

Manual para periodistas

Malcom F. Mallette
Editor

Comité Mundial Para la Libertad de Prensa

Se pueden obtener ejemplares de este libro, siempre y cuando estén disponibles y se pague por el envío, escribiendo a:

**Instituto de Prensa
Sociedad Interamericana de Prensa
1801 S.W. 3rd Avenue, 8th Floor
Miami, Florida 33129
USA**

**Teléfono: (305) 634-2465
Fax: (305) 635-2272
Correo electrónico: info@sipiapa.org**

**www.institutodeprensa.com
www.sipiapa.org**

**Tercera edición 1998
Copyright © 1990, Comité Mundial Para la Libertad de Prensa**

**Este libro está dedicado
a esos valientes periodistas
que han mantenido vivo
el espíritu de una prensa libre
y al así hacerlo, han contribuido a guiar
a sus países a la libertad.**

Índice

Prólogo	VII
1 Reportando: <i>Donde el periodismo comienza</i>	1
2 La entrevista: <i>Algo más que preguntas y respuestas</i>	7
3 Escribir para la prensa: <i>Oficio y proceso</i>	11
4 El lead de la noticia: <i>Muchas puertas que abrir</i>	21
5 Los modificadores: <i>Ojo con la muleta vacilante</i>	27
6 Los temas complejos: <i>No cansarse de explicar</i>	29
7 Atribución a fuentes: <i>Enterar al lector</i>	31
8 Contenido noticioso: <i>Mantenerse a la par del lector</i>	33
9 La estructura del periódico: <i>De qué se ocupa cada cual</i>	39
10 Planificación: <i>El orden se impone al caos</i>	45
11 La gran noticia: <i>Estar preparados</i>	47
12 La iniciativa del reportero: <i>Convertirla en rutina</i>	49

13	El delito y los tribunales: <i>No hay espacio para el error</i>	53
14	Dominar el recorrido: <i>Cuestión de dominio</i>	57
15	Credibilidad: <i>Hacer que los lectores crean</i>	61
16	La página editorial: <i>Adopción de una línea</i>	71
17	Tipografía/diseño <i>Comodidad para la vista</i>	77
18	Selección de imágenes: <i>Atraer al lector</i>	99
19	Edición de textos: <i>Guías para los guardianes</i>	105
20	Redacción de titulares: <i>Decirlo todo en breve</i>	109
21	Escribiendo para transmitir: <i>Claridad en el aire</i>	113
22	El guión de la noticia televisada	121
23	Publique su propio periódico: <i>Con ayuda de la tecnología</i>	127
24	Venta de publicidad: <i>Conocer al cliente</i>	133
25	Clasificados: <i>Anuncios pequeños, gran influencia</i>	137
26	El presupuesto para publicidad: <i>Abrir el camino a la venta</i>	143
27	Tareas de la circulación: <i>Vender, repartir, cobrar</i>	149
28	La guía más breve de cómo editar prensa local	153
29	¿Qué hacer con el diario regional?	165

Prólogo

El *Manual para Periodistas* fue publicado originalmente en inglés por la Comité Mundial Para Libertad de Prensa (WPFC) con el título **Handbook for Journalists of Central and Eastern Europe** (Manual para Periodistas de Europa Central y Oriental). Fue publicado en 1990 en respuesta a una solicitud del presidente de la Asociación de Periodistas Polacos para ayudar a la nueva prensa en su transición desde el autoritarismo.

Este manual fue tan ansiado que uno de los periódicos mas importantes de Polonia, el *Post Postu*, lo publicó en serie antes de que apareciera en formato de libro y fue, eventualmente, publicado en los mayores idiomas de la región, con un tiraje de más de 100.000 copias. Más de una década después, la demanda entre los periodistas, salas de Redacción, entrenadores y facultades de Periodismo sigue siendo muy grande, por lo que se tienen que hacer nuevas impresiones en varios idiomas.

Teniendo en cuenta que la descripción de los fundamentos periodísticos de este Manual puede ser utilizada por periodistas en cualquier parte del mundo, le hemos dado un título más generalizado, *Manual para Periodistas*.

Nos complace ofrecer ahora esta traducción al español.

El periodista Stefan Bratkowski, presidente del Sindicato de Periodistas Polacos al sugerir la publicación de este manual durante la conferencia anual Harold W. Anderson de la WPFC sobre asuntos de comunicación realizada en Washington, D.C. dijo que preveía que los periódicos en Polonia emergerían como "constructores de la democracia", con periodistas jóvenes que habían demostrado su valentía, y que su próxima necesidad era que aprendieran a hacer un "periodismo normal".

Este libro es un esfuerzo para hacer frente a esa necesidad. Describe como reportar y editar las noticias para la prensa escrita. Las principales técnicas son iguales a las de la radio y la televisión, así como para los servicios de noticias en Internet. Dos de los capítulos están dedicados a las necesida-

des especiales para preparar una transmisión de noticias. También se le da mucha atención a la publicidad, como generadora de utilidades para asegurar que los periódicos se mantengan libres.

