

19

Edición de textos: Guías para los guardianes

El presente artículo es un resumen autorizado del folleto del Instituto Americano de Prensa "Effective Writing and Editing" (Escribir y corregir con eficacia).

Los revisores de texto montan guardia contra errores, omisiones, preguntas sin responder, errores gramaticales, excesos de palabras, faltas de claridad, frases de mal gusto y declaraciones difamatorias.

Ninguna noticia debe publicarse sin haber sido revisada al menos por una persona además del reportero. En los grandes periódicos, no es raro que la noticia sea editada por tres o cuatro personas antes de ser publicada. En dependencia del tamaño y la estructura del periódico, el texto entregado por un reportero pasa por las manos de editores con diversos títulos: editor de textos, subeditor, editor responsable, editor de departamento, (como el editor metropolitano), director de noticias y, en grandes noticias, subeditor ejecutivo y editor en jefe. Pero todos montan guardia de modo similar. Para simplificar, a todos se les llama en este capítulo correctores de texto.

Los editores experimentados dan estos consejos para la edición de textos:

1. Primero lea el texto completo antes de hacer ningún cambio. Es importante comprender lo que el reportero trata de decir. Cerciórese de que la noticia está bien estructurada, que está en el orden correcto.

2. Decida cuál es el punto más importante. Si el reportero no lo puso en el lead, devuelva el trabajo para que sea rehecho, o si se acerca la hora de cierre o no está el reportero, haga el cambio Ud. mismo. Lo anterior se aplica más a noticias puras que a crónicas, en que el punto principal puede no aparecer en el primero o segundo párrafos.

3. Compacte la noticia. Decida qué partes pueden omitirse si es necesario. Deje la omisión para el final, cuando esté seguro de que conviene omitir algo y qué conviene omitir.

4. Elimine palabras innecesarias, mejore la construcción, perfeccione

la sintaxis, e introduzca otros cambios que hagan la lectura más agradable. Preste particular atención al lead.

5. Cerciórese de que todas las preguntas lógicas tengan respuesta. Pida primero al redactor (o al servicio cablegráfico de noticias si es el caso), que haga los cambios necesarios. De no ser factible, trate de encontrar las respuestas Ud. mismo ya añádalas al texto.

6. Compruebe que la noticia haga justicia, que ambas partes en el debate estén presentes, que la persona acusada o criticada haya tenido oportunidad de responder; que los tópicos mencionados en abstracto se pongan en términos concretos.

7. Sea escéptico con todos los datos en cada noticia. Aprenda a conocer cuáles reporteros son confiables y cuáles descuidados, sopesese la probabilidad de que sea cierta o no cada aseveración. Compruebe la aritmética. Si una lista de cifras se dice que suma tanto, saque la cuenta. Verifique nombres, fechas, horas, lugares, segundos apellidos, datos biográficos, afiliaciones políticas, sumas de dinero, acusaciones, títulos, direcciones.

8. Simplifique. Convierta las oraciones complicadas y difíciles en sencillas.

9. No se canse de explicar. Nunca deje una palabra, expresión u oración en el texto si el lector puede no saber lo que significa.

10. Evite la excesiva acreditación a fuentes, pero cerciórese de que la información controvertida o disputada tenga clara su fuente.

11. Aclare las transiciones. Evite los saltos abruptos en las ideas.

12. Revise la gramática. Evite la jerga, las expresiones pasajeras, los clichés.

13. Siga el estilo del periódico (uso uniforme de las abreviaturas, la ortografía, las mayúsculas, etc.).

14. En particular, sea severo con las noticias "esenciales" pero aburridas. Al eliminar cada palabra, oración o párrafo superfluo, estará abriendo espacio en el periódico para temas más interesantes.

15. En todo lo anterior, opere con bisturí, no con cuchillo de carnicero. Como editor de textos Ud. es amigo del reportero. Si éste tiene su estilo, respételo y presérvelo en lo razonable.

Inevitablemente surgen tensiones entre reporteros y editores. Los editores tienen razón en quejarse cuando los reporteros entregan trabajos que están por debajo de su calidad habitual, sabiendo los reporteros que dependen de los editores para protegerse contra la chapucería.

Los reporteros deben ser su propia primera línea de defensa.

Por otra parte, es comprensible que un reportero se moleste cuando se le cambia radicalmente el texto, y el editor, suponiendo que el tiempo lo permita, ni le ha devuelto el texto para que lo enmiende, ni por lo me-

Crítica con simpatía

El buen editor de textos debe tener algo de paradójico, porque simpatiza con lo que el reportero está tratando de hacer, pero tiene que ser crítico con su ejecución. El editor de textos ideal no comete el error corriente de tratar de conformar la noticia en la forma como él o ella la escribiría, sino que asume que el editor responsable que encargó el trabajo ha aprobado el enfoque general. Pero la principal tarea del editor de textos es lograr que el enfoque funcione.

Robert Phelps

(En el boletín de la Sociedad Americana
de Directores de Periódicos)

nos le ha explicado por qué se hicieron los cambios. Esa explicación es un proceso de enseñanza, y los editores deben ser maestros.

En ocasiones el editor se ve obligado a trabajar sobre un texto después que el reportero se ha marchado hasta el día siguiente, está cubriendo otro asunto, o está ausente por cualquier otra razón. Por consiguiente, el editor debe establecer un sistema que le permita ponerse en contacto con el reportero por teléfono, en su casa, en un restaurante o en otro sitio, en la mayoría de las circunstancias.

Dicha comunicación reduce al mínimo la posibilidad de que un reportero abra el periódico y con justo enojo compruebe que su trabajo publicado poco se parece al texto entregado.

No obstante, con tensión o sin ella, el editor de textos tiene que mantenerse siempre vigilante en nombre del periódico y del lector.

20

Redacción de titulares: Decirlo todo en breve

La importancia de un titular bien escrito apenas puede exagerarse pues persigue propósitos esenciales. En primer lugar, el titular debe conducir al lector al cuerpo de la noticia, a su desarrollo, pero no siempre sucede así.

