogo excluyente.

- Si la respuesta no se conoce, o no se posee toda la información, debe reconocerse y explicar la razón (y, a ser posible, prometer que se obtendrá la contestación).
- Si no se entiende bien un requerimiento, conviene no avergonzarse de preguntar las veces que sea preciso. No hay que olvidar que los entrevistadores no siempre se muestran totalmente precisos en sus interpelaciones.
- Responder una pregunta con otra puede resultar una buena técnica para lograr un mejor entendimiento o aligerar una situación de tensión.

Concluido el turno de preguntas, no está de más reservar un tiempo específico al final del encuentro para atender a los periodistas que prefieran realizar preguntas en un tono más personal, pero no diga nunca nada que no quiera ver publicado en cualquier caso, hay que tener presente que la concesión de entrevistas posteriores a una rueda de prensa puede complicar la correcta transmisión de los mensajes prioritarios que motivaron su convocatoria.

En este contexto, es preciso distinguir entre la información on the record, off the record y for background. Así, los datos obtenidos por los periodistas on the record son aquellos que pueden ser empleados citando a la fuente que los ofreció, por su parte, la información off the record, a diferencia de lo que mucha gente cree, sí se puede reproducir, pero sin citar en ningún caso a la fuente. Finalmente, la información for background es aquella que obtienen los profesionales de la comunicación con el compromiso explícito de no poder utilizarla, aunque pase a formar parte del bagaje personal de los propios periodistas.

LA CLAUSURA

La conferencia de prensa, tras la lógica despedida por parte de los convocantes, puede clausurarse con un cóctel y, si se celebra en las propias dependencias de la entidad, con una visita a las instalaciones.

Esta última fase, la de la clausura, debe cuidarse, pues resulta especialmente interesante para los informadores. Así, les permite fomentar los contactos personalizados e, incluso, adquirir nuevos compromisos informativos con los responsables de la entidad. En cuanto a los dirigentes, el cóctel y/o la visita a las instalaciones facilitan el acercamiento con los periodistas.

ACCIONES INFORMATIVAS POSTERIORES

REPARTO DEL DOSSIER DE PRENSA A LOS MEDIOS AUSENTES

Un nuevo contacto telefónico facilitará el envío y subrayará el rigor profesional de la empresa a la hora de desarrollar su política informativa. Esta iniciativa puede contribuir igualmente a favorecer la transmisión de los principales detalles de lo acontecido en la conferencia de prensa.

ENVÍO DE UNA NOTA O COMUNICADO DE PRENSA

El comunicado de prensa clarifica los aspectos tratados y fija las posiciones de la empresa. En principio, hay que subrayar que nunca debe manifestarse una pretensión comercial con esta acción de comunicación, aunque pueda resultar tentador.

Tipos de comunicados

- Elaborados para consolidar la información después de una rueda de prensa. Como variante, los diseñados específicamente para los periodistas que no hayan asistido a la convocatoria.
- Remitidos para dar a conocer un acontecimiento que afecta a la organización y que, desde su punto de vista, puede tener su reflejo en los medios de comunicación (sin necesidad de convocar una conferencia).
- De respuesta (en situaciones de crisis).
- Prediseñados (útiles para una coyuntura especial).
- Para actuaciones bajo demanda.

LA EVALUACIÓN DE LA RUEDA DE PRENSA

ASPECTOS ORGANIZATIVOS Y MEDIOS ASISTENTES

Concluida la acción de comunicación, llega el momento de realizar una evaluación de su funcionamiento y eficacia. En primer lugar, deben analizarse los aspectos organizativos (para detectar, y, en su caso, corregir en el futuro las posibles disfunciones), así como evaluar, cuantitativa y cualitativamente, el número y el tipo de los medios asistentes (generales, locales, convencionales, especializados, de prensa escrita, de radio, de televisión...) a la rueda de prensa.

ANÁLISIS DE LA REPERCUSIÓN MEDIÁTICA (Y EFICACIA DE LOS MENSAJES)

La elaboración de un press-clipping (resumen de prensa), tanto escrita como audiovisual, permite abordar la constatación del reflejo mediático que ha podido tener la acción de comunicación. A partir de este trabajo se puede comprobar el espacio/tiempo que ha ocupado la información, el tratamiento que ha recibido (si ha motivado la elaboración de artículos de opinión, entrevistas, editoriales, reportajes...) y, además, detectar los posibles errores que se hayan podido cometer.

CAPÍTULO IX

LA CRÓNICA PERIODÍSTICA



Es un relato o narración de un tema o hecho que se desarrolla de acuerdo con un orden temporal. El nombre de la crónica deriva del griego cronos que significa tiempo. En ella el periodista vuelca su forma personal de apreciar los acontecimientos noticiosos. Con frecuencia aporta su particular interpretación de los mismos para orientar al lector u oyente.

Algunas crónicas alcanzan ribetes literarios, provistas de un lenguaje elegante, creativo y de buen gusto, pero, en cualquier caso, para justificar su naturaleza, la crónica debe ser preponderantemente noticiosa.

COMO REDACTAR UNA CRÓNICA PERIODÍSTICA

La crónica debe reproducir los temas noticiosos en el mismo orden en que se producen sin que por ello tenga que sujetarse a un estilo único y estricto. El redactor debe tener presente que al público destinatario de la información le interesa conocer el orden de los hechos en cada tema que debe ser noticioso, desarrollo que el redactor vuelca de acuerdo con su libre inspiración pero, sin descuidar las reglas del estilo periodístico.

Si el redactor se limita a describir en forma objetiva, los personajes, objetos y hechos involucrados en la noticia desarrollada en forma secuencial, el producto será una crónica informativa. Pero, si el redactor incorpora los elementos de la interpretación con un fin explicativo y orientador, la crónica será interpretativa.

ESTRUCTURA DE LA CRÓNICA

A diferencia de la nota periodística que por su brevedad exige una visión completa de la noticia desde su primer párrafo, en la crónica, por lo general de mayor amplitud, puede bastar una presentación suscita, pero sugestiva que induzca al lector u oyente a conocer los pormenores del tema en los párrafos siguientes. De cualquier modo, para el redactor principiante es preferible mantener la práctica de las exigencias rigurosas características de la entrada correspondiente a la nota.

En la crónica el redactor experto apela a una simple oración imaginativa, curiosa o elegante, y de especial impacto, sin descuidar los elementos formativos esenciales y complementarios cuando la naturaleza de la noticia lo demande. Por eso a la entrada de la crónica se la denomina sólo presentación.

Después del párrafo introductorio, por lo general más breve que el de la nota, se inicia, en el siguiente, el relato con los aspectos que anteceden el momento culminante de mayor interés. Este segundo párrafo, y los inmediatos que pudieran complementarlo, constituirán la acción creciente o ascendente.

A continuación un modelo de nota interpretativa, donde la noticia se presenta en forma breve pero explicativa:

DEBATIRÁN EN EL CONGRESO PROPUESTA PARA LA TV

No preservar orden democrático sería causa para cancelar licencias

El Poder Ejecutivo publicó ayer el proyecto de ley para modernizar los servicios de telecomunicaciones y que sólo hace cambios en la norma vigentes.

Las primeras reacciones vinieron desde el Congreso donde el presidente de la Comisión de Transportes, Natale Amprimo, y el presidente de la Comisión especial que revisa la normatividad relacionada con la libertad de prensa, Luis Gonzales, expresaron que el tema merece un amplio debate.

El texto prevé que el no preservar el orden democrático sería motivo para cancelar licencias.

Enseguida una crónica informativa, en la que la noticia se desarrolla en forma secuencial y descriptiva, sin llegar a la profundización del análisis del tema:

POLICÍA SORPRENDE CON MANOS EN LA MASA A 4 ASALTANTES EN BANCO DE LA NACIÓN

Cuatro temibles delincuentes que pretendieron desvalijar una céntrica agencia del Banco de la Nación, armados hasta los dientes, se llevaron el chasco de su vida al ser sorprendidos por el personal de un patrullero que vestido de civil hacía guardia en el interior de esa entidad.

Los delincuentes agredieron a dos empleados, cuando abrían la puerta de la agencia en la cuadra ocho de la avenida La Colmena, en pleno centro de Lima, para irrumpir encañonando con metralletas al resto de trabajadores que se aprestaban a iniciar sus labores.

En el instante en que tres de los sujetos ingresaban a la bóveda del banco, para extraer el dinero, fueron desarmados, en una ágil maniobra, por cuatro policías que fingían ser empleados del banco, a donde habían acudido para escoltar un depósito.

El cuarto delincuente, que permanecía encañonando en las oficinas externas al personal de empleados, fue también desarmado tras ser distraídos por dos de los policías, vestidos de civil, que aparentaban entregarle dos bolsas repletas de dinero mientras se abalanzaba desde una esquina opuesta otro policía que se hallaba camuflado entre las demás personas ubicadas en el interior.

La curiosa captura de los cuatro delincuentes ocurrió sin que se disparara un solo tiro, gracias a la valerosa intervención policial.

Enseguida el redactor abordará el desencadenamiento de la noticia, con los detalles más importantes que motivaron la crónica, fase que se denominará nudo o climax y que, en gran medida, tendrá una estrecha relación con la presentación.