Este Manual está basado principalmente en las experiencias del periodismo norteamericano. El Sr. Bratkowski mantiene que este modelo era necesario en Europa del Este aunque una parte de su contenido no encajaba precisamente con la situación en Polonia y en esa región, y que algunos elementos no serían de inmediata utilidad en el contexto de América Latina. Por ejemplo, los sistemas judiciales son diferentes. Pero la mayor parte del contenido del Manual tiene una buena base práctica en todas partes donde hay una prensa libre que sirve a los ciudadanos libres.

Este Manual está dedicado a los periodistas libres del mundo, quienes están ayudando a crear futuras sociedades democráticas, pues una prensa libre es esencial para que haya democracia.

Gracias especiales deben ir al Sr. Malcolm F. Mallette, ex director de proyectos del WPFC, quién redactó este Manual y quién escribió varios de sus capítulos. Esta edición en español existe gracias al apoyo y ayuda de Anna Husarska del International Crisis Group, quien continuamente nos recordaba lo valioso que era el Manual para Periodistas en su nativa Polonia y que vio que también podría ser útil para periodistas en el mundo de habla castellana.

Estamos sumamente complacidos de haber publicado esta edición del Manual en español conjuntamente con el Instituto de Prensa de nuestra organización hermana, la Sociedad Interamericana de Prensa, con la cual hemos mantenido relaciones muy estrechas de cooperación desde que se fundó la Comité Mundial Para la Libertad de Prensa hace 25 años.

James H. Ottaway, Jr.

Presidente de la Junta de Directores,
Comité Mundial Para la Libertad de Prensa

Presentación

El buen periodismo hace una gran diferencia. Diferencia entre una sociedad justa y una injusta, entre un público informado y uno que carece de información, entre democracia y dictadura.

Lea entre las líneas de este excelente y en verdad inspirador manual y podrá ver lo que yo quiero decir. Nosotros que gozamos del lujo de vivir en una sociedad abierta y que disfrutamos de un libre flujo informativo necesitamos que nos recuerden cuánto lo damos por hecho.

Dos frases en el capítulo sobre el acto de informar, dadas debidamente en un lugar importante en el libro, me hicieron pensar. La primera fue "la tiranía de las fechas al cierre" y la segunda "el espantajo de la fecha de cierre". ¿Qué periodista, trabajando contra el reloj para obtener la información y encontrar las palabras que "lo relatará tal como lo es" no ha experimentado el temor de la hora de cierre o no poder obtener la historia completa a tiempo? Pero las palabras me hicieron recordar lo que es para un periodista trabajar bajo la tiranía de una dictadura y temer por la vida de uno por lo que se escribe.

Indudablemente este manual llegará a la manos de periodistas que viven y trabajan en tales nefastas circunstancias. Creo que les alentará a enfrentar tanto la tiranía como el temor. Su labor periodística puede hacer la diferencia entre la vida y la muerte, porque la luz de la información puede salvar vidas cuando desciende la oscuridad.

También recomiendo este manual por razones que pueden aparecer prosaicas pero que ciertamente no lo son. Tiene una claridad y un sentido de propósito que refleja la calidad de los periodistas cuyos conocimientos y visión han sido destilados para producir la esencia misma de un buen periodismo. El manual menciona los nombres de periodistas que por mucho tiempo he admirado.

No puedo imaginar una mejor o más completa introducción para todos los variados aspectos de los medios de información. Solamente tengo un pesar. Después de haber trabajado como periodista por más de 50 años, simplemente me hubiera gustado comenzar mi carrera otra vez con esta guía. Me recordó que el periodismo ha ido mejorando y ha jugado un papel importante en hacer un mundo mejor –aunque aún falta mucho por hacer. Solamente me apena que no tuve la buena fortuna de comenzar mi carrera periodística con este libro como referencia.

Robert Cox

Presidente

Sociedad Interamericana de Prensa

X MANUAL PARA PERIODISTAS

1

Reportando: Donde el periodismo comienza

En el periodismo, todo comienza con el reportero. Los buenos editores hacen maravillas procesando historias y uniéndolas dentro de los límites temporales que se les imponen, en periódicos vivientes que llevan a los lectores los que estos necesitan y desean. Pero los editores solo pueden llevar a cabo su trabajo si los reporteros han hecho antes el suyo. Pues en primer término, las noticias deben ser recolectadas.

Los reporteros exitosos deben poseer numerosas habilidades y atributos, las que incluyen su integridad, una mente despierta y una manifiesta pasión por la exactitud. Necesitan determinación, tenacidad y agresividad, lo que no quiere decir rudeza o temeridad, pero sí un continuo esfuerzo contra la resistencia que puede encontrar en su trabajo. Necesitan reconocer dónde está la noticia, lo que en otras palabras sería, saber donde está la información relevante y útil para los lectores, y dónde se hallan los fragmentos dispersos que pueden contribuir a la posterior confección de una historia. Necesitan reconocer los nexos que existen entre los hechos que pueden parecer en un primer momento aislados, pero que en realidad forman parte de un gran todo.