Como los lectores difieren en sus intereses y necesidades informativas, un titular que atraiga a un lector, puede que aleje a otro. Asimismo, un titular eficaz podría contener toda la información que determinados lectores buscan sobre determinados asuntos. Éstos son los lectores de titulares pero que son muy selectivos para leer en detalle una noticia. Los titulares también clasifican las noticias pues mediante su tamaño y ubicación transmiten a lector el juicio de la redacción sobre la importancia relativa o el interés sobre las distintas noticias. Y contribuyen a la mejor presentación de las noticias al separar las concentraciones de textos grises y hacer posible un emplane más atractivo.

Con los años los titulares han recorrido una especie de ciclo evolutivo. Hace un siglo, la mayoría de los periódicos usaba titulares con múltiples subtulares; el titular principal y los subtulares podían extenderse hasta un cuarto de la profundidad de la página. Esos titulares múltiples consumían mucho tiempo de edición, para no hablar de papel. De hecho, a los directores de titulares solía costarles trabajo encontrar suficiente información clave para llenar todos los subtulares. Después, los titulares - y en especial los múltiples - casi desaparecieron con el tiempo.

Entonces dos acontecimientos ocurrieron para casi cerrar el ciclo. El primero fue una racha repentina de rediseños de periódicos, con el loable objeto de presentar las noticias de modo más atractivo. Con harta frecuencia, los nuevos diseños fueron ejecutados por especialistas que no alcanzaban a comprender que, aunque diseño y contenido muchas veces pueden y deben funcionar como un todo armónico, el contenido debe tener precedencia en caso de conflicto. Como resultado de esta carencia, algunas páginas rediseñadas no permitían un número su-

ficiente de letras de titulares que pudieran caber en el espacio. De ahí salieron muchos titulares vagos y sin eficacia.

Por la misma época tuvo lugar un segundo acontecimiento. Las investigaciones arrojaron como resultado el hecho ya mencionado de que muchos lectores, por interés selectivo o falta de tiempo, quedan satisfechos con la información entresacada de un titular hábilmente redactado, y nunca se leen la noticia. Por ese motivo, ahora muchos editores añaden un subtítular al principal en muchas noticias.

Entretanto, la nueva tecnología ha venido en rescate de los editores que se afanaban por hacer caber la esencia de una trama compleja en lo breve de un titular. En la época de los tipos fijos de metal fundido, un titular que se pasara del espacio asignado significaba que había que rescribirlo más corto. Ahora, con la composición por computadora un titular de, pongamos por caso, una extensión de 48 puntos que se pase un poco en la primera prueba puede reducirse electrónicamente unos pocos puntos, digamos a 46, para que quepa. Las investigaciones muestran que a los ojos del lector no molestan estos ajustes.

Los titulares en altas y bajas también ayudan a producir mejores soluciones. En altas y bajas, sólo van en mayúscula la primera letra de la primera palabra y la primera letra de los nombres propios, y como las minúsculas son más estrechas, el número total de letras aumenta en consecuencia.

Escribir un titular, sin embargo, exige más que hacer caber caracteres en el espacio asignado. El titular debe capturar la esencia de la noticia, sin disminuir ni exagerar los hechos. Es importante que la noticia quede reflejada con precisión: más de un pleito por difamación ha sido culpa de titulares erróneos.

La debilidad de un titular tiene su origen en las palabras no específicas; los escritores inexpertos suelen recurrir a términos superfluos para llenar el espacio asignado. Dicho espacio debe emplearse en lo concreto. Después veremos varios ejemplos.

Cuando el redactor de titulares tiene que adentrarse en lo profundo de una trama para elaborar el titular, quiere decir que la noticia misma no está bien enfocada: el lead no está claro.

Son convenientes algunas advertencias sobre titulares. Los verbos claros y bien usados son el sostén principal. En un titular de varios renglones, el verbo es más eficaz en la primera línea. En un tiempo compuesto, más vale no separar al verbo y su auxiliar en renglones distintos. Por la misma razón, debe evitarse dividir las frases preposicionales, los adjetivos y los sustantivos que éstos modifican, y los términos de varias palabras que signifiquen una sola cosa; por ejemplo, “campo y pista” o “escuela de letras”.

Conviene evitar las abreviaturas y siglas enigmáticas. Recuerde, no obstante, que una sigla enigmática en un momento dado, puede hacerse común y por ende clara para la mayoría de los lectores. Por ejemplo, hoy casi todos los lectores reconocen a Sec. Gen. como secretario general.

Al buscar palabras cortas que quepan en el número de letras de que disponemos, el redactor de titulares traiciona en ocasiones el sentido de una acción. Por ejemplo, la palabra “mató” tiene el mérito de la brevedad pero quizás “homicidio” es más apropiada a una situación. “Robó” es otra palabra corta, pero puede ser una exageración. El redactor de titulares debe crearse un vocabulario de palabras cortas, pero para usarlas con precisión.

He aquí una técnica útil para redactar titulares: escriba primero una oración en estilo narrativo normal que resuma la noticia en detalle o en tema. Luego elimine las palabras innecesarias. Suele quedar un buen titular.

La mayoría de los titulares se escriben en presente para transmitir inmediatez. Hay excepciones, como cuando se escribe un titular para un acontecimiento histórico. Así, sería “Galileo inventó el telescopio” como parte de un titular para un artículo de opinión, y no “Galileo inventa el telescopio”.

Analicemos ahora varios titulares flojos y veamos como podrían mejorarse.

Cuestionada

Política

Administrativa

Salvo aquellos lectores que hubieran estado siguiendo de cerca la noticia y pudieran adivinar su contenido, este titular no ayuda a entender. Y nunca podemos suponer que los lectores han leído las noticias anteriores sobre el asunto. El espacio que da el titular no es suficiente para decir que las alegaciones contra los funcionarios escolares no procedieron, que es la esencia de la noticia.

Piense que si los grandes titulares aumentaran la circulación y el número de lectores con independencia de las noticias que les siguen, todos los periódicos usarían caracteres de los mayores. El tamaño del carácter debe corresponderse con la noticia, y ofrecer espacio suficiente para permitir la redacción de un buen titular.