Tras el aspecto central de la noticia se incorpora los detalles ocurridos a continuación y que formarán la acción declinante.

La crónica se cierra con la exposición de la implicancia o efectos finales del suceso a través de uno o dos párrafos que constituirán el desenlace o remate.

CLASES DE CRÓNICAS

Existen numerosos criterios para clasificar las crónicas. Los más citados por los especialistas son;

1. Por su enfoque:
 - Expresionista: cuando la crónica enfoca el tema volcando su libre inspiración.
 - Impresionista: cuando los aspectos que se presentan en la crónica se ajustan objetivamente a la realidad de los acontecimientos.
2. Por su extensión:
 - Crónica propiamente dicha: se desarrolla con amplitud, completando el relato o narración de los hechos.
 - Croniquilla: Es breve y sólo aborda el aspecto más saltante. No suele exceder de los cuatro a cinco párrafos. Es la que más frecuentemente emplean los medios informativos. Por su extensión se suele confundir con la nota.
3. Por el tema:
 - Personajes: Se vale de las biografías y semblanzas. Cuando la crónica presenta los datos biográficos del personaje en forma secuencial, es biográfica. Si destaca sólo los aspectos principales, será una semblanza. En este caso el redactor aporta un lenguaje emotivo y elegante, algunas veces con ribetes literarios.
 - Hechos: Se refiere al tipo de suceso. Se la suele clasificar en política, local, judicial, regional, de espectáculos, policial, deportiva, etcétera.
 - Lugares: Aborda temas de paisajes, viajes, ciudades, instituciones y ambientes en general, vinculados con la noticia.
4. Por su finalidad:
 - Informativa: Cuando la crónica se limita a informar presentando, exclusivamente, los datos objetivos del tema noticioso.
 - Orientadora o explicativa: Explica la sucesión de los hechos.

- Clásica El autor vuelca su libre inspiración con un lenguaje esmerado, algunas veces con ribetes Literarios para cautivar al lector u oyente.
- Inusitada: Combina la fantasía e imaginación personal con los aspectos objetivos de la noticia para cautivar al público destinatario.

EL TESTIMONIO

Es una narración intensa, emotiva y personal que vuelca el protagonista o testigo de un hecho real e interés General. A través del testimonio el autor de la narración revive con profundidad y trasmite las emociones experimentadas en cada pasaje de ese acontecimiento.

El lenguaje característico del testimonio es, con frecuencia, dramático, patético. El estilo de quien narra suele ser subjetivo, personal y, algunas veces, apasionado. El testimonio se suele emplear como complemento de la noticia, acompañando a otras especies periodísticas.

CLASES DE TESTIMONIO

- Directo: Cuando es el periodista quien reporta lo vivido en el hecho que motiva la noticia.
- Indirecto: Cuando es otra persona la que formula la narración a través del periodista.
- Combinado: Cuando la narración de la persona que ha vivido la experiencia es compartida con la versión del periodista.

COMO REDACTAR EL TESTIMONIO

Si la narración es de una sola persona, es innecesario saturar el texto con una serie de citas entre comillas. Tampoco tiene sentido iniciar un testimonio con una extensa presentación del declarante, más bien, es conveniente anteponer la firma del personaje, tras la elaboración de un breve recuadro con los datos del personaje y la explicación esencial de las circunstancias que motivan el testimonio. Si se usa el recuadro debe ser ubicado antes y junto al texto del testimonio El texto, en este último caso, se elabora en primera persona, prescindiendo totalmente de los encodillados. También se escribirá sin comillas, por la misma razón, el testimonio directo, a cargo del periodista. En este caso, se firmará, asimismo, el texto antes de iniciarse, con un recuadro explicativo.

Sólo cuando se trata de un testimonio combinado, donde es preciso distinguir qué es lo que dicen alternadamente el entrevistado y el periodista, se empleará las comillas. Estas se emplearán exclusivamente para las declaraciones del entrevistado. La narración del periodista irá en tercera persona sin comillas, exactamente como se estila en las demás especies periodísticas.

LA DESCRIPCIÓN

Es la acción o efecto de representar a través de las palabras, las características distintivas de las personas y de los objetos. En la descripción se detalla las partes, cualidades o circunstancias. Mediante la descripción se trata de reproducir vivamente los objetos de modo que parezca que los vemos o sentimos.

Existen tres reglas para una descripción correcta:

- Concisión
- Unidad
- Precisión

TIPOS DE DESCRIPCIÓN

1. Según la relación entre el sujeto y el objeto:
 - **PICTÓRICA:** Cuando se describe el objeto como si se contemplara un cuadro de pintura. El objeto Es descrito en forma estática, como si el observador permaneciera también inmóvil.
 - **TOPOGRÁFICA:** Cuando se describe un país, región, ciudad, lugar o local. En este caso, el objeto se presenta inmóvil y quien describe en movimiento.
 - **CINEMATOGRÁFICA:** El objeto que se describe se presenta en movimiento y quien describe, inmóvil. Es el caso de un desfile militar o de manifestantes.
2. Según la naturaleza del objeto:
 - **CRONOGRÁFICA:** Describe el paso, cambio o características del tiempo.
 - **PROSOPOGRÁFICA:** (del griego prosopón): Describe la personalidad del individuo.
 - **ETOPEYICA:** (Del griego Ethos): Transmite las costumbres de la persona o animal.
 - **CARÁCTER:** Presenta las características externas, de los personajes.

- **CLASE:** Describe la manera especial de actuar de una persona considerada como tipo característico de una clase entera. También aborda las costumbres y condiciones de estados, categorías sociales o profesionales.
 - **DEFINICIÓN:** Cuando en la descripción de una persona u objeto, el escritor vuelca su estado emocional alegre o triste.
3. Según su relación con el tiempo y el espacio:
- **ESTÁTICA:** Presenta los aspectos de las cosas, su fisonomía y apariencia física del objeto como si éste estuviera suspendido en el espacio.
 - **DINÁMICA:** Los objetos con sus características son presentados en movimiento

EL PROCESO DE LA DESCRIPCIÓN

La acción de describir se aplica tanto en los aspectos físicos o materiales como espirituales o internos. El proceso de la descripción comprende las cuatro fases siguientes:

1. **Observación:** Es la percepción del objeto a través de todos los sentidos naturales. No basta mirar, sino también escuchar, oír, gustar y palpar, transmitiendo al lector, a través de la redacción final, en la redacción final, ese conjunto de sensaciones que inspira el objeto. La observación es de dos clases: Directa, cuando la observación se hace en el terreno, frente al objeto. Es indirecta cuando se realiza sin tener el objeto ante la vista, en forma imaginativa.
2. **Punto de vista:** Es el matiz personal con que se interpretan los rasgos observados. Corresponde a la impresión sintetizada que cada quien recoge del objeto, según su particular sensibilidad, inteligencia o experiencia.

Todo punto de vista implica un determinado orden en la selección de los datos. Entre muchas otras reglas se sugieren las siguientes:

- De lo particular a lo general, y a la inversa:
Ejemplo: Si describe algún ambiente de la ciudad, empiece por un detalle en primer plano y enseguida amplíe su descripción con los planes siguientes.

- De la forma al contenido, y a la inversa
Ejemplo: Si describe a una persona, empiece por sus rasgos característicos exteriores, configuración física, gesto, comportamiento y vestimenta. Continúe con su forma de razonar y de sentir la realidad.
 - De lo próximo a lo más alejado en el tiempo, y a la inversa:
Ejemplo: Si describe en el campo político, el ambiente de un proceso electoral, detalle las características del ambiente y, continúe con la descripción de anteriores procesos,
3. Reflexión: Es el acto de profundizar, analizar y valorar todo lo observado.
4. Presentación: Enlaza las tres fases anteriores: Observación, Punto de vista y Reflexión para elegir la expresión lingüística que debe corresponder a lo observado.

LA NARRACIÓN

Narrar es contar una o varias cosas. La narración es la exposición de hechos verídicos o ficticios ocurridos en un espacio o tiempo determinado. En la narración se encadenan un conjunto de descripciones, enlazadas por una acción sucesiva. En una amplia narración se unen los hechos, unos con otros, y se combinan con la descripción de los mismos. La narración es periodística cuando se refiere a hechos reales, pero además, actuales, novedosos y de interés general.

Según Hamlet, la descripción "se contenta con fijar el aspecto externo de los hechos percibidos por los sentidos", mientras la narración "intenta averiguar, además, de las acciones, sus causas iniciales, los sentimientos, el carácter, las vivencias que impulsan a actuar a los personajes en una forma determinada". El escritor González Ruiz agrega: "Narrar es escribir para contar hechos en los que intervienen seres humanos. Narrar es desarrollar una tempestad, sin aludir más que el espectáculo de las fuerzas naturales". En síntesis, toda narración debe ser clara, precisa, verosímil e interesante. No excluye los adornos pero, sin atentar contra la claridad y la brevedad.

La narración se apoya en tres elementos:

- a. Los tipos: Son los personajes a los que se presenta distinguiendo, de manera nítida, los aspectos de su personalidad.
- b. La acción: Corresponde al movimiento de los hechos.

- c. Ambiente: Es el escenario donde actúan los personajes y transcurre la acción.