Necesitan saber cómo descubrir los hechos que permanecen ocultos bajo la información de superficie. Necesitan saber cómo hacer hablar a la gente, cómo inquirir en las estadísticas, cómo conseguir redes de fuentes- o sea, quiénes conocen los hechos de su interés y saben dónde se pueden encontrar los hechos. Necesitan tener un alto nivel de energía, pues el trabajo del reportero es bien duro. Necesitan lo que se conoce como "guapos" (street smarts), o sea, el saber como funcionan las cosas. Y por sobre todo esto, deben poseer una extrema disciplina personal, y deben ser capaces de cambiar de un asunto al otro, e incluso ser capaces de trabajar en varios asuntos a un mismo tiempo.

Deben estar constantemente despiertos a causa de que los hechos no siempre se adhieren a la verdad. Pueden existir muchas verdades en los ojos de varios testigos sin que ello signifique que no son sinceros. Y que el omi-

tir algún hecho puede torcer la impresión de lo sucedido a la hora de publicar la historia.

Hace ya algunos años, el debate se tornó áspero con respecto al tema de lo esencial de la objetividad. Muchos periodistas concluyeron que la objetividad está más allá de su alcance - a causa de que la selección de cada hecho para ser publicado es en sí mismo, un proceso no objetivo. De acuerdo a ello, la mayor parte de los periodistas en estos momentos dan una mayor importancia a la honradez - la honradez de todas las personas o instituciones que pueden ser afectadas por la historia. Los reporteros saben, además, que la verdad pura emerge solo cuando el tiempo pasa, luego que otros hechos en relación con la historia van siendo descubiertos y probados.

Andando con lo que se tiene

Y por supuesto, es algo usual la tiranía de las fechas de cierre. A menudo los reporteros anhelan tener un poco más tiempo para hacer una última llamada telefónica o para ver un último documento. Pero cuando llegan las fechas de cierre, los reporteros (y editores) enfrentan dos opciones. Una opción es la de "andar con lo que se tiene", tratando de aclarar lo más posible los hechos - tales como el número de víctimas en un apartamento incendiado. En las noticias de choque, casi siempre, la decisión es la de "andar con lo que se tiene". La segunda opción es la de aguantar la historia en formación para ser publicada después de manera cíclica. Los editores de temporada aconsejan esta opción para las historias de investigación que requieren futuros chequeos.

Un dogma central para los reporteros es el de no dar nada por seguro. Tener un alto escepticismo (sin llegar al cinismo) es una preciosa ventaja, sobre todo en situaciones en las que cuales las cosas no son lo que parecen ser. El reportero debe cavar bajo los eventos superficiales y exponer sus predicciones y lo que está mal hecho.

Cuando el reportaje se concluye - o cuando al menos se encuentra en situación de ser publicado, los reporteros deben escoger entre los hechos recogidos (o los aparentes hechos escogidos), descartando los que sean irrelevantes o insignificantes, conformando una narración clara y de interés, dirigida contra el espantajo de la fecha de cierre. En todo esto, los reporteros no deben olvidar nunca que la mayor ventaja que puede tener una publicación es su credibilidad. La publicación que o refleja la verdad queda pronto fuera del negocio.

Aquéllos que deciden entrar de lleno en el periodismo poseen, por lo general, muchos de estos atributos de modo innato. A los reporteros jóvenes - a menudo llamados "cachorros", un encargo puede aturdirlos. Con gran trabajo comienzan a sortear los problemas. Un reportero premiado de nombre reconocido dijo en cierta ocasión que había aprendido el

80 por ciento de lo que sabía, en sus tres primeros años de trabajo. Luego le había tomado diez años más para aprender el 20 por ciento restante. Lo que quería decir, por supuesto, era que un reportero nunca deja de aprender.

De modo ideal, un reportero se inicia con una formación educativa en artes liberales. Al perderla, el reportero puede y debe compensar, leyendo con voracidad y aprendiendo de todos los trabajos que se le encarguen.

Una educación básica de buena calidad para un reportero puede incluir el estudio de otras lenguas, literatura, historia, ciencias políticas, economía, sociología, sicología, matemática y ciencias. Como el mundo se vuelve cada vez más complejo, los periódicos de mayor importancia han creado secciones especializadas - o de golpes- como la educación, la salud, el medio ambiente, los negocios, la religión, etc. Los periodistas debaten si es más factible encontrar especialistas bien entrenados en estas materias y enseñarlos a ser reporteros o si, por el contrario, sería mejor pedirle a buenos reporteros que se especialicen dándoles oportunidad de estudiar. Sobre esta cuestión, dicen la mayor parte de los editores "Denme un buen reportero que sepa como hurgar en los hechos".

Las tres fuentes

Los reporteros buscan la información que precisan de tres fuentes: (1) registros y documentos, (2) entrevistas, y (3) de la observación personal. Cada categoría es abierta y merece nuestra atención en este apartado.