Líderes

Analizarán

Plan

Este es el titular que sirve a todo propósito y que podría usarse en varias noticias de cada número. El problema es que no dice nada. Todo titular necesita palabras claves. ¿Qué líderes? ¿Qué plan?

Agua, alcantarillados, podrían insuflar vida al distrito comercial de Dunquerque

La selección de palabras también tiene que ser adecuada: “Insuflar vida” es poco apropiado para un titular que menciona una alcantarilla.

Acupunturista David Mercier habla en almuerzo de trabajo rotario

Este titular ilustra varios defectos comunes. El texto nos aclara que el acupunturista era un visitante desconocido en la comunidad, por lo que su nombre no es esencial para el titular. Ya bien “almuerzo” o “de trabajo” es relleno, que consume espacio que podría dedicarse a lo específico.

Lo peor de todo es que el titular no transmite la esencia del mensaje del orador: ¡Abajo las generalidades! ¡Arriba las especificidades!

Anciano celebra 92^{do}. cumpleaños

No está mal, pero no es informativo ni atrayente. Un mejor atractivo para los lectores en potencia sería:

A los 92, Arthur Southard mira al futuro

En resumen, evite rellenar, vaya a lo específico, insista en el espacio suficiente para el titular. Con cada titular debe tratarse de vender la noticia.

En el apuro por cumplir el horario de entrega, los titulares periodísticos suelen recibir escasa atención, lo cual es un grave error, que frustra el propósito de escribir las noticias. En los periódicos de gran calidad, los titulares suelen rescribirse una y otra vez. Un periódico con titulares excelentes suele ser excelente en todo sentido.

21

Escribiendo para transmitir: Claridad en el aire

El presente artículo es condensado del libro “Writing for the mass media” (Escribir para los medios masivos), de James Glen Stovall, y se imprimió con su permiso.

Las cualidades que necesita una persona para triunfar en la radiotelevisión son inteligencia, diligencia, fiabilidad...y capacidad para escribir.

Aunque la radiotelevisión es un medio audio o audiovisual, así y todo lo que se ve en forma de noticias o programas de entretenimiento (salvo la transmisión de eventos en vivo, como los juegos de pelota) está escrito. Las ocasiones para improvisar ante la cámara son escasas: el tiempo de transmisión es demasiado valioso para dejarlo a la buena fortuna. La industria de la radioteledifusión siempre está buscando a personas que sepan escribir con claridad, concisión y precisión.

Las compañías radioteledifusoras buscan a personas dispuestas a investigar hasta la saciedad los temas asignados y a comprenderlos lo suficiente para informar sobre ellos con claridad; que no les importe trabajar duro y que no tengan a menos volver a escribir sus cuartillas o que otros se las rescriban. Les interesan en particular aquéllos que sepan escribir contra reloj y cumplir los plazos de entrega.

Buena parte de lo que se escribe para la transmisión es como lo que se escribe para la prensa plana, pero hay diferencias importantes que analizaremos. Esas diferencias tienen que ver con la forma en que se seleccionan las noticias para ser transmitidas, las características de la redacción y la estructura de las noticias y el estilo en que se presenta la información.

Los reporteros de las noticias audiovisuales, al igual que los periodistas de la prensa plana, se interesan por acontecimientos que repercutan en las multitudes, por las personas prominentes que aparecen a menudo en las noticias, los temas de actualidad, acontecimientos que ocurran cerca de la comunidad y situaciones que contengan elemen-

tos de conflicto o poco comunes.

Por las oportunidades y limitaciones de su medio, sin embargo, los reporteros de la radio y de la televisión, tienden a ver los acontecimientos en una forma ligeramente distinta que sus colegas de la prensa escrita. A continuación se analizan algunos de los factores que tienen en cuenta los profesionales de la radio y de la televisión para seleccionar las noticias.

Inmediatez. Este valor de la noticia es incluso más importante que en la prensa plana. El periodista de la prensa escrita tiende a trabajar en ciclos de todo un día; un periodista de la radio y de la televisión trabaja en ciclos de horas o menores. En los medios electrónicos hay “horas de cierre” muchas veces al día, en particular en la radio. La noticia tiene que actualizarse por minuto. Una noticia de más de una hora puede resultar demasiado vieja para salir al aire. Cuando se escucha un parte sobre una noticia fresca, se espera oír lo último, y esto es lo que tiene que esforzarse por dar el periodista de los medios electrónicos.

Información sí, explicación no. En radio y televisión los periodistas prefieren los temas que no necesiten mucha explicación para ser comprendidos por su público. Prefieren noticias que sean relativamente simples y puedan contarse de manera sencilla y directa. Casi sin excepciones, la duración máxima de una noticia en un noticiero de televisión es de dos minutos; la duración más normal es de 20 a 30 segundos. Ese tiempo no alcanza para explicar en detalle una trama compleja, sino sólo para dar al público la información esencial.

Desde luego, hay noticias complejas e importantes en que la explicación no puede evitarse. Estas son las que representan un desafío para el redactor y se requiere práctica y talento para condensarlas a su esencia.

Repercusión audiovisual. En radio y televisión se quieren noticias que el público pueda oír o ver. Más personas prefieren ver las imágenes de una inundación que oír su descripción en la voz de un narrador. En esos medios los reporteros suelen seleccionar temas para sus noticieros porque llevan sonido o imágenes, si bien las noticias por sí mismas puedan no merecer tanta atención. Esta es una de las mayores críticas que reciben las noticias por radio y televisión, pero sigue siendo uno de los factores principales en la selección de noticias para difundir.

Características del estilo. El libro de estilo para radio y televisión de la United Press International, dice que mientras la prensa plana tiene las cinco preguntas: (quién, qué, cómo, cuándo y por qué) el periodismo televisado tiene las cuatro C (corrección, claridad, concisión y color). Las cuatro sirven de base para la redacción en los medios electrónicos y brindan un buen marco para hablar sobre los estilos narrativos para esos medios. Todo lo que el periodista de radio y televisión haga, debe contribuir al relato de una historia precisa. Aún cuando o el periodista de radio y televisión tenga que ob-

servar reglas estrictas sobre cómo se escriben las noticias, dichas reglas deben contribuir al recuento preciso del acontecimiento, y no a impedirlo.