Para que la narración sea presentada de manera interesante, y cautive el interés del público, se debe aplicar las siguientes leyes o principios:

- a. Ley de la unidad: Da origen a las demás leyes o principios. La narración gira sobre un centro de interés en las ideas y los hechos con que deben guardar relación las diversas partes de la narración.
- b. Ley de la utilidad: Sólo se emplea las ideas útiles. Las accesorias que se aparten del punto de vista deben ser desechadas.
- c. Ley de interés: El desarrollo de la que mantenga la atención y curiosidad del lector. Se basa en los siguientes aspectos: buen arranque, descubrimiento de ideas y un final narración debe ser regulado por el interés permanente sugerido.
- d. Ley de la verdad: La narración extrae su interés y movimiento de los hechos observados directamente de la realidad.
- e. Ley de la verosimilitud: Los hechos, además de ser verdaderos, deben parecerlo para ser comprendidos.

(El texto anterior ha sido extraído de los apuntes del periodista y docente universitario Jorge Ramos de la Flor)

La crónica periodística se considera un género interpretativo. En la prensa española encontramos abundantes crónicas, aunque posiblemente hasta ahora podías confundirlas con noticias o incluso con artículos. Apréndete las siguientes características de la crónica y así podrás identificarlas sin ninguna dificultad:

- En España consideramos crónica la narración de una noticia en la que se incorporan ciertos elementos de valoración e interpretativos, aunque estos siempre tienen un carácter secundario frente a los elementos estrictamente informativos. Como ves nos encontramos de nuevo con un género híbrido, como también lo son el reportaje interpretativo o la entrevista.
- La crónica presenta, además, la peculiaridad de que tiene siempre una cierta continuidad, aparece con una determinada periodicidad. Bien sea por el periodista que la firma o por la temática que trata. Por ejemplo, es fácil encontrar en la mayoría de los periódicos la crónica taurina del día, o la crónica de sociedad.

- El lector interesado en esos temas busca todos los días esas crónicas. En otras ocasiones hablamos de crónicas firmadas por determinado periodista que aparecen con cierta regularidad, como las crónicas del corresponsal del periódico en Nueva York.
- Esta continuidad genera cierta familiaridad entre el cronista y el lector. El lector conoce perfectamente el estilo de su cronista favorito, o reconoce las informaciones firmadas por el corresponsal. Esta familiaridad permite al cronista escribir en un tono directo, e incluso llano y desenfadado, que no resultaría admisible para la redacción de una noticia.
- El estilo de la crónica es objetivo al igual que el de la noticia, pero el periodista se permite una mayor libertad expresiva en el uso del lenguaje, hasta el punto de crear un estilo personal. También puede estructurar la crónica con libertad, sin aplicar la pirámide invertida con la intención de mantener el interés desde la primera hasta la última línea.

En la prensa encontramos distintos tipos de crónicas y todas ellas reúnen las características citadas diferenciándose por los temas que tratan: crónicas de sucesos, crónicas deportivas, crónicas taurinas, crónicas de corresponsales fijos en el extranjero, crónicas de corresponsales en otras provincias, crónicas de enviados especiales, crónicas políticas, crónicas de viajes, crónicas de sociedad, etc.

El corresponsal fijo en una ciudad extranjera es el periodista que el medio destina a un determinado país para obtener una información completa, y en muchos casos exclusiva, de lo que allí pueda suceder. Este periodista que actúa como corresponsal debe conocer perfectamente todos los elementos políticos, culturales, económicos, etc, del país en el que va a trabajar para poder interpretar correctamente las informaciones que allí se producen. También debe esforzarse por ofrecer crónicas que contengan informaciones exclusivas o enfoques propios no facilitados por las agencias de noticias u otros medios de comunicación.

Las crónicas del enviado especial tratan de cumplir las mismas funciones descritas para los corresponsales, pero en este caso se trata de periodistas que el medio envía temporalmente para cubrir determinada información que se está produciendo, o que se presume que en breve se pueda producir, en una zona geográfica determinada.

Los enviados especiales cuentan con la desventaja, frente a los corresponsales fijos, de que necesitan conocer con rapidez las circunstancias de ese entorno, en muchos casos desconocido hasta entonces, para poder informar con eficacia.

Concepto y Clasificación de la

Crónica según Juan Gargurevich

Es un relato sobre personas, hechos o cosas reales, con fines informativos, redactados preferentemente de modo cronológico y que, a diferencia de la nota informativa, no exige actualidad inmediata pero sí vigencia periodística

Clasificación

Para Johnson y Harris pueden ser: descriptivas, narrativas o expositivas, advirtiendo que «no pueden ser imaginarias, excepto en cuestión de estilo o arreglo del material. No son ficción. Los incidentes, hechos y personajes aludidos son reales y deben existir. no crearse». Martín Vivaldi nos dice que «La crónica (por su enfoque) puede ser impresionista o expresionista. «Queremos decir que el cronista puede contentarse con una impresión mas o menos fotográfica de lo que cuenta (...) o también puede darnos una versión mentalmente reelaborada de los hechos».

El profesor Beltrao clasifica dos grupos importantes de crónica:

1.- En cuanto a la naturaleza del asunto:

- Crónica general (...) temas de cualquier naturaleza, divulgados bajo un epígrafe general, forma gráfica o ubicación en página permanente;
- Crónica local («urbana» o «de la ciudad») ... La vida cotidiana de la ciudad;
- Crónica especializada (Llamada a veces «de comentario» integrando la respectiva página o sección, con presentación gráfica del texto, y distinta de las demás materias que son publicadas allí) en la que el autor focaliza los asuntos referentes a (especialidades): política, deportes, economía, etc.

2.- En cuanto al trato dado al asunto:

- Analítica, en que predomina la dialéctica: los hechos son expuestos con brevedad y estudiados luego con objetividad (parece pequeño ensayo científico)

- Sentimental, en que predomina la apelación a la sensibilidad del lector y en donde los hechos son explotados en aquellos aspectos pintorescos, épicos, líricos, capaces de emocionar e influir en la acción, mediante un impulso casi inconsciente (...) lenguaje vivo, calificativos, sustantivos concretos, gerundios; el ritmo es ágil ... no tiene profundidad dialéctica.
 - Satírica Humorística, en que el objetivo es criticar, ridiculizando o tratando- con ironía los hechos, acciones, personajes o pronunciamientos comentados, con la finalidad de advertir o divertir al lector.
- 3.- En cuanto al contenido, el tema de la crónica, podríamos diferenciar todavía varias clases más. que son muy populares, a saber:
- Crónica de viajes: relatos de experiencias de viajes, especialmente en lugares exóticos. Puede ser también de énfasis en las anécdotas de viajeros;
 - Crónica de memorias: relato de recuerdos, fragmentos de «Memorias», de cierto significado histórico;
 - Crónica histórica: relato de contexto, de antecedentes de una situación de actualidad que requieren de explicación de orígenes; tiene sentido sólo cuando va acompañada de la nota informativa respectiva;
 - Crónica de corresponsal: relato y comentario de noticias de impacto especial, que sigue inmediatamente después de la nota informativa y a modo de ampliación. Supone gran actualidad.

LA CRÓNICA DE INTERÉS HUMANO

A partir del énfasis en informar sobre las personas, la escuela norteamericana desarrolló el interés humano en las noticias, globalmente, para producir como su mejor resultado la llamada «Crónica de Interés Humano».

Este interés humano es una de las características principales del periodismo del país del Norte y es justamente la que probablemente marca la diferencia con el periodismo que se cultiva en América Latina.

Desde el cambio a gran industria, el periodismo norteamericano inició una verdadera carrera de búsqueda de «personalidades» capaces de interesar a sus públicos masivos, atraer audiencias, de ser, en suma, «stars». Se ha intentado una serie de teorías explicatorias de este fenómeno que van desde la citada premisa simplista de

«las personas se interesan por las personas» hasta problemáticas psicológicas (identificación, etc.) propias de las masas norteamericanas.

Desde fines del siglo pasado entonces, surge la «Human Interest Story» como producto típico, repetitivo, de la escuela norteamericana y que es adoptada en muchos países a través de la influencia de las agencias internacionales de noticias.

La nota de interés humano tiene como característica cierta superficialidad, como veremos más adelante, y en general, aquel interés humano global de que hablábamos arriba, imprime al periodismo norteamericano un sello muy especial: profusión de información sobre personas sin intentar profundizar en explicaciones.

Por definición, la crónica de interés humano, es aquella información que tiene por objeto movilizar emociones en el lector apelando a su sensibilidad. Pero no contempla el tipo de crónica de verdadero «interés humano» o sea la movilización de la sensibilidad hacia situaciones de tipo social (miseria, injusticia, etc.) sino que se detiene en el hallazgo de hechos triviales (la niña perdida, el perrito ahogado, la vaca ciega, etc.). Esta técnica sin embargo, puede ser rescatada en beneficio de la necesidad de mostrar realidades concretas de tipo social y que no podrían ser suficientemente explicitadas si se plantearan como notas informativas comunes o entrevistas.

Johnson y Harris dicen al respecto:

«El tema no es el hecho desnudo y el incidente, sino el fondo humano del suceso. Aun donde falta el valor noticioso, siempre existen aquí y allá ciertos hechos de la vida humana, preocupaciones y problemas, situaciones dramáticas de las que se obtiene una nota de interés humano. Los pensamientos, emociones, ambiciones y los diversos datos sociales y psicológicos son harina para llenar sacos de interés humano. La intención, por lo tanto, no es transmitir noticias con información, sino dramatizar la vida misma, para producir un impacto emocional en el lector».