Mencionar los registros y los documentos probablemente nos traiga a la mente algunos obvios renglones, como son escrituras propiedad, testamentos, licencias de matrimonio, certificados de muerte, reportes de autopsias, diplomas, citas, avisos de arresto, arrestos policiales y reportes de accidente, licencias, testimonios de divorcio, transcripciones de procesos penales, presupuestos gubernamentales, etc. Pero los registros y documentos van aún más allá de estos elementos. El recorte de periódico es un documento, lo que significa una noticia o una libertad de prensa. Se pueden adicionar a esta lista los libros, o cualquier publicación de esta índole, y se tiene así un buen comienzo.

La mayor parte de los reporteros se percatan muy rápido de estas fuentes obvias. Más allá, un reportero no debe olvidar jamás que vive en un mundo de palabras escritas. Pocas consecuencias se producen sin una creativa sucesión de documentos: una propuesta, un estudio, una investigación, un reporte, un inventario, un memorando, una audición. En cualquier lugar donde puedan encontrarse documentos que arrojen luz sobre las más oscuras historias. Ellos pueden hallarse bajo los más impredecibles títulos, pero existen. Entonces, el principio que debe guiarlos es este: siempre se debe asumir que el documento existe.

Sabrás muy pronto dónde buscar los registros usuales de gobierno, y los conocerás por sus nombres usuales. No por los que una vez tuvieron al ser estudiados. De acuerdo a esto, deben indagar no por un título sino por la descripción del potencial del poseedor de lo que se está buscando. Algunas veces, mientras el espíritu se remonta, la persona a la que se está entrevistando puede decir algo como "Oh, usted se refiere al estudio, o a esto o a lo otro; lo tengo justo aquí en mis expedientes". De modo creciente, por supuesto, los documentos deben ser entrados en base de datos de computación.

Una vez más, se asume siempre que los documentos existen. Los documentos son preciosos en sí mismos. Ellos confirman también o ponen en duda la información que se ha recogido a través de las entrevistas. Además, un documento sirve de apoyo en el caso de que alguien tratase de desacreditar la historia.

Las entrevistas, la segunda fuente, se presenta en todo momento y circunstancias. Una cita de un atleta sudoroso en una sala de vestir es una entrevista. Lo mismo es la llamada a un oficinista del Gobierno para saber acerca de las reuniones de su agenda. Los reporteros se encuentran siempre cuestionando nuevas fuentes.

Pero, usualmente la palabra entrevista conjura una imagen de una sesión completa de preguntas y respuestas dirigida a lograr una historia mayor o a lo que se ha llamado "perfil". Un capítulo aparte ofrece sugerencias para conducir entrevistas de un modo exitoso.

En cualquier entrevista, los reporteros deben estar seguros de que los sujetos que hablan con él, saben lo que están diciendo. Con fuentes nuevas y regulares, esto no es un problema. Es un problema, sin embargo, cuando se trata con personas a las que rara vez se les ha acercado un periodista. Ellos merecen saber que se está recogiendo su testimonio para una historia que va a ser publicada.

Tanto el reportero como la fuente deben entender las bases sobre las cuales se debe suministrar la información. Los oficiales de los gobiernos, por lo general, darán informaciones sin revelar el nombre de sus fuentes y solo en ocasiones, serán dadas por un "alto oficial del gobierno". O ellos la darán sobre el "profundo conocimiento anterior", lo que significa que no se puede atribuir nada al respecto.

Con más frecuencia, una fuente busca revelar información "fuera de registro", lo que significa que no puede ser usada. Los reporteros deben ser muy cuidadosos en esos casos. La mayor parte del tiempo es preferible no aceptar esta clase de información a causa de que ella puede atarle las manos al reportero. Si luego se obtiene la misma información en cualquier otro lugar, la primera fuente puede sentirse traicionada. O incluso la primera fuente puede querer atar las manos del reportero dando esta información "fuera de registro".

En cualquier caso, hay ocasiones en las que una información "fuera de registro" puede ayudar al desarrollo de una historia. En estos casos se necesita hacer un juicio previo. Si el reportero tiene dudas, debe consultar al editor. Algunas veces, una fuente necesita auto protegerse y colabora como fuente solo después de haber dado información "fuera de registro". En ocasiones el reportero debe responder con rapidez a la fuente: "si la información va a ser fuera de registro, no deseo escucharla".

A este respecto, las relaciones con la fuente pueden sufrir daños a causa de sus relaciones precedentes con otros periodistas que pudieron haberla engañado, lo que puede provocar su desconfianza de todos los periodistas. Esto solo puede arreglarse cultivando el propio prestigio de integridad y profesionalismo.

La tercera fuente de información es la observación personal. Las ilustraciones al respecto son interminables: un corresponsal de guerra en la batalla, un reportero dentro del fuego, un reportero en una disputa atlética o un reportero investigando a una figura pública. En cada caso, se pueden captar del objeto, detalles específicos para ser reproducidos. El reportero es el sustituto del lector, y tomar los detalles específicos es un modo de transportar al lector a la escena.