Por los factores analizados en la sección anterior, escribir noticias para su transmisión al éter tiene algunas características importantes que se diferencian de la prensa escrita. Dichas características exigen que el periodista de radio y televisión aborde la noticia de modo ligeramente distinto.

Una característica importante al escribir para radio y televisión es el énfasis en lo inmediato. Es menester que las noticias por radio y televisión se actualicen hasta el minuto. También deben ser escritas como si fueran de último minuto. Si bien en la prensa plana se prefiere el pasado de los verbos, en radio y televisión se prefiere el tiempo presente. Por consiguiente, mientras una noticia periodística escrita pudiera comenzar así:

El Presidente dijo ayer que apoyará propuestas de aumento limitado de impuestos cuando el congreso reanude sus labores esta semana...

La noticia transmitida deberá comenzar así:

El Presidente dice que está a favor de aumentar los impuestos.

Otra característica importante es que escribir para ser transmitido requiere un estilo conversacional. Hasta el más claro y sencillo estilo periodístico tiende a sonar almidonado y distante cuando se lee en voz alta. Lo escrito para ser transmitido no puede sonar de esta manera porque está concebido para ser leído en voz alta. Las noticias para la radio y la televisión deben escribirse para el oído, no para la vista. El estilo narrativo puede ser entonces un poco más informal que cuando se escribe para la imprenta.

La característica de la frase muy escueta para los medios electrónicos es una de sus principales ventajas y algo de lo más difícil de lograr para el escritor novel. Como el tiempo apremia tanto en los medios electrónicos, el redactor no puede malgastar palabras. El periodista que redacta para estos medios necesita esforzarse por simplificar y condensar cada vez más. Hay un conjunto de técnicas para lograrlo:

Elimine todos los adjetivos y adverbios salvo los más necesarios. Trabaje con los sustantivos y los verbos, las palabras más importantes del idioma.

Evite usar la voz pasiva. Se puede decir que una reunión “se celebra” o “es celebrada”, o que la organización “celebra una reunión”. En radio y televisión se escoge esta última, y el buen redactor la cambiaría luego por la forma verbal “se reúne”.

Use oraciones sencillas y cortas. En radio y televisión no se necesita la variedad de longitudes y tipos de oración que se emplean en la prensa plana para que los textos sean interesantes. En radio y televisión se prefiere lan-

zar información a los oyentes como balas, en oraciones cortas y simples.

La claridad es de absoluta necesidad para el que redacta para radio y televisión. El público que escucha o ve no puede volver atrás a releer una noticia como se hace en un periódico (aunque los periodistas de la prensa plana tampoco debían contar con que sus lectores lo hagan). El que escucha debe entender lo que se dice la primera vez. Esta claridad se logra con oraciones sencillas y palabras comunes, evitando los pronombres y repitiendo los nombres propios de ser necesario, y manteniendo el sujeto cerca del verbo en las oraciones. En primer lugar, lograr la claridad conociendo y comprendiendo el tema a la perfección.

Una característica más de los medios electrónicos es su casi completa dependencia de los horarios de entrega. A menos que éstos se cumplan, por muy concisa y clara que sea su prosa, jamás será escuchada.

Estructura de la noticia

En la prensa escrita la mayoría de las noticias se escriben en el estilo de la pirámide invertida, es decir, con la información más importante al principio.

En radio y televisión no se usa la estructura de la pirámide invertida. En su lugar se usa la llamada unidad dramática, cuya estructura tiene tres partes: el clímax, la causa y el efecto. El clímax da al oyente el contenido de la trama en más o menos la misma forma en que lo hace el lead en la noticia escrita; dice al que escucha lo ocurrido. La parte de la causa narra el porqué sucedió: las circunstancias que rodearon el hecho. La parte del efecto da al que escucha el contexto de la noticia y posiblemente ciertos razonamientos sobre su repercusión futura. El ejemplo siguiente muestra como funciona la unidad dramática.

Clímax

Los contribuyentes de nuestro estado pagarán un promedio de 15 dólares más en impuestos sobre la renta el año próximo.

Causa

El senado estatal denegó varias enmiendas dilatorias esta tarde y aprobó el controvertido proyecto de ley de mayores ingresos propuesto por el gobernador en votación de 15 a 4. El proyecto de ley ha sido objeto de intenso debate por más de una semana.

Efecto

El proyecto de ley retorna ahora al gobernador para su firma. Se calcula que la medida elevará en unos cuarenta millones de dólares los ingresos estatales el año próximo. La mayoría del

*dinero ha sido destinado a la enseñanza primaria y media.
La aprobación de la ley es vista como una gran victoria
para el gobernador y su programa de educación.*

El periodista de la radio y de la televisión debe concebir la noticia como un círculo cerrado, más que como una pirámide invertida. Mientras la pirámide puede cortarse sin que se pierdan los hechos esenciales, la noticia escrita en este estilo unificado no puede cortarse por el fondo ni por ningún otro lugar: conforma una unidad.

Las noticias deben escribirse para que ocupen el espacio de tiempo designado por el director de noticias. Así, si un director puede conceder 25 segundos a un tema, el redactor se ceñirá a una nota informativa que pueda ser leída en ese tiempo.

Las noticias por radio y televisión tienen que atraer la atención del que escucha desde el mismo principio. Las primeras palabras de la noticia siempre son sumamente importantes. Atraer la atención del oyente en ocasiones es preferible que resumir la noticia o dar los datos más relevantes del asunto. El lead de la noticia transmitida puede ser breve en información, pero si atrae al oyente ha cumplido su propósito. He aquí un ejemplo:

*El presidente saliente sigue saliendo.
El Congreso se reunió por tercer día hoy en la última sesión de
este término presidencial y tampoco logró una decisión sobre la
propuesta presidencial sobre el impuesto de la gasolina.*

La primera oración nos da pocos datos, pero mete al oyente en la trama. Sin embargo, esta clase de estructura noticiosa sólo es aplicable en algunos casos. Si los datos de la noticia son lo suficientemente importantes para atraer la atención del que escucha, deben ser usados para iniciar la trama. Por ejemplo:

*El impuesto de cinco centavos por galón de gasolina es ley.
El Presidente firmó el decreto de ley que autoriza el impuesto
hoy en sus vacaciones...*

En ambos ejemplos, el redactor no ha tratado de narrar la historia completa en la primera oración. Más bien, las dos noticias se estructuran de modo que el lead atraiga la atención y se abordan los detalles en las oraciones subsiguientes. Esta estructura es común para las noticias transmitidas por radio y televisión.