Un buen ejemplo de cómo elegir el tema para una nota de interés humano podría ser el siguiente: si se produce un grave accidente ferrocarrilero, el redactor enviará en primer lugar una nota informativa cubriendo los sucesos «objetivamente»; luego, una entrevista a un sobreviviente o testigo; quizá después una crónica contando el

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

accidente de principio a fin y al final procurara encontrar un detalle, por mínimo que sea, que le brinde material para una crónica de interés humano.

Podrá ser un juguete abandonado entre las vías, un perrito aullando por su amo muerto, una canasta de comida abandonada, una anciana aguardando inútilmente el tren en la estación siguiente, etc.

Harrington definió perfectamente este tipo de información:

«La crónica de interés humano hace uso franco de emociones elementales o instintos tales como curiosidad, amor, miedo, sorpresa, humor, compasión, tristeza, lucha por la vida, riqueza y felicidad, todos los cuales hallan respuesta inmediata en toda la gente».

Planteó asimismo, que la nota de interés humano puede resaltar:

a) Lo dramático y lo heroico; b) Conductas inusuales de animales; y c) Sentimientos de simpatía.

Johnson, por su parte, dice que la historia de interés humano tiene como objetivo entretener y dar a conocer, remarcar 'a naturaleza y hábitos de vida de la gente. Este tipo clásico de artículo, agrega, no tiene elemento específico de actualidad inmediata, aunque generalmente se le ubica en un contexto de moda, de temporada. Rara vez contiene valores noticiosos en el sentido de la nota informativa; más bien surge, alimenta la curiosidad de la gente acerca de otra gente, animales, rarezas, cosas y lugares inusuales. La clave del interés humano no es la significación sino la reacción emocional -ya sea risa o llanto, simpatía o cólera.

Citaremos finalmente a Mandel nuevamente: «La nota periodística de interés humano parece ser un fenómeno típico de los Estados Unidos; en el fondo, no es más que la adición de interés humano y colorido, a las notas periodísticas objetivas. Sin embargo, a diferencia de estas últimas, la nota de interés humano no tiene más límite que la inventiva y la facultad creadora del redactor».

Según Johnson «Muchos ángulos del interés humano nos son familiares; sólo los caracteres y circunstancias cambian de año en año. He aquí algunas situaciones típicas para el interés humano.

- Niños: un infante vietnamita refugiado es adoptado por una familia americana; un jugador de ajedrez de once años se enfrenta con éxito a un reconocido maestro adulto.
- Animales: un perro perdido regresa dos meses después; elefantes del circo en la calle principal
- Rareza: nacimiento de séxtuplos; el patriota que pinta su casa de rojo, blanco y azul.
- Drama: un escalador de montaña sube por la fachada del edificio más alto de Nueva York; un policía persuade a un desesperado de no saltar desde la azotea.
- Humor: un recaudador de impuestos reclama que le han cobrado impuestos demás; la bandera de la Municipalidad se ha bajado sola.
- Patetismo: una pareja de ancianos es desalojada y no tiene donde ir; un tractorista hace un hoyo enorme en el patio equivocado.
- De Temporada («seasonal»): una familia no tiene regalos de navidad para sus niños; un servicio de telegramas cantados especializados en mensajes de amor en el Día de San Valentín.
- Color (entusiasmo o escena): aficionados hacen cola durante quince horas para comprar entradas para el juego de basketball; propietarios recogen lo que queda en sus tiendas luego de una noche de saqueo a causa de un apagón».

El siguiente es un ejemplo excelente del tipo de crónica de interés humano a que se refieren los tratadistas norteamericanos:

Adolph Forger, domiciliado en el 2021 de la avenida Anthony, en el Bronx, se dirigía a su hogar a las 6 de la tarde de ayer cuando vio a una pequeña niña caminando a lo largo de la avenida Westchester, cerca del camino de Clason Point. La niña era muy pequeña y el camino estaba solitario, así que • Forger le preguntó:

«¿Qué estas haciendo aquí?».

«Solo caminando», replicó la niña. «Me llamo Mary Me. Carthy, tengo seis años y vivo en el 218 de la calle 17 Este, y mi mamá se llama Catherine Mac Carthy y sólo estoy caminando».

«¿ Y cuánto tiempo hace que estás caminando?, preguntó Forger sorprendido.

«Desde las once de la mañana». «¿ Y hacia dónde estás caminando?»

«¿ Está el Polo Norte muy lejos de aquí?» preguntó a su vez la niña».

El señor Forger llevó a Mary a la estación de policía de la Avenida Tremont, donde ya habían recibido una llamada de su madre. Un policía calculó que la niña había caminado unos doce kilómetros.

La intención existente y evidente de esta crónica, publicada por el antiguo New York Sun en época de Navidad, fue despertar simpatía y ternura hacia la niña que se dirigía allá donde se supone que Santa Claus recibe los pedidos de juguetes. Fue una crónica de primera página.

LA CRÓNICA DE INTERÉS SOCIAL

Por contraste a la crónica de interés humano típica de los Estados Unidos, en otros países -especialmente en América Latina- surgió lo que llamaremos arbitrariamente «crónica de interés social», para diferenciarla netamente de la anterior.

Este tipo de crónica es la que enfatiza el relato de situaciones en la que resaltan cuestiones eminentemente sociales y que contienen un elemento de simpatía hacia los actores del drama, a la vez denotan una posición bien definida de reclamo, de cambio.

No se encuentra frecuentemente en los diarios, pero sí en las revistas. Normalmente descubren aspectos que podrían resultar desagradables para determinados sectores y que prefieren optar por el silenciamiento. Crónicas sobre niños mendigos, obreros desocupados, huelguistas de hambre, familiares de presos, escasez de alimentos, etc. y en fin, todo aquello que suponga abrir una herida en el «Sistema» para mostrar el interior, provoca rechazo en los grandes diarios llamados «serios» que insisten en que no se debe mostrar lo que llaman «aspectos desagradables» de la vida. Estos aspectos forman parte, sin embargo, de la realidad concreta, objetiva, de cualquier país.

Un buen ejemplo sería este fragmento de una crónica del Diario de Marka, sobre los canillitas que viven en los márgenes del río Rimac:

A poco de caminar encuentro a los protagonistas de esta crónica. Están sentados en perfecto círculo en torno a una fogata en la que se asan camotes y se encienden cigarrillos. Cuento veinte niños y se me informa que otros están bañándose y lavando su ropa en el «Ratery Club», nombre que ellos le han dado a una poza que han hecho con grandes piedras en un lugar tranquilo de la corriente.

Un sauce enano, chueco e inclinado, sirve de almacén. A su sombra reposan una variedad de cajas para lustrar zapatos y paquetes de «La Prensa» que no han tenido salida.(...)

Ninguno tiene nombre normal, todos son apelativos, apodos. Extrañamente. Yimi. el más «vivo», tiene un nombre que se presta para tomarle el pelo. Parece ser el que tiene mejor visión de los negocios. Por las mañanas vende diarios en las agencias bancarias del centro.

Un zambito está juntando todas sus monedas para comprar una cajetilla de cigarrillos para luego venderlos por unidad en las cantinas. Parece que no le alcanza. «Voy a buscar a la Vida», dice. ¿Quién es la Vida? . . . «Un marica que viene por aquí. . .»(...)

La intención de la crónica citada es redamar atención sobre estos niños abandonados a su suerte, semidelincuentes, que dependen de su ingenio para sobrevivir. El mensaje de reclamo es directo, exponiendo crudamente la situación para sensibilizar a instituciones, autoridades, a la sociedad en general, sobre el problema.

LA ARQUITECTURA DE LA ENTREVISTA

JORGE HALPERÍN

Criticadas como “notas cortadas a los hachazos”, cuestionadas por la gente de la talla del escritor Milán Kundera que denunció el fascismo de la pregunta, las entrevistas (editadas o no como tales) son uno de los insumos fundamentales del periodismo y los medios. Sobre todo, en esta profesión que está centrada en los vínculos. Efectivamente, el periodista trabaja con papeles y personas.

Todo lo que no obtiene de su experiencia directa – es decir la mayor parte de lo que escribe -, lo que no surge de los cables y los despachos, de los otros medios y de los archivos, sólo lo consigue sobre la base de conversaciones con infinidad de personas conocidas y anónimas. Por lo tanto, cada día la periodista entrevista casi tanto como respira.

No sería descabellado calificar la entrevista como una conversación absurda en la que una persona (pública o no) es interrogada por un desconocido que le hace muchas veces preguntas íntimas o comprometidas esperando que él responda con revelaciones que normalmente les niega, incluso, a muchos de sus conocidos. Y, si se quiere, esta visión también encaja en la multitud de variantes no periodísticas de la entrevista (el interrogatorio policial y judicial; la entrevista laboral; la entrevista psicoanalítica, etcétera). Por fortuna, más allá de aquel escenario conspirativo, hay también otra manera de ver el género: a la luz de una multitud de brillantes ejemplos, es justo describir la entrevista como una nota que trae la vibración de un personaje, su respiración, sus puntos de vista y su naturaleza.