Tareas del reportero

Los reporteros son asignados a cubrir las noticias "de golpe" y también las que son índole más general. El reportero de "golpes" debe tener su área o áreas específicas para cubrir. Típicas noticias de "golpe" son los gobiernos locales, la policía, la corte, la educación, la salud y los hospitales, los negocios, etc. En un pequeño papel, el reportero cubre usualmente varias áreas. En papeles más grandes los "golpes" se pueden enfocar mejor. Los reporteros de tareas generales no deben conseguir "golpes" sino que deben cubrir una variedad de historias que no caerán en un futuro próximo en la categoría de "golpes" y que le son asignadas al editor. Los reporteros de tareas generales pueden substituir en ocasiones a los de noticias de "golpe".

Claro está que todos los reporteros necesitan de las fuentes. Esto se aplica en particular a los de "golpe". Cuando cubre una noticia sobre el gobierno de la ciudad, por ejemplo, el reportero de "golpe" debe conocer los nombres del alcalde y de los jefes de departamentos y también los de las secretarías e, incluso, los de los porteros. Cualquiera de ellos puede ser una potencial fuente o al menos dar alguna pista. Los reporteros deben conocer las responsabilidades de los empleados y como estos las desempeñan. Deben probar tras los anuncios públicos y escribir lo que está sucediendo de veras. Y deben escribir historias que hagan saber a la gente, cómo una acción del alcalde o del consejo puede afectarlos.

Los reporteros son asignados a un departamento de noticias - la ciu-

dad, el deporte, los negocios, etc. En los pequeños papeles existe solo un departamento: el de noticias. Por lo general, el mayor número de reporteros trabaja en la ciudad o en el buró metropolitano, responsable de cubrir las noticias de la ciudad.

Los reporteros reciben las tareas de sus editores, sin embargo, las tareas no son procesos de una sola vía. Como los ojos y oídos del periódico, el reportero debe generar un continuo flujo de ideas que vayan más allá de la rutina de cubrir noticias. Estas ideas se conocen como empresa.

Los reporteros devengan un gran poder en sus comunidades. Este poder debe mezclarse con humildad y con un sentido del deber hacia los lectores. Al pasar el tiempo, los reporteros de éxito, se convierten en personas conocidas a causa de su nivel de exactitud, honestidad y juego limpio.

2

La entrevista: Algo más que preguntas y respuestas

Una entrevista puede fracasar por muchas razones, pero es casi seguro que fracase si el reportero no se prepara. Al conceder una entrevista, el sujeto asume que el reportero llegará tan bien informado sobre el tema como sea posible. Un reportero que no esté preparado corre el riesgo de ser engañado y seguramente obtendrá información mínima. Por el contrario, la mayoría de los entrevistados responden de manera positiva a las preguntas bien informadas.

De acuerdo con esto, los reporteros deben leer primero cualquier cosa disponible que haya sido escrita acerca del entrevistado (o del tema que se investiga). Para un perfil de la personalidad deben entrevistar a otros que conozcan a la persona. Por supuesto, hay veces en la que un individuo no ha sido sujeto de noticias con anterioridad; aun así se pueden hacer previas averiguaciones productivas con miembros de la familia, vecinos, compañeros de trabajo, profesores, etc.

Entonces el reportero debe escribir una lista de preguntas, aprenderse las principales de memoria y tener la lista a mano en caso de que la memoria falle; sin embargo esta lista no siempre debe controlar la entrevista. Una pregunta y respuesta al inicio puede sugerir que el reportero tome un plan de acción bastante diferente: puede haber una historia mejor de la que había previsto.

Una entrevista cara a cara es mucho mejor que una por teléfono. Una de las ventajas es que la entrevista cara a cara le permite al reportero observar el medio donde la persona se desenvuelve, dando por sentado que la entrevista sea en el trabajo o en la casa del individuo. Es aquí donde la observación personal se combina con la entrevista. Un reportero puede esforzarse y salir de un momento de tensión en una entrevista cara a cara, mientras que por el teléfono el sujeto puede colgar: fin de la entrevista.

El reportero se debe vestir apropiadamente, agradable pero práctico. Es importante que mantenga el control, que formule otra vez las preguntas si la persona se desvía hacia áreas irrelevantes. Mantenerse en control

no es siempre fácil para los reporteros jóvenes que entrevistan a personas que han ganado autoridad, fama o notoriedad. En estos casos, una vez más, la preparación ayuda.

Obtener respuesta

Los individuos hábiles al ser entrevistados pueden dar la impresión de que dan respuestas cuando en realidad no dicen nada relevante. Las figuras políticas son a menudo adeptas a eso. El reportero debe preguntarse a sí mismo si realmente se les está dando respuestas a las preguntas o si estas se reducen a nada. Si este es el caso, el reportero debe formular otra vez la pregunta o incluso decir que el sujeto no se ha referido a la pregunta en cuestión.

Los que no tienen experiencia en ser entrevistados se pueden alarmar por la libreta de notas o por la grabadora del reportero. Se les puede tranquilizar diciéndoles que es sólo para estar seguro de obtener la información correcta. El reportero también debe tomar notas selectivas, por si la grabadora que utiliza falla. Si tanto la libreta como la grabadora asustan al sujeto, el reportero se debe sentar inmediatamente después de concluir la entrevista (justo del otro lado de la puerta de la oficina, por ejemplo) y reconstruirla, tomando notas rápidas o hablándole a la grabadora.