Un tema al que el periódico puede dedicar 10 pulgadas en columnas de

texto, un narrador quizás tendrá que decirlo en 20 ó 30 segundos. El que escribe para una transmisión al éter debe recordar que hay detalles y explicaciones que es necesario omitir del texto para que la noticia quepa en el tiempo asignado.

Consejos estilísticos

El estilo del redactor para una transmisión al éter y el de la página impresa difieren en algo. He aquí algunas grandes diferencias en forma y estilo.

El título suele preceder al nombre. La mayoría de las personas que se mencionan en noticias transmitidas en radio y televisión necesitan ser identificadas. Los títulos casi siempre preceden al nombre. Por consiguiente, mientras una noticia escrita podría decir: "Winston Churchill, el ex primer ministro", en una transmisión se diría "el ex primer ministro Winston Churchill".

Evite las abreviaturas, incluso en segunda mención. Sólo las abreviaturas más comunes y conocidas deben usarse en un programa transmitido. La ONU por Naciones Unidas, es un ejemplo.

Evite las citas textuales si es posible. A menos que sea esencial la cita textual, se prefiere la paráfrasis. La cita textual es difícil de manejar en un programa transmitido porque suena torpe advertir al oyente que lo dicho por el anunciador es textual.

Cuando no quede más remedio que citar, el redactor debe evitar decir: "y cito... fin de la cita", que suenan poco naturales, y usar frases como "en sus propias palabras" o "según dijo".

La atribución a una fuente va antes de la cita, no después. El oyente debe saber de dónde procede la cita antes de escucharla.

Evite en lo posible los signos de puntuación. El uso excesivo de la coma, el guión, y el punto y coma no ayuda al narrador.

Deben redondearse las cifras y los datos estadísticos. El periodista de la prensa escrita preferirá usar cifras tan exactas como sea posible. Pero en el aire, lo que en el papel era \$4 101 696, se hace, "más de cuatro millones de dólares."

Personalice la noticia cuando sea posible y prudente. Uno de los ejemplos anteriores podía haber comenzado: "La gasolina va a costar cinco centavos más por galón". Personalizar es una buena manera de interesar al oyente en la noticia.

Evite los símbolos al escribir. El signo de pesos, por ejemplo, nunca debe usarse ni tampoco el de por ciento. Escríbalo con todas sus letras para no equivocar al presentador.

Válgase de símbolos fonéticos en nombres y palabras raras y difíciles de pronunciar. "Exploió una bomba en el centro de Karashi (Ca-

RÁ-Chi) hoy...” Observe que la sílaba que debe acentuarse debe ir en mayúscula. La buena pronunciación es al que escribe para el micrófono lo que la ortografía al que escribe para la página.

Evite los pronombres. Y cuando tenga que usarlos, aclare a quién se refieren. Los demasiados pronombres en la noticia pueden restarle claridad.

Evite las aposiciones. Una aposición es una palabra o una frase que rebautiza a un nombre. En “Tom Smith, alcalde de Midville, dijo hoy...”, “alcalde de Midville” es una frase en aposición. En el aire, estas frases hacen lenta la lectura y suelen confundir al oyente, que no tiene la ventaja de ver las comas. En el ejemplo anterior, puede entenderse que “Midville dijo”. También debe mantenerse el sujeto lo más cerca posible del verbo.

Escriba en presente siempre que pueda. Escribir en presente (“el Presidente dice” en lugar de “el Presidente dijo”) da inmediatez a la noticia transmitida. Pero, por ejemplo, si el Presidente hizo una declaración ayer, la noticia transmitida no debe atribuirse en presente.

Evite cláusulas dependientes al principio de oraciones. Dichas cláusulas tienden a oscurecer el sujeto de la oración. Por ejemplo: “En la primera escala de su periplo europeo hoy, el Presidente dijo...” puede ser muy confuso para el oyente. La oración simple - sujeto, verbo complemento- es el mejor formato.

22

El guión de la noticia televisada

El siguiente artículo es un fragmento del libro “Concise Newswriting” (Concisión en la redacción de noticias) de John Hohenberg y ha sido usado con su permiso.

La noticia televisada representa una mezcla única de palabras e imágenes, visión y sonido. En tal sentido, es un arte y exige algo más que la competencia profesional básica.

En ocasiones, las imágenes que vemos en la pantalla requieren un lenguaje conformado por la sensibilidad dramática. Otras veces, uno siente la necesidad de habilidades que podrían producir un soberbio guión hollywoodense. Y además hay escenas de tal calidad que las meras palabras no alcanzan a embellecerlas, que decir poco o no decir nada es el mejor tratamiento.

Pues sí, el texto de una transmisión televisada tiene que responder a las necesidades de un público de multitudes: la oración breve, la palabra conocida, la claridad de estilo. Pero más que eso, lo que se escriba tiene que transmitir algo más que el lenguaje pictórico del cual forma parte. Tiene que corresponderle igual que una buena letra embellece la música de una canción.

También hay exigencias mecánicas. A diferencia de la noticia impresa, en radio y televisión la mayoría de las noticias se escriben en presente o presente perfecto (antepresente) salvo el resumen del presentador. Siempre que sea posible, el estilo debe ser personal, en contraste con la manera a menudo impersonal de la mayoría de las noticias impresas. Lo más importante de todo: el tiempo de lectura tiene que coincidir con el período asignado al noticiero, calculando a razón de un minuto por página mecanografiada, que contiene unas 170 ó 180 palabras con tres o cuatro oraciones prescindibles al final para evitar que se exceda.