La realidad de la tarea se ubica en el inquietante cruce entre aquella dura intrusión y este encuentro lleno de calor personal.

El diálogo periodístico es también la oportunidad de tener una fuente única a nuestra disposición, mejor dicho a disposición de la habilidad que tengamos para construir un vínculo que nos permita obtener del sujeto toda la información que busquemos, lo voluntario y también lo involuntario, incluso trabajado con sus medias palabras.

Pero la entrevista es también el fascinante reino de la pregunta, el ejercicio de la interrogación, el abrir la mente al sentido último de las cosas. No se trata de que pensemos con Oriana Fallaci que “las preguntas son más importantes que las respuestas”, sino de reivindicar el acto militante de interrogar. Porque no está en juego sólo la pregunta que desencadena una respuesta, sino también la que remite a nuevas preguntas. Como lo señala José Ferrater Mora, “La vida humana está enteramente abierta a lo que se presenta. La vida no es “nada” excepto preguntar sobre sí misma.” Y la pregunta asume diversas formas. Por ejemplo, filosóficamente, cada uno de los sentimientos el temor, el amor, la angustia – es en el fondo de naturaleza interrogativa.

Preguntar es detener por un instante el mundo y someterlo a un examen. Desde la inmolación de Sócrates, el gran preguntador, el tábano de los griegos, hasta nuestros días, las preguntas son socialmente más incómodas que las respuestas. Pertenecen, claro al campo de lo incierto y, en consecuencia, es comprensible que puedan desatar cortocircuitos.

Así y todo, la gente vive fascinada por las preguntas y goza intensamente de las entrevistas, que no están ausentes de ningún producto periodístico. Lo que no significa que en las redacciones se reconozca la importancia de este género y se advierta que hay un saber específico, reglas del buen hacer de la entrevista.



La entrevista la importancia de este genero

El vínculo periodista-entrevistado

La entrevista es la más pública de las conversaciones privadas. Funciona con las reglas del diálogo privado (proximidad, intercambio, exposición discursiva con interrupciones, un tono marcado por la espontaneidad, presencia de lo personal y atmósfera de intimidad) pero está construida para el ámbito de lo público. El sujeto entrevistado sabe que se expone a la opinión de la gente. Por otra parte, no es un diálogo libre con dos sujetos. Es una conversación radial, o sea centrada en uno de los interlocutores, y en la que uno tiene el derecho de preguntar y el otro de ser escuchado.

Es indispensable comprender qué clase de vínculo es éste para examinar los problemas prácticos del trabajo, nuestras atribuciones y también la clase de responsabilidad ética que asumimos. La relación entre el periodista y su personaje no es entre pares; es asimétrica. Nuestro sujeto está en el centro de la escena y nosotros a un costado, facilitando su contacto con los lectores y oyentes.

Por otro lado, su voz es naturalmente más importante que la nuestra. No importa lo mismo para los lectores saber lo que piensa nuestro personaje que las ideas que podamos esbozar nosotros durante el diálogo. En todo caso, nuestras ideas deben ser inteligentes como disparadoras del entrevistado y como herramientas para poner a

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

prueba su discurso. Por otro lado, nuestra subjetividad vale en tanto pueda aportarle al lector una mejor aproximación, un acercamiento sin interferencias al sujeto y sus ideas.

Mirando desde otro ángulo, también existe una asimetría en sentido inverso: por un momento, ese personaje público está a nuestra disposición para ser guiado, interrumpido, criticado y derivado hacia distintos temas. Estamos autorizados a cuestionarlo públicamente en su presencia, a poner en dudas sus declaraciones, a explorar sus dudas y contradicciones como si alguien nos hubiera investido de una autoridad representativa.

No somos amigos ni actuamos simplemente como dos personas que sostienen un encuentro. Está sucediendo algo infinitamente más complejo: la entrevista periodística es un intercambio entre dos personas físicas y unas cuantas instituciones que condicionan subjetivamente la conversación.

El entrevistado habla para el periodista, pero también está pensando en su ambiente, en sus colegas, en el modo como juzgarán sus declaraciones la gente que influye en su actividad y en su vida, y el público en general.

En el otro extremo, el periodista trabaja para un medio concreto cuyas reglas debe tener en cuenta, estructura su diálogo pensando en los lectores y no es indiferente al juicio de sus pares. Nada más alejado, entonces, de los encuentros espontáneos. Lo que obliga a desplegar una estrategia cuidadosa que, atendiendo a la multitud de presiones que operan en el diálogo periodístico, no termine por frustrar la posibilidad de una rica conversación.

El periodista debe trabajar duro para atenuar esas tensiones, disminuir la comprensible paranoia de sus entrevistados y convertirse para ellos en una persona confiable. Manipula sutilmente la situación cuidando no someter al entrevistado y alterar su comportamiento, y se previene de las manipulaciones del sujeto. Es inevitable que el entrevistado despliegue un juego de seducción tratando de disminuir la inquietud o directamente la sensación de peligro que le plantea el periodista, y conseguir que éste se lleve la mejor impresión. Por eso también es inevitable que desee transmitir una imagen de coherencia en todos sus actos e ideas y que, en consecuencia, nosotros debamos explorar muchas veces en sus contradicciones, en sus dudas, en las fisuras de su discurso para sacar al verdadero sujeto a la superficie.

El periodista escucha al entrevistado, no trabaja para él sino para un tercero (el medio, el lector), no le presta un servicio. Pero consigue aumentar o sencillamente consolidar su presencia pública. El periodista se convierte en el empalme entre lo público y lo privado para lo cual debe prevenir todos los cortocircuitos.

En cierto modo, su tarea consiste en anestesiar parte de la conciencia de sus entrevistados para que pierdan la ansiedad y la angustia que pueden acompañar al acontecimiento dramático que tiene lugar allí: están formulando declaraciones que serán leídas y escuchadas por miles de personas. Ahora bien, el periodista sabe que debe suministrar un suave tranquilizante, no un poderoso somnífero.

Podemos exagerar un poco y decir que el periodista es una suerte de hipnotizador que debe aplicar suaves dosis de su medicina para que el diálogo se encarrile de manera productiva.

De modo que si hay un campo donde el entrevistador no puede dejar de desarrollar una maestría es el de los vínculos. Si no es capaz de lograr un buen rapport con sus personajes, es mejor que se dedique a otra especialidad periodística, y aun así probablemente tendrá dificultades en este oficio.

Un abordaje práctico

Podemos distinguir los tipos de entrevistas en sus grandes variantes, según lo que busca el periodista y según el grado de presencia del entrevistado, desde la forma más personalizada hasta el anonimato:

- De personaje,
- De declaraciones (consultas e interpelaciones al poder, a políticos, economistas o Funcionarios públicos o privados)
- De divulgación,
- Informativas,
- Testimoniales,
- Encuestas.

En todos los tipos de entrevistas hay un juego de confrontación, pero este juego alcanza su punto máximo en las entrevistas de personaje y las de declaraciones. En

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

ambas, el diálogo busca no sólo la cooperación del sujeto – como sucede en las encuestas, las entrevistas informativas, de divulgación y las testimoniales – sino que también debe avanzar en contra de él. Es decir, en aquello que el entrevistado no muestra voluntariamente o, incluso, desea ocultar.

En general, el periodista y el entrevistado tienen intereses distintos y, a veces, muy poco convergentes. Por eso, la construcción del diálogo se vuelve un trabajo elevadamente artesanal. Por la compleja estrategia y la delicada sensibilidad que demanda durante el encuentro mismo, y por la enorme importancia que tiene el antes y el después: la cuidadosa preparación de la entrevista y la tarea crucial de editarla.

El primer paso del “antes” reside en la elección del entrevistado, que puede estar en manos del periodista o venir ya determinada por el editor. En cualquiera de las dos formas, el entrevistador debe actuar como si él lo hubiera elegido, y ser consciente de por qué prefirió a ese sujeto.

Algunas razones para elegir al entrevistado:

- Porque es un personaje famoso,
- es un personaje curioso,
- es muy representativo de algo,
- es clave en una circunstancia, está ligado a una noticia,
- es portador de un saber muy valioso,
- por el valor de sus ideas.

El periodista debe ser perfectamente consciente de las razones por las que ha sido elegido su entrevistado y, muy especialmente, de lo que espera lograr con esa conversación:

- Conseguir que haga una revelación inédita,
- Llevarlo a formular una importante denuncia,
- Mostrar un ángulo desconocido del personaje,
- Lograr que el sujeto profundice en algo que ha llamado la atención de la gente,
- Producir con él una exposición fascinante sobre un tema de interés público,
- Obtener un retrato completo de su personalidad,
- Exponerlo como un caso testigo.

En el noventa y nueve por ciento de los casos recomendamos no lanzarse a una entrevista improvisada. Es decir, agregar durante la charla todas las preguntas que valgan la pena, pero armar un cuestionario antes de sentarse con el sujeto. Ahora bien, sólo cuando el periodista tiene claros los motivos de la elección del personaje y lo que espera lograr de esa conversación puede dar un rumbo inteligente a su cuestionario. Entonces sí, con una sólida retaguardia podrá sentarse con toda naturalidad frente al sujeto, explorarlo en busca de su nota e improvisar todo lo que sea necesario.