La memoria dura poco y lo que está fresco en la mente, con frecuencia ya se ha hecho borroso para cuando se llega a la sala de edición. Una grabadora, además, es una buena protección contra una demanda de citación falsa y también contra una citación falsa accidental.

Generalmente las entrevistas son de uno a uno: reportero y sujeto. Pero hay veces en las que es prudente que sean dos reporteros los que la conducen: uno haciendo las preguntas y el otro tomando notas. Esto sucede al cubrir un proyecto de reportaje de investigación donde la evidencia de fechoría se coloca delante del malhechor para que comente al respecto.

Un buen comienzo

Casi siempre, las entrevistas extensas se hacen con un acuerdo previo. Aunque desde un punto de vista profesional el reportero debe cuidar sus modales, sería bueno comenzar la entrevista con un humor ligero; también debe asegurarse de pronunciar correctamente el nombre del sujeto. Un error de este tipo dañaría severamente la entrevista.

Consejos adicionales para entrevistar:

1. Después de comenzar con un humor ligero, haga primero las preguntas más fáciles o menos polémicas, dejando las más difíciles para el final. Algunas veces puede que usted tenga que alargar la fase de apertura y dejar que la persona hable un rato acerca de lo que desee. Entonces pasará a las preguntas más fáciles una vez que el tono y el ánimo se hayan establecido.

2. En el comienzo haga una o dos preguntas cuyas respuestas usted co-

nozca. Estas ayudarán a comprobar la veracidad del sujeto. Desconfíe, sin embargo, de cualquier respuesta que no se pueda verificar. La razón es que la persona, especialmente si es una figura política, puede tener una agenda oculta.

3. Además de anotar las respuestas a sus preguntas, anote también los modales del sujeto, sus ropas, su alrededor; algún detalle específico que le ayude a crear la escena para los lectores de su historia.

4. Asegúrese de entender todas las respuestas. Cuando tenga dudas pida una explicación. Si aún continua con la duda, diga lo que usted comprendió de la respuesta y pregunte si está en lo cierto. Esto cobra especial importancia al entrevistar sujetos que emplean un registro altamente técnico.

5. Haga preguntas de finales abiertos, de las que no se puede responder sí o no. Las respuestas a este tipo de preguntas son generalmente más reveladoras.

6. Busque oportunidades para preguntar "¿por qué?", "¿cómo?" o "¿cómo se sintió en aquel momento?" o "¿tomaría la misma decisión de nuevo?", etc. Tales preguntas le ayudarán a conocer más acerca del individuo.

7. Una técnica relacionada con las preguntas "¿cómo?" y "¿por qué?" es preguntar: "¿Qué le sorprendió acerca de (una situación determinada)?" Algunas veces esto ayudará a obtener más observaciones.

8. Trate de que le cuenten anécdotas. Incite a las personas a que les narren historias personales. Una manera de lograrlo es preguntar: "¿Cuál es la experiencia más difícil que usted ha tenido con...?"

9. Siempre proceda como si usted asumiera una respuesta. No pregunte: "¿Quisiera comentar...? La respuesta puede ser no. Cuando sea factible pregunte algo como si ya usted supiera la respuesta o parte de ella.

10. Si el sujeto evade una pregunta, reformúlela y hágala una vez más, aunque no inmediatamente después.

11. Al esbozar su investigación pre-entrevista, pregunte cosas tales como: "Tal y tal dicen (cualquier cosa) de usted. ¿Cuál es su reacción ante eso?"

12. Utilice lo que se conoce como una pausa fecunda. Si el sujeto no responde completamente la pregunta al principio, espere a la expectativa en silencio. A menudo, al pasar algunos segundos, la persona deducirá que usted desea más detalles y añadirá información a la respuesta inconclusa. El truco es esperar en silencio y dejar que el entrevistado lo rompa.

13. A medida que se acerque al final pregunte lo más difícil, lo que usted crea que el sujeto estará renuente a responder. Para ese entonces puede que ya no lo esté. Si lo está, de todos modos ya usted habrá obtenido la mayoría de sus respuestas.

14. Continúe hablando incluso después de haber cerrado su libreta de notas o de haber apagado su grabadora. Ese es un momento especialmente bueno para respuestas francas.

15. Al finalizar agradezca a la persona (quien no tenía que haber brindado su tiempo) y deje el camino abierto para una última pregunta, tal vez por teléfono, en caso de que encuentre una laguna en su información. Cree las mejores circunstancias posibles: puede que necesite a esta persona nuevamente como fuente de noticias. Si es probable que la persona no vea su historia, envíe un recorte sobre la publicación.