Algunos procedimientos periodísticos también son diferentes. La fuente en un programa transmitido casi siempre se da al principio de la oración mientras que suele ponerse al final de un trabajo escrito para la imprenta.

En cuanto a las cifras, necesidad corriente de la noticia impresa, con-

viene usarlas poco y redondeadas en el guión o preparar una tabulación como imagen aparte. En cuanto a nombres y términos extraños que puedan no entenderse o pronunciarse mal, no se ve mal instruir al presentador o un reportero para evitar que palabras malsonantes torturen los oídos del público.

Precauciones como éstas ya están arraigadas en Morry Gort, el veterano presentador de KTLT-TV en Central City, y en una experimentada reportera de televisión como Donna Kincaid, lo cual les sirve de mucho cuando tienen que reportar sobre un caprichoso tornado que arrasó parte del Tiswell, suburbio de Central City. Como aquí se asentaron emigrantes polacos el siglo pasado, los nombres que van a aparecer en las noticias no son los usuales Smith, Jones y Olson, sino Kosciusko, Wroclaw y Szczecin.

He aquí el libreto para la cobertura del tornado que Gort y Kincaid prepararon para el noticiero local de las 6 de la tarde:

VIDEO

Gort (en cámara en el estudio) mientras muestra la zona de destrucción en Tiswell en un gran mapa situado detrás de él. Las zonas de desastre están destacadas en rojo.

La cámara recorre la escena de destrucción en Tiswell en un tiro a larga distancia desde el aire. Después se acerca para mostrar casas destruidas, postes derribados, árboles caídos, personas deambulando aturcidas entre los destrozos.

La cámara toma algunas avenidas para mostrar como el tornado arrasó con todo a su paso.

AUDIO

Gort (presentador): Un caprichoso tornado con vientos de 90 millas por hora dejó un sendero de destrucción en no más de 12 minutos hoy en el suburbio de Tiswell. Tres personas murieron y 26 resultaron heridas. Los daños materiales ascienden a millones de dólares. Donna Kincaid nos informa. Donna.

Kincaid: Lo que ven es lo que quedó de la parte central de Tiswell después que pasó el tornado a las 3:06, esta tarde. En sólo 12 minutos, a esto quedó reducida una comunidad de un siglo de fundada por inmigrantes polacos. Porciones de las principales calles - Kosciusko (co-si-US-co), Wroclaw (Verot-es-LAV) y Szczecin (Shchet-SIN)- quedaron destruidas. Los edificios de tiendas y casas se cayeron como si fueran de paja. Es milagro que no hayan muerto muchos más.

Una mujer camina alrededor de un auto volteado, se detiene y señala la parte frontal. Otros miran desde un segundo plano mientras ella habla.

La mujer camina mientras dice lo que pasó. La gente la sigue escuchándola.

Aparece la mujer enjugándose las lágrimas con un pañuelo. La cámara va de ella al asiento delantero del auto y de nuevo a ella.

Kincaid (en cámara) se ve recorriendo la avenida Wroclaw, zona residencial, dejando atrás casas volteadas, árboles y postes caídos, alambres torcidos, un triciclo retorcido. Mientras camina va narrando lo que ve.

Kincaid (en cámara) señala una casa en ruinas y después un cochecito destruido.

Kincaid sigue caminando y se detiene ante el cochecito donde murió la niña, luego señala una casa de ladrillo rojo, mientras la cámara toma la casa.

MUJER: Mi esposo y yo íbamos para casa en el auto por la avenida Kosciusko, después de haber hecho las compras en A&P. Él es mecánico, trabaja de noche, e iba al timón. De repente oigo un bramido como de un tren lejano y digo "Al, ¿qué es eso?" Antes que pudiera responderme el auto se volteó sobre un costado. Lo levantó el tornado. ¡Qué clase de fuerza! Nosotros estábamos allí (señala) y yo caí encima de Al y grité auxilio. La gente vino y nos sacó. A mí no me pasó casi nada, pero Al está en el hospital con un brazo partido. Gracias a Dios no nos matamos.

KINCAID: Esta fue una de las sobrevivientes, Alice Valery, de Tiswell. Cuando fui al hospital Bytow para ver a su esposo, éste me preguntó enseguida como estaba ella y se puso muy contento al saber que estaba bien. Éstos tuvieron suerte. Los tres que murieron y la mayoría de los 26 heridos sufrieron lesiones graves y se comprende por qué al ver todo esto. Aquí vivía Tad Polycarp con su esposo y seis hijos. Él murió; el techo le cayó encima mientras reparaba su buhardilla. La menor, Isabel, de tres años, estaba afuera con su cochecito rojo y ella también murió al caerle encima la rama de un árbol. La señora Polycarp y sus otros cinco hijos han sido alojados por aquellos vecinos. La casa de ladrillo rojo donde se están quedando ahora no perdió ni una tabla del techo lo que muestra cuán caprichoso fue este tornado.

Ahora la cámara toma una calle cubierta de escombros y Kincaid hace una narración para poner fin al reportaje.

La cámara toma la avenida Kosciusko y se desvanece en el ocaso distante.

Tiro de cámara de Tiswell desde el aire y fin del reportaje.

Si, este bello suburbio, al norte de Central City fue convertido en un cementerio esta tarde. Pero esta noche ya están diciendo los vecinos que van a reconstruirlo. Llevan en ellos el espíritu del gran patriota polaco Tadeus Kosciusko, uno de los generales de Washington en la Guerra Revolucionaria, quien no quería ver ponerse el sol en el país en que él luchara por liberar. Y no se pondrá si los vecinos de Tiswell lo quieren. Donna Kincaid en Tiswell para el canal 12.

Hubo mucho más en la historia de Tiswell esa noche. Fue la mayor noticia local en semanas. A causa de las escenas que ilustraban de forma tan dramática el curso caprichoso del tornado, el sistema al que sirve el Canal 12 tomó parte del reportaje de Kincaid para uso nacional.