Una sólida retaguardia es contar con diez buenas preguntas, unos tres o cuatro temas diferentes y un firme conocimiento del personaje.

El primer problema es definir qué es una buena pregunta. No existe una clasificación universal, pero entre las virtudes que puede tener una buena pregunta se cuentan el que sea clara; que provoque información; que se haga cargo de una demanda colectiva o que exprese las dudas de la gente.

Si se trata de un personaje público; que sea abierta; que permita profundizar; que consiga explicaciones; que dé lugar a oposiciones; que busque lo nuevo; que invite al personaje a usar imágenes y fantasías; que seleccione lo importante; que piense en lo global y en los detalles; que atraiga anécdotas.

Desde luego, hay que usar hasta el cansancio las famosas 5 “W” inglesas (en nuestro idioma “qué”, “quién”, “por qué”, “cuándo” y “dónde”) y la “H” de “how” (cómo). En toda conversación periodística se emplean en un ochenta por ciento estas preguntas clásicas, que son como una verdadera locomotora que acarrea información y también consigue precisa detalles, mientras que el resto de la charla está compuesta de preguntas más elaboradas o específicas.

Las preguntas son portadoras de conjeturas, hipótesis, inquietudes y perspectivas del mundo. Cuando más ricas sean las hipótesis que llevamos ante el personaje, más impresionados estaremos de descubrir cosas que no había expresado en otras entrevistas.

Las preguntas pueden agruparse en bloques de temas. Los objetivos de una entrevista pueden girar alrededor de un asunto central, pero suelen traer más de un tema. Así debe ser para que puedan transmitir la atmósfera de una conversación, pero, sobre

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

todo, porque el periodista debe tener alternativas cuando el entrevistado no muestra interés o no tiene nada valioso que decir sobre el primer asunto que le expuso. La propuesta es que el cuestionario que hemos armado antes de la entrevista transite por tres o cuatro temas.

Hay un factor importante del que dependen los núcleos de temas y las buenas preguntas: un generoso conocimiento del personaje, que se obtiene de un trabajo riguroso de archivo. Para investigar a un personaje, existe una fuente complementaria al archivo: realizar consultas previas a gente que conoce al personaje para construir un verdadero relato antes de sentarse a dialogar con él.

Hay entrevistas que no requieren investigar previamente al personaje pero sí el tema, para poder diseñar un buen cuestionario. Una dificultad es que hay veces que no hay información ni bibliografía sobre el personaje o el tema.

Pero la dificultad más común de todas se plantea en innumerables notas en las que no nos dan tiempo para consultar el archivo ni construir buenas preguntas ni armar núcleos de temas. Hay que hacer la entrevista ya mismo. Siempre habrá un tiempo de viaje o de espera del personaje en el cual se puede diseñar una mínima estrategia. En primer lugar, tenemos que trabajar alrededor de una cuestión: ¿qué necesita saber el lector oyente sobre esta nota? De inmediato, nos ponemos a escarbar con el equipo básico: las valiosísimas 5 "W", que nos garantizan, de movida, un buen caudal de información.

Lo cierto es que una buena retaguardia, lo que en nuestra jerga llamamos un buen background, es como media nota ya resuelta (difícilmente una entrevista que parte de una sólida preparación previa resulte un estruendoso fracaso). Sin embargo, cuando durante la conversación aparecen vetas inesperadas hay que tirar el equipaje por la ventana y escuchar con los oídos bien atentos y la mayor flexibilidad.

El entrevistado se entrega y nosotros guiamos. Hay que permitir dispersión porque es indispensable garantizar un clima sereno y predisponer al entrevistado a las confesiones, pero en todo momento estaremos atentos a nuestros objetivos para evitar que todo termine en un caos absoluto y en un trabajo estéril. Cuando el periodista

queda atrapado en la anarquía del diálogo, luego se encuentra con que en los mejores pasajes de la charla nos hemos quedado sin profundizar asuntos clave.

Si existe una tensión en todo diálogo periodístico, es, como decimos, en las entrevistas de personaje y en las de declaraciones cuando se incluye un poco de “sangre” (preguntas que molestan, presión máxima del interrogatorio, juegos de evasión y captura, cuestionamientos al sujeto, puesta en evidencia de sus contradicciones, diálogo comprometido).

Una buena entrevista es el resultado de haber conseguido un delicado equilibrio para acercarnos lo suficiente al sujeto, guardando, la mismo tiempo, las distancias.

La entrevista es el arte del vínculo.

El periodista debe convertirse para el entrevistado en una figura no peligrosa ante quien se puede sincerar.

Además de nuestra buena fe y de haber alcanzado un generoso conocimiento del sujeto y de su obra, debemos respetarlo como persona, escucharlo con atención, confesar nuestras ideas siempre que no vayan a influir demasiado sobre el discurso del personaje. Entonces, se trata de confesar algunas de nuestras ideas con sobriedad, principalmente con el objeto de disminuir el misterio que representamos para el entrevistado. Aún en el caso de la entrevista gráfica, donde no hay terceras personas en el cuarto en que están sentados periodista y entrevistado, el lugar está poblado de fantasmas: los juicios de instituciones, colegas, el saber oficial, el público en general.

Para conseguir una conversación fluida y bastante espontánea, el periodista debe desplegar una gran habilidad que haga olvidar aunque él los tenga presentes todos los factores de control social.

El entrevistado célebre, absolutamente entrenado frente a las preguntas, es el más consciente de la presencia de aquellos fantasmas, aunque muchas veces su lugar público está tan afianzado que contesta sin temores. Y el entrevistado ignoto, sin experiencia, es muchas veces el menos consciente de los fantasmas y suele contestar en forma ingenua, sin calcular los efectos. En el medio de los dos está el grupo más

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

numeroso de los entrevistados con relativa experiencia, sujetos que no son demasiado ingenuos pero tampoco calculan el efecto de cada respuesta.

Los tres grupos plantean dificultades: el primero, el de los hiper entrevistados, ofrece menos márgenes al entrevistador cuanto menos conocido sea como periodista y menos influyente sea el medio al que representa. Es más renuente a aceptar la entrevista; si la acepta, le concede menos tiempo, y es menos tolerante con ciertas preguntas, a las que, incluso, en ocasiones juzga en forma negativa o directamente rechaza. Ésta es una experiencia bastante frecuente para los periodistas jóvenes. Es cierto que en ocasiones el personaje famoso actúa más confiado y solidario precisamente cuando el periodista es joven. Es decir que en muchos casos ser joven puede constituir una ventaja. Pero en la mayoría de los casos la relación inversa reduce los márgenes para que el entrevistador pueda desarrollar su estrategia. En éstos se vuelve más recomendable que nunca un profundo conocimiento previo del personaje en parte porque puede impresionarlo muy favorablemente y doblegar su resistencia, además de ser imprescindible para lograr una buena entrevista.

En el otro extremo, los entrevistados sin experiencia con la prensa frecuentemente son ingenuos, balbuceantes al principio pero más tarde muy proclives a confundir la situación con una charla confidencial. Pierden la noción de que aquello que dicen tiene la importancia de una declaración, y por eso pueden sorprenderse mucho de ciertas frases que ellos olvidan haber formulado y que el periodista capturó como una mosca durante la conversación y puso en letras de molde. Tampoco calculan la gravedad que cobra un comentario cuando es publicado. Aun cuando el personaje ha sido informado de que se trata de una entrevista para los medios, el periodista puede advertir cuando es ingenuo y, si se trata de alguien inexperto, debe ser cuidadoso con la difusión de sus declaraciones.

Si se trata de un asunto muy delicado, y tenemos la impresión de que el sujeto cree que lo que acaba de decir no va a ser divulgado sólo en ese caso advirtámosle que vamos a usarlo.

Desde luego que no vamos a pasarnos recordando a cada momento de la conversación que se trata de una entrevista periodística.

ANEXO



Ryszard Kapuscinski:
Reportero del tercer mundo

Algunos en su natal Polonia lo han llamado "el reportero del siglo", pero él apenas se reconoce como un reportero del tercer mundo: África, América Latina y Asia han sido el hábitat de este periodista extraviado a su gusto en el trópico. La que sigue es una edición de su intervención hablada en español en la sede de la Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano en octubre de 2000, invitado por esta fundación y por el Banco Interamericano de Desarrollo (BID), repetida en el taller de crónica organizado por la FNPI, la UIA y el BID en la Ciudad de México, del 6 al 9 de marzo de 2001, y cedida especialmente a Sala de Prensa.

Testigo del siglo XX

El primer país que conocí de América Latina fue Chile. Luego viaje por todos los países del continente. Era corresponsal de una agencia de prensa muy pequeña, muy pobre, que no podía tener periodistas en todos los países, entonces yo cubría toda América Latina.

Ya había hecho lo mismo en África y antes de eso en Asia. Allí me tocó participar, observar y escribir sobre actos de guerra, golpes de estado, de todos esos tensos eventos de la segunda mitad del siglo XX en el llamado tercer mundo.

Comúnmente se dice que fue el siglo de las guerras mundiales, de los sistemas, de muchas cosas negativas, pero no se menciona que el siglo XX pasa a la historia de la humanidad por ser el de la descolonización. Nunca antes en la historia surgieron en la escena política más de 50, 80 países y naciones del mundo independientes. Eso no estaba en el pasado de la humanidad y nunca se va a repetir.