3

Escribir para la prensa: Oficio y proceso

Por Malcom F. Mallette

Director de Proyectos

Comité Mundial Para la Libertad de Prensa

Para el periodista novel pocos momentos hay de mayor tensión que cuando se enfrenta a la página en blanco en la máquina de escribir, o a la pantalla de la computadora vacía, se aproxima el plazo de entrega y el director de noticias comienza a impacientarse por un texto cuyas palabras no le quieren salir. Entretanto, a su lado, con aparente facilidad, sus colegas con mayor experiencia están escribiendo sus trabajos a gran velocidad. En momentos como éstos, el principiante quizás se pregunte por qué no se dedicó a algo menos presionante; al paracaidismo, por ejemplo.

El principiante tendría menos motivos para desesperarse si comprendiera que redactar una nota informativa es un proceso que consta de cinco pasos bien definidos. Conocer el proceso ayuda al principiante, e incluso también al veterano, a reconocer en qué punto del mismo se encuentra y cómo salir de su parálisis o a encontrar una redacción más inspirada.

Una razón que contribuye a la angustia del principiante es que la buena redacción parece muy fácil: por ninguna parte aparecen en el trabajo terminado las señales del arduo esfuerzo para encontrar un buen lead o el argumento convincente, ni las incontables revisiones. Y mientras tanto el periodista bisoño, con su prosa torpe y entrecortada, se pregunta si le alcanzará para pagar el alquiler con lo que gane escribiendo.

¿Es posible para la mayoría aprender a escribir bien? En general, la respuesta es que sí, pues el de redactor es un oficio como el de carpintero ebanista: para los maestros de la profesión, escribir adquiere categoría de arte.

Requisitos para redactar bien

¿Qué se necesita para escribir bien? La respuesta es: inteligencia y capacidad para organizar detalles. Más allá de eso hace falta práctica y saber

usar un conjunto de principios básicos; y un amor por el idioma y un dominio de la gramática que no es necesario mencionar. Estos principios tienen que aprenderse tan bien que puedan aplicarse como si fueran reflejos cuando se escribe contra reloj.

Esto lleva tiempo, y el principiante sólo mejorará en la medida en que logre reconocer los defectos de su prosa. Desde luego que la tenacidad en el trabajo y la práctica también son esenciales. En breve nos referiremos a algunos de estos principios, pero analicemos primero el proceso de escribir.

Como se ha señalado, el proceso de redactar tiene cinco pasos. En ocasiones, y en especial para el principiante, hay que seguirlos uno a uno y sabiendo en qué punto del proceso se está. A veces los pasos se entremezclan, o se completa una etapa cuando ya estamos bien avanzados en la próxima. Y cuando se tiene experiencia se recorren los pasos con gran rapidez, tocándolos casi sin reparar en ellos.

Los pasos son: 1) concebir la idea de la noticia, 2) recopilar la información necesaria, 3) analizar la información y planificar la noticia, 4) escribir un primer borrador y 5) reescribir o pulir la versión final.

Cuando el reportero tropieza con dificultades lo más probable es que no haya realizado bien uno o varios de los pasos anteriores. En tal caso, deberá retroceder y hacer las cosas mejor.

Sigamos la secuencia de etapas para un ejemplo concreto.

Primero, la idea, el paso inicial. A menudo la noticia es evidente. Se estrella un avión o se reúne el ayuntamiento municipal, y el periódico cubre el acontecimiento. Cuando el reportero se especializa en determinadas instituciones, muchas ideas son inconfundibles. Pero el profesional de primera calidad busca noticias más allá de lo evidente. Para nuestro análisis, sin embargo, supongamos que un día se observa que bandadas de cuervos se han asentado en la ciudad. Nunca antes se habían visto tantos cuervos. ¿A qué obedecerá esto? Aquí hay una idea para una noticia y Ud. la menciona a su editor.

Juntos comienzan a planificar cómo reportar la idea. ¿A quién debe entrevistar? ¿A uno o más ornitólogos? ¿Habría alguno en la universidad local? ¿A una muestra de ciudadanos que también hayan notado el aumento de los cuervos y quieran dar su opinión? ¿Al departamento de salud o de salubridad municipal, que quizá tengan que enfrentar el problema de los excrementos de estas aves, ya sea por su volumen o por la amenaza de enfermedad? ¿Han observado los poblados cercanos el mismo fenómeno? ¿Hay algún plan para ahuyentar a los cuervos? ¿Ha sucedido antes algo parecido? Es el momento de consultar la biblioteca del periódico. ¿Qué imágenes usar? Hay que pensar en las ilustraciones.

Y así va tomando cuerpo la idea y se forma un plan para reportarla, con lo que pasamos al segundo paso.

El desván del periodista

Tengo la impresión de que si alguien quiere escribir bien... tiene que crearse el desván de una abuela: Hay que guardar palabras, frases, imágenes; hay que recolectar colores, olores, sonidos, movimientos, texturas; tiene que cultivar una aguda percepción de lo cotidiano: el neumático pinchado, el bombillo fundido; el cordón de zapato roto, la nota desafinada, el tercer strike, la sensación de disgusto que invade al chofer cuando se percata que se ha quedado sin combustible... Hemos almacenado las minucias, las partes, sabiendo que algún día podrán hacernos falta.