En la superficie, una vez listo el guión, el trabajo parece tan sencillo que el principiante imagina que lo único que tiene que hacer la reportera es caminar micrófono en mano y seguir hablando.

Ese es parte del arte de una reportera de televisión de primera calidad, pero a decir verdad la labor de Kincaid y las cuadrillas de camarógrafos que la acompañaron no fue nada simple; entraña un dominio de instrumentos electrónicos con los que trabajan a diario los técnicos de la televisión y en los que se apoyan para filmar las escenas que hacen este medio tan atractivo a un público de multitudes.

Y más importante aún: Kincaid, como reportera principal, no podía dejar de pensar cada minuto de su trabajo en cómo ilustrar los efectos del tornado para el público local y a cada rato también sus camarógrafos le sugerían buenas ideas.

En resumen, esto no fue una hazaña de reportaje de una sola persona: fue, y por su propia naturaleza tenía que ser, un trabajo de equipo muy bien coordinado en el que todos los del Canal 12 trabajaron como una unidad. Sí, Kincaid se llevó los honores, pero en la sala de prensa todo el mundo sabía que ella no podía haberlo hecho tan bien si no hubiera sido por los que le dieron todo su apoyo leal y por la maravillosa tecnología que se ha creado para beneficio, en última instancia, de millones de espectadores.

Este trabajo no sería posible si no se hubieran inventado la cinta de

vídeo y la minicam, para nombrar sólo dos elementos importantes para la transmisión de noticias televisadas. La cinta de vídeo es una cinta magnética que graba las imágenes y el sonido tan admirablemente que puede verse al momento e incluso seguirse usando o almacenarse indefinidamente. Casi ha reemplazado del todo a la película en la industria de la televisión.

En cuanto a la minicam, este instrumento de 12 libras de peso, que se carga al hombro con sus baterías algo más pesadas, es familiar para las multitudes dondequiera que se filman noticias. Uno o dos operadores de minicam pueden lograr con gran rapidez y eficiencia lo que varias cuadrillas de tres miembros con las antiguas cámaras tardaban horas en hacer porque tenían que transportar una enorme cantidad de equipos. De ser necesario, mediante repetidoras electrónicas, la cinta de vídeo filmada por una minicámara puede ser enviada al estudio directamente desde el escenario de la noticia, sea éste en Moscú, Islandia o Sudáfrica.

Esto significa que un director de noticias, incluso estando muy alejado del lugar de los hechos, puede controlar el trabajo de recolección de noticias por vía electrónica mediante un servicio de teléfono móvil computarizado, si es necesario. Naturalmente, así fue como Kincaid y otros reporteros, con sus cuadrillas de camarógrafos, manejaron la cobertura del tornado de Tiswell.

23

Publique su propio periódico: Con ayuda de la tecnología

La nueva tecnología de impresión ha hecho posible publicar un periódico pequeño con sólo una modesta inversión y la voluntad de sacrificar largas horas.

El primer adelanto que hizo disminuir la inversión inicial se produjo hace 30 años con la llegada de la fotocomposición - tipografía en frío- y la impresión offset. Gracias a esos inventos, cualquier persona que aspirara a publicar ya no tenía que invertir grandes sumas en comprar linotipias de metal fundido, aquellas máquinas cascarrabias que exigían operadores experimentados y componían caracteres a razón de sólo 12 líneas por minuto.

Ni tampoco necesitaba el futuro publicador invertir grandes sumas en una rotativa. La impresión offset no requiere las pesadas planchas estereotípicas de impresión tipográfica. Con offset, las páginas pegadas, listas para filmar, pueden transportarse fácilmente a una impresora subcontratada a millas de distancia. La fotocomposición puede usarse con impresión tipográfica, pero se requieren planchas a relieve poco profundas y la calidad de la impresión no se iguala a la del offset.

Ahora un segundo gran adelanto - publicar desde el escritorio - ha simplificado aún más la creación de un pequeño periódico y se ha convertido en la tendencia futura. Con equipos que caben sobre un escritorio (de ahí el nombre de desktop) una misma persona director de publicación, editor y hombre orquesta puede producir desde el teclado de una computadora y dispositivos auxiliares, los caracteres, las ilustraciones y las páginas terminadas que publicará una impresora láser.

El meticuloso proceso de pegadura que exige la fotocomposición queda eliminado y se ahorra mucho espacio físico, tiempo y costos de mano de obra y suministros.

Hay una legión de historias sobre iniciadores de periódicos ahora florecientes que comenzaron con la mesa del comedor como mesa de redacción y un mimeógrafo como imprenta. Aquellos ejemplares manchados se parecían muy poco a un periódico tradicional aunque podían conte-

ner noticias importantes. Por el contrario, un embrión de periódico puede aparecer ahora profesional desde el primer día.

En otros capítulos de este libro aparece información sobre los principios fundamentales del buen periodismo y las estructuras principales y de apoyo de un periódico. Esos fundamentos se aplican a todos los periódicos, grandes y pequeños, y no es necesario repetirlos. En cambio, en este capítulo se tratan algunas de las cuestiones que conviene examinar al que espera publicar su pequeño periódico.

Encontrar una impresora

Encontrar una impresora offset a una distancia factible es un buen lugar para comenzar. La búsqueda debe partir de periódicos que tengan buenas imprentas offset y tiempo libre para alquilarlas. Como las imprentas son tan caras, el dueño puede mantenerlas trabajando para recuperar su inversión lo más rápido posible, ya sea para su propio periódico o con contratos de impresión. En ocasiones hay casas impresoras dedicadas únicamente a imprimir por contrato. Las imprentas son de alimentación por pliegos sueltos o por bovinas de papel continuas. Las alimentadas por pliegos imprimen hojas sueltas de varios tamaños, siendo muy común la de 17 por 22 pulgadas. Pero los periódicos suelen imprimirse a partir de bovinas de papel en que el pliego continuo va pasando por todos los rodillos de la rotativa. La capacidad de las páginas depende del número de unidades de imprenta. Una imprenta por alimentación continua suele imprimir en más de un color y entrega cada ejemplar del periódico doblado y listo para la distribución.