Ese gran suceso estuvo acompañado de dos grandes eventos: la migración del campo hacia las ciudades (al inicio de siglo XX, la población urbana mundial era del 15 por ciento y hoy es del 75 por ciento) y el de la independencia política de las colonias o semi-colonias.

A mí me tocó, como periodista, ser un observador de esos grandes eventos migratorios en sentido físico y en sentido político. A eso dediqué toda mi vida periodística; a describir y a documentar estos dos fenómenos. Ya escribí 20 libros, de los cuales cinco han sido publicados en español, que se dedican a ese gran tema.

En la piel del reportero

Para mí es fundamental que un reportero esté entre la gente sobre la cual va, quiere o piensa escribir. La mayoría de la gente en el mundo vive en muy duras y terribles condiciones y si no las compartimos no tenemos derecho, según mi moral y mi filosofía, a escribir.

En ese último libro que va a salir en español, que salió hace dos años en Polonia, escribí sobre mis experiencias de cuando llegué a una aldea en África, en un país llamado Senegal.

En esa aldea no había luz eléctrica, pero se podía comprar una pequeña linterna china que costaba un dólar, pero nadie allí tiene un dólar. Entonces, no había televisión, ni Internet, ni esas tecnologías.

Cuando llegaba la noche, la gente se juntaba desde las siete a contar sus historias, y era ese el momento más literario, más bello, más fantástico del día. Era toda una poesía. Por supuesto había que entender el idioma y todo lo que pasaba durante la noche. A las 10 u 11 de la noche a dormir y esto, para un reportero, ya era una experiencia realmente dura, porque era en casitas pequeñas de adobe y piso de pura tierra donde se acomoda toda la familia. Y toda la familia significa muchas personas.

La noche era muy caliente y era imposible dormir con la invasión de mosquitos y sin poderse moverse hasta que aparecía el sol a las 6 de la mañana. Era una experiencia bastante difícil, pero si no compartía con esta gente no vería de otra manera la vida de África. Si pasaba la noche en el Hilton o en el Sheraton no era consciente al escribir sobre sus vidas. Lo mismo pasa en las guerras. La profesión de reportero requiere, para poder escribir, que este tipo de experiencias se sientan en la propia piel.

La otra cosa que hago y que considero también importante para un reportero es viajar solo. Es importante ver el mundo que se investiga y penetra con los ojos propios. La presencia de otra persona influye sobre nuestra percepción del mundo. Sus gestos, sus comentarios, cambian esta limpia relación entre el reportero y el mundo que lo rodea.

Hace tres años hicimos un documental sobre África con un equipo inglés que por primera vez iba a ese continente. Recorrimos lugares apartados y cuando llegábamos a cualquier sitio llamaban desde sus teléfonos móviles a Londres. Viajaron conmigo tres meses pero, emocional y mentalmente, no estaban en África, todo el tiempo estuvieron en Inglaterra. Sólo hicieron su deber.

Para mí una de las características del reportero es la empatía, esa habilidad de sentirse inmediatamente como uno de la familia. Compartir los dolores, los problemas, los sufrimientos, las alegrías de la gente, que de inmediato reconocen si él está realmente entre ellos o si es un pasajero que vino, miró alrededor y se fue.

De la tecnología a la palabra

La utopía de los poderes de comunicación mundial es que con la actual tecnología se resuelve todo. Yo creo en esos avances tecnológicos, claros e importantes, pero no

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

podemos perder la cabeza ahora, que en los medios de comunicación se ha acelerado nuestra profesión por el manejo de una información inmediata. Claro que una información inmediata hace al mundo muy rápido. Aunque esto no influye en el conjunto serio del periodismo de reportajes, de ensayo, de crónicas. Un periodista talentoso puede escribir todo en un pedazo del periódico, no necesita más que eso.

Yo fui a un país como el Congo, con una guerra de 50 años. Hablaba con la gente, veía un acontecimiento, un golpe de estado, buscaba información para tratar de entender lo que estaba pasando y luego formaba el cuadro de lo que me pasaba y escribía. Ese era realmente mi trabajo cuando estuve durante la masacre de Ruanda de 1994, llegaron muchos periodistas conectados por e-mail, por teléfonos, que no veían lo que pasaba allí. Ellos llamaban a sus jefes en Nueva York, Londres, Madrid, y estos les decían "necesitamos confirmar esto..., tenemos la noticia de que en ...". Ahí ya no eran independientes, ya no eran reporteros, solo seguían órdenes de sus jefes que ni siquiera sabían dónde quedaba Ruanda.

Los mejores reportajes los escribí cuando mi oficina central no sabía dónde estaba. Mi hábito fue tratar de huir de esta gente que no conocía la realidad del lugar donde me encontraba. Ahora, la preocupación de los medios de comunicación no es el cubrimiento, sino es la lucha entre ellos por la competencia ya no miran si pasó algo importante, miran donde están los demás para que no se les adelanten.

Al terminar el siglo XIX, cuando apareció el teléfono, se creía que la prensa escrita se acabaría, pero el teléfono sólo sirvió para su desarrollo. A principio del siglo XX, cuando apareció el cine se dijo que había llegado el fin para la palabra escrita.

Luego cuando se desarrolló la radio también se dijo lo mismo, al igual que con la televisión, pero ya no hay discusión, la prensa sigue desarrollándose. Todos los medios solamente amplían el método de existencia de la palabra, de transmisión de la palabra. No se acaban unos a otros, se amplían.

Curso para navegantes de la globalización

La palabra globalización se empieza a utilizar después del fin de la Guerra Fría. La globalización es un problema muy difícil de discutir: con esta palabra se entiende un montón de cosas y se usa como en el arte se utiliza la palabra postmodernidad. Hay que empezar con la definición ¿Qué entendemos en este momento por globalización?

¿Qué hay detrás de esa definición? Sin esto no se puede discutir sobre el problema, porque cada uno tiene su propia definición: financiera, económica, política.

La globalización es un fenómeno contradictorio de dos corrientes distintas. Es un río de integración de toda la tecnología, el mundo financiero, los medios de comunicación, pero simultáneamente es otro río en dirección opuesta que lleva a la desintegración, con conflictos étnicos, con ambiciones regionales, con tendencias particulares, en una gran corriente que vive y se desarrolla en contra de la misma globalización.

En un seminario en Ayacucho (Perú) en el que participé el tema fue Globalización y Cultura Andina. Allí había dos escuelas de pensamiento; unos decían que globalización era un sinónimo de la palabra imperialismo y los otros decían que era una tendencia existente, importante y productiva para la humanidad.

Hoy sentimos que algo está pasando y que tenemos una nueva conciencia de lo global, en temas como el agua y la contaminación del aire. Sin embargo, las fuerzas que participan en la globalización no están definidas, todavía son flotantes, no son precisas, no se han cristalizado. Entonces la lucha no va a ser sobre la existencia de la globalización, sino como utilizar este fenómeno para nuestros propios intereses y nuestros propios fines.

Periodismo con Cortina de Hierro

No fue fácil trabajar bajo el régimen socialista. Polonia era un país más pobre que Checoslovaquia o Hungría y para balancear esa situación teníamos más libertad que en Rusia. Muchos rusos aprendían polaco para leer nuestra prensa, porque comparada con la de ellos era libre. Incluso en los años 80, durante la época del movimiento solidaridad, nuestra prensa fue prohibida en la Unión Soviética.

En estos países socialistas había que conocer los complicados mecanismos de la censura. Había períodos en los cuales la censura era blanda y otros en los cuales es muy dura. Entonces, si uno tenía experiencia y conocía los mecanismos, sabía en qué momento podía publicar algo y cuando no.

Existían varios tipos de prensa, una era oficial que publicaba todo con censura en periódicos, radio y televisión. Pero teníamos dos prensas sin censura no oficiales, una

clandestina y otra que se publicaba de manera restringida a dirigentes y funcionarios. Allí también se publicaba todo, porque a la clase dirigente le interesaba estar bien informada, por eso permitían publicar todo, aunque no se podía vender oficialmente en los kioscos sino a través de vendedores clandestinos.

Luego pude salir del país y trabajar en Asia, África, América Latina. Entonces a nadie le importaba la gente de estos lugares y todo lo que pasaba allí. Yo nunca traté de ser corresponsal en los lugares de gran competencia como París, Madrid, New York o Roma. Nadie quería ir a arriesgar la vida para escribir sobre la guerra de Angola, así que yo no tenía competencia.

Yo escribí un libro que se llama El Sha de la siguiente manera: durante la revolución en Irán, la más grande revolución de masas en la segunda mitad del siglo pasado, nuestra agencia decidió enviar a un periodista que me dijo "Estoy muy desesperado, es que me quieren mandar a cubrir esta revolución y yo no quiero, no me interesa, tengo miedo".

Yo le dije "Si quieres yo puedo ir en tu lugar". "No, no, no creo, no es posible", contestó. Y le dije "Sí. Yo voy con mucho gusto". Entonces fuimos donde el jefe de redacción al que le dije "Mira él no quiere ir, yo si, yo voy inmediatamente". Entonces me fui un año a Irán y así escribí el libro, gracias a este accidente.

El precio de escribir libros

Yo sabía que para poder viajar por el mundo, a países apartados, sin tener dinero, debía pagar con un trabajo duro y difícil, tal vez el peor trabajo del periodismo, el de agencia de prensa. Es para esclavos. Tenía que pagar este precio para luego escribir libros.

A la agencia de prensa hay que enviarle noticias cortas, por aquello de los costos, el tiempo y la competencia. Era un periodismo pobre y formal de no más de 800 palabras.

Y yo viviendo en África, en Asia con esa realidad tan rica, tan colorida, tan diferente a la europea. Tenía que escribir sobre esto, que no cabía en los cables formales de la agencia de prensa, entonces me encerraba en mi cuarto a elaborar notas que se convertirían luego en libros, mientras mis colegas se iban al bar a tomar whisky. Esa

fue una satisfacción personal frente al periodismo corriente, que es por definición cortés y no le da cabida para la descripción.

El peso de la palabra

Cada país de América Latina tiene por lo menos un diario serio y en algunos hay buenas revista semanales, lo que significa que en la mayor parte de estos países el nivel profesional es alto. El otro problema es si esta prensa tiene influencia sobre la situación política. Pero eso no depende de ella sino de la cultura de la sociedad.

Actualmente vivimos un período de canalización de la palabra. La palabra ya no tiene el peso de antes. El problema ahora en la comunicación no es la falta de verdad sino que existen demasiadas cosas.

Todos los años, en otoño, se realiza la Feria Mundial del Libro, en Francfort (Alemania). En esta Feria se presentan más de 600 mil títulos. Si uno la visita durante 5 ó 6 días, no es posible ir a todas las salas a leer títulos. En la época comunista la prensa soviética tenía cuatro páginas y si en ellas aparecía algún artículo crítico, alguien perdía la línea

Hoy la gente en Rusia lamenta y llora esos tiempos, porque había sentido al escribir algo. Ahora se puede escribir sobre cualquier cosa, y a nadie le importa. Desde hace 10 años tenemos en Polonia plena libertad, entonces la prensa escribe que este ministro

es un coco, es un mentiroso y qué pasa, nada, ese ministro sigue haciendo lo que quiere en su puesto, ya todo es normal y nada cambia.

Un ciudadano llamado periodista

El periodista de hoy está entre dos fuerzas, la del poder que le dice que cuidado, que tenga responsabilidad y la de los jefes que lo presionan para que tenga chivas, si no las tiene lo sacan. Esto ya es normal en toda la prensa. Ya no existen reglas fijas, todo depende de la situación.

Yo estoy en contra de esa prensa sensacionalista. Olvidamos que un periodista es un ciudadano del común. Entonces como periodistas debemos tener responsabilidad no solo profesional, sino en sentido ciudadano: ¿es esto bueno para mi ciudad, para mi nación o para mi patria? No en el sentido partidario, sino en el sentido más alto de la responsabilidad.

No podemos olvidar que la situación de un joven periodista que apenas empieza es débil frente a un periodista maduro con cierta posición que se puede permitir mayor libertad de opinión, de comportamiento. En los periódicos las cosas siempre se manejan de diferente maneras, en unos es más grande libertad y en otros es más pequeña. Lo importante en todos los casos es poseer no sólo responsabilidad profesional, sino ciudadana.

Periodista para toda la vida

Todos somos seres humanos y como tal somos diferentes. Igual ocurre en nuestra profesión, unos son mejores que otros. Además, en esto del periodismo contemporáneo mucha gente llega a la profesión para no quedarse toda la vida, si encuentra algo mejor pago en una compañía de carros se va.

El periodismo no es solamente una profesión, es una manera de vivir y de pensar. Nosotros decíamos con cierto orgullo que el periodismo era ese algo que íbamos a hacer toda la vida.

Estoy seguro de que esta profesión requiere algo de sentido de misión, de vocación, porque es muy dura y si no se tiene valentía es mejor cambiar de oficio.

Cuando me encuentro con estudiantes de primer año de periodismo les digo "si ustedes quieren todavía tiempo, todavía son jóvenes, si pueden hacer algún otro trabajo no hagan nada

de esto", porque si no están comprometidos con la profesión, ésta puede convertirse en un quehacer de cosas automáticas.

El peligro de esta profesión es la rutina y creer que cuando se aprende algo ya lo sabemos todo. En el mundo de hoy la gente posee conocimiento y educación y si el periodista quiere ser aceptado por la gente debe tener mucho más conocimiento que ellos.

A veces pensamos que el hecho de trabajar en una redacción nos permite todo y eso no es verdad. Trabajar en una redacción no es suficiente, lo importante es entender que si quiere seguir en la profesión se debe estudiar permanentemente y eso es muy duro hoy, porque cada día aparecen nuevos descubrimientos, nuevas ramas de la ciencia,

nuevos conceptos de filosofía, de historia, de antropología, de sicología, de miles de cosas.

En la actualidad los éxitos son tan altos que estar en la cumbre es sumamente difícil. Es como en el deporte, donde la lucha es por romper los récord de los otros. Estamos llegando al límite y en ese terreno nos tenemos que mover, aunque ahí sea difícil dar un paso más adelante. En esta profesión obtener algunos logros es sumamente duro, pero es la única guía, no hay otra.

Reportero sin imaginación

Hoy vivimos el fenómeno de la mezcla de géneros, ese debilitamiento de fronteras entre los géneros y las técnicas que podemos tomar de las artes, llamadas collage o ensamblaje. Es necesario romper esas fronteras tradicionales y buscar nuevos métodos, nuevas guías de expresión, nuevas formas para describir este mundo.

Sabemos que no podemos llegar a descripciones plenas, pero tenemos que tratar de aproximarnos. En el nuevo journalism nos damos cuenta de cómo los métodos tradicionales de periodismo no reflejan la riqueza de la situación que se describe.

Es entonces cuando tenemos que buscar ayuda en los métodos de la literatura de no ficción para enriquecer nuestro periodismo. Pero no el periodismo diario de acontecimiento, sino periodismo de profundidad.

Entonces ese journalism no cabe en la fórmula de la noticia periodística, sino que abarca esa parte del oficio que trata de profundizar en nuestro conocimiento del mundo, para hacerlos más ricos y plenos. Es como el cubismo en la pintura, porque entiende que una forma lleva en sí muchas formas y trata de mostrarla desde varios puntos simultáneamente.

Yo soy un pobre reportero que no tiene desgraciadamente la imaginación de escritor. Si yo la tuviera jamás habría ido a estos terribles lugares en donde estuve. Además creo que si se logra de escribir sobre lo que pasa en el mundo, esto tiene mayor peso que las obras de ficción.

TÉCNICAS DE PERIODISMO ESCRITO I

Si ustedes leen Le Monde encontrarán en la primera página todos los días la publicidad sobre una nueva novela francesa, entonces tenemos 256 novelas francesas por año. Yo siempre hago este ejercicio, le pregunto a los demás por un título de una novela que tenga en la mente o un escritor importante de novelas francesas hoy. Y nada.

BIBLIOGRAFÍA

1. **Bastenier, Miguel Ángel.** (2001) "El Blanco Móvil". Curso de Periodismo. Madrid, España, Ed. El País
2. **Benavides Ledesma, José Luís & Quinteros Herrera, Carlos** (2004) "Escribir en Prensa", México, Ed. Prentice Hall
3. **Campos Urbano, Víctor** (2003) "Teoría y Géneros del Periodismo", Lima, Perú. Ed. EPJBM
4. **Fell, Rene & Martín Vivaldi, G** (1967) "Apuntes de Periodismo", Madrid, España. Ed. Paraninfo
5. **Gargurevich, Juan** (1987) "Nuevo Manual de Periodismo". Lima, Perú. Ed. Causachum
6. **González Reyna, Susana** (1997) "Géneros Periodísticos I". México, Ed. Trillos
7. **Martín Vivaldi, Gonzalo** (1973) "Géneros Periodísticos", Madrid, España. Ed. Paraninfo
8. **Martínez Albertos, José Luis** (1974) "Redacción Periodística", Barcelona, España. Ed. A.T.E.
9. **Meyer, Philip** (1993) "Periodismo de Precisión". Barcelona, España. Ed. Bosch
10. **Ramos de la Flor, Jorge** (2002) "Redacción Periodística I", Lima, Perú. Ed. EPJBM
11. **Rodríguez, Pepe** (1994) "Periodismo de Investigación, técnicas y estrategias". Barcelona, España. Ed. Paidós
12. **Urquiza Vásquez, Mario** (2003) "Técnicas de Reportaje". Lima, Perú. Ed. EPJBM

PÁGINAS DE INTERNET

1. <http://www.saladeprensa.org/>
Sala de Prensa. Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos
2. <http://www.razonypalabra.org.mx/>
Razón y Palabra, primera revista electrónica en América Latina, especializada en comunicación
3. <http://www.oit.or.cr/mdtsanjo/actemp/ilgo2002/formación>
Portavoces molero. pdf. La conferencia de prensa, Antonio José Molero Hermosilla, julio 2002.
4. <http://www2.udec.cl/despanol/manual/>
Universidad de Concepción - Chile, facultad de Humanidades y Arte, proyecto de docencia, investigador responsable: Mónica Véliz de Vos.