La opción de impresora determina las posibilidades de formatos de página. Las distintas imprentas usan diferentes anchos de bovinas de papel. ¿Quiere Ud. publicar en formato de sábana - pliego amplio - o un tabloide, que es la mitad del gran formato? Muchos editores noveles prefieren el tabloide porque por la misma cantidad de noticias y anuncios da un mayor número de páginas y se ve más abultado que el de gran formato, lo cual es deseable. Un tabloide de 16 páginas parece más voluminoso que un periódico de gran formato de ocho, aunque el área impresa es casi la misma.

En cualquier caso, hable con tantos impresores por contrato como pueda, infórmese sobre precios y servicios y posponga la firma de un contrato hasta haber conocido bien el negocio de la impresión.

Observe el ciclo de impresión

Es buena idea observar varios ciclos de elaboración de planchas de impresión, la alimentación de los rodillos con la bovina de papel continuo, y ver la rotativa produciendo ejemplares de un periódico ajeno. Dicha observación también le informará sobre la calidad de la impresión, que de-

pende del equipo y los operarios. Fíjese en la aplicación de la tinta, la ausencia de borrones, la buena reproducción de imágenes, el corte cuidadoso de las páginas, etc.

Con el impresor, Ud. debe enterarse qué tamaño de páginas, (en impresas de alimentación continua) es el más económico de imprimir, la capacidad de impresión y el cronograma de impresión para su futuro periódico.

Piense en términos del mayor periódico que Ud. pueda producir. ¿Será de 16 páginas, 24, 48? ¿Tendrá capacidad la imprenta en cuestión para el mayor periódico que Ud. se propone?

Los impresores suelen ofrecer otros servicios opcionales más allá del proceso de conformación de las planchas por la cámara; por ejemplo, dirigirlo al destinatario, enviarlo por correo (si es esa la vía de distribución), recogida de las planchas de las páginas y entrega del periódico impreso.

Y desde luego, el precio. Algunos impresores tienen una tarifa fija para los primeros mil ejemplares de un periódico con determinado número de páginas. El costo por millar de ejemplares desciende a medida que aumenta la tirada. El precio puede depender del día de la semana. Los semanarios en los Estados Unidos y el Canadá prefieren imprimir los miércoles o jueves. Los días favoritos de publicación pueden variar en otros lugares. En días de menor demanda se puede obtener un precio más favorable del impresor.

Hay costos adicionales por un mayor trabajo de cámara en las imágenes, y desde luego que también es adicional el proceso a color o por puntos.

Garantice estabilidad de precios

En condiciones ideales, conviene buscar un acuerdo de que el impresor no aumentará el precio durante un período estipulado. O puede Ud. aceptar una salvedad de que los precios pueden aumentar si y sólo si aumenta el precio del papel periódico. De cualquier modo, el impresor será una persona clave en su futuro negocio, de modo que traten de comprenderse.

Pero no firme aún el contrato. Ya conoce hasta dónde asciende uno de los costos de operación importantes: la impresión. Probablemente ya tenga formada su preferencia en cuanto al formato de página. Ya puede tomar una decisión firme, consciente de las capacidades de la imprenta y su formato de operación más eficiente.

Ahora que ha encontrado a un impresor disponible, supongamos que ya ha adquirido o arrendado espacio de oficinas, o sabe dónde conseguirlo rápido. Está listo para escoger entre fotocomposición o la computadora desktop para publicar. Una mayoría de expertos asegura que publicar con la computadora es ya la mejor opción por largo trecho - y sigue incluso mejorando.

La computadora de un sistema de publicación desktop puede usarse también para otros fines ajenos a la producción de la página, tales como llevar las cuentas y escribir cartas. Como el sistema puede generar información gráfica (cartas, mapas, gráficos) el periódico puede emplear estas ilustraciones ampliamente y sin costo adicional. La fotocomposición necesita productos químicos para revelar el papel fotosensible, productos cuya eliminación presenta un riesgo para el medio ambiente. El sistema con la computadora desktop no plantea este problema.

La primera generación de impresoras láser - dispositivo de salida para la publicación por computadora desktop - imprime en hojas de 8 1/2 por 11 pulgadas u 8 1/4 por 14. El primero es el tamaño normal del papel de cartas en los Estados Unidos, y el segundo el tamaño legal. Tres de estas hojas yuxtapuestas producen una página de tabloide; seis producen el gran formato. No se confunda con el total de pulgadas: las hojas se solapan en dependencia del diseño tipográfico de la página del periódico.

Ya hay impresoras láser que pueden producir el gran formato completo, pero la tecnología es bastante cara y aún no del todo confiable. Al momento de escribir estas páginas, o sea en 1990, un sistema desktop con impresora láser de 8 1/2 por 11 pulgadas tenía un precio por debajo de 10 000 dólares.

Opciones para la composición

Si por razones ya mencionadas u otras su decisión es, no obstante, la fotocomposición, tendrá amplias opciones de equipos. Las máquinas son pequeñas y caben perfectamente en el rincón de una oficina. Suele haber equipos de segunda mano con un ahorro considerable. En ocasiones se ofertan equipos arrendados. Pero cuando considere opciones de equipos usados recuerde que una rotura paraliza la producción. De cualquier modo, póngase en contacto con los grandes fabricantes y agentes y observe cómo funcionan sus equipos antes de echar mano a la chequera. Y no olvide preguntar por el servicio de reparación y mantenimiento.

Independientemente de su opción de fotocomponedor, también necesitará un procesador o revelador para revelar las imágenes en el papel recubierto de sustancias químicas que se expone a la luz en el componedor. Estos reveladores, a propósito, requieren cuidadoso mantenimiento.

Si el costo de un fotocomponedor y el revelador resulta demasiado caro y no le gusta el sistema desktop, puede ahorrar dinero produciendo los textos en una máquina de escribir eléctrica que posibilite el espaciado proporcional de los caracteres alfabéticos y distintas fuentes de tipos cambiando de bola de metal removible que contenga todos los caracteres. Las máquinas de escribir tienen obvias limitaciones, pero algunas producen columnas justificadas y la fuerza constante de