James J. Kilpatrick

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

En el paso dos - recopilar información - bien puede suceder que su mente tienda a irse para el paso tres (planificación de la noticia) mientras realiza su labor reporteril. Un experto o un cazador o una ama de casa podrían decir algo que bien podría servir de lead. Usted toma nota en la mente o en un cuaderno. Cada entrevista u observación le conduce a nuevas fuentes de información.

Ud. ha tenido en cuenta que una noticia es una selección de hechos cuidadosamente ordenados y hábilmente descritos. En este paso Ud. aún no está seguro de qué hechos querrá incluir en la versión definitiva de la noticia y por eso recopila toda la información posible, con especial énfasis en detalles concretos que recreen en la mente del lector lo que Ud. ha visto u oído. Y debe estar atento: si ha usado toda la información recopilada entonces probablemente será porque su labor como reportero debió ser más profunda.

Ya está de regreso en la sala de redacción y entrando en la tercera etapa: analizar y planificar la noticia. ¿Cuál es la esencia de esta noticia? es la pregunta de rigor. ¿De qué se trata realmente? A veces resulta útil resumir la noticia en una oración breve. Este ejercicio puede ayudarle a aclarar la mente.

Mantener informado al director

Luego informe oralmente al jefe de información. Después de todo, es él o ella quien decidirá el destino de su trabajo: gran titular o pequeño, muchas columnas o pocas. Diga al jefe de información cómo cree que debe abordarse el tema. Si en ese momento de tensión no se le ocurre un enfoque, es probable que el jefe de información le pueda sugerir una buena solución; o si

va a tomar una dirección equivocada, el jefe de información pueda conducirlo a buen puerto.

En esta tercera etapa Ud. tiene que tomar varias decisiones. ¿Cuáles son los hechos más relevantes? ¿Qué dudas surgirán en la mente del lector cuyas respuestas querrá encontrar en el artículo?

Alto, aquí nos damos cuenta de que tenemos un bache en la información: Ud. no ha averiguado, por ejemplo, cuándo anidan los cuervos, ni de cuántos pichones se compone una camada típica. Ud. ha entrevistado a un ornitólogo; él debe saber. Hay que levantar el teléfono y llamarlo. Con esto se llena el bache en la información.

Hay otras decisiones: ¿Cuál será el tono del artículo? Si no hay un riesgo sanitario y es probable que los cuervos se marchen pronto, puede que sea deseable un tono ligero. Si hay algún riesgo potencial para la salud, el tono humorístico está fuera de lugar. El tono tiene que adecuarse al tema.

También hay que decidir la estructura. Una opción es la pirámide invertida, en la cual los hechos más relevantes se concentran en el lead y lo demás sigue apareciendo en orden de importancia. En el primer párrafo, o en los primeros dos de una noticia de pirámide invertida, se responden las cinco preguntas (quién, qué, dónde, cuándo y por qué) y también cómo.

La pirámide invertida, muy usada por las agencias de prensa, permite si es necesario desechar la última parte de la noticia. En general, la otra opción es el lead tipo crónica. Éste tiene infinitas variaciones y suele elegirse cuando no se corre peligro de que el artículo sea recortado porque haga falta el espacio. En cualquier caso, hay que decidir la estructura.

Use el plan que le convenga

Los reporteros difieren en la forma en que planifican la noticia. Algunos trazan un esquema que se parece por lo menos remotamente a los que había que hacer al escribir un ensayo escolar. Otros preparan un bosquejo menos riguroso enumerando y ordenando los puntos principales. Otros sencillamente subrayan, digamos en tinta roja, los datos más importantes en el mismo cuaderno de notas.

Sea cual fuere el método, habrá que decidir en qué orden se presentará la información y reunir los aspectos similares para presentarlos agrupados. Un gran problema de algunas noticias es que los hechos análogos aparecen dispersos. Sin un plan, seguramente nos perderemos. Y si se decide por un lead demorado, deberá seleccionar el final incluso antes de redactar el lead, pues nadie quiere que el hilo de la trama se le pierda al cerrar. Trate de encontrar un final memorable que deje en el lector las mismas emociones sobre el tema que Ud. sintió al escribir.

En el tercer paso se prueba uno de los dos requisitos para ser un buen periodista: la capacidad para organizar detalles. Redactar es arquitectura y

las palabras bonitas no sustituyen una armazón endeble.

Ahora, con la estructura ya decidida, nos enfrentamos al temible teclado para escribir y después revisar; es uno frente a la página en blanco o la pantalla de la computadora.

La regla es poner algo en el papel o la pantalla. No estamos esculpiendo la piedra. Los borradores son sólo eso, versiones que se pueden cambiar o desechar. Así que, si las primeras cinco leads escritos no sirven, eche el papel al cesto o envíe el texto en pantalla al exilio electrónico, y comience de nuevo. Había una época en que se podía medir el trabajo que estaba pasando el periodista por el montón de hojas arrugadas a sus pies, pero ya no.

Una razón por la cual se bloquea el periodista es el temor a escribir algo que no esté a la altura que él mismo se ha fijado. Ése es el temor absurdo a escribir en piedra. El borrador es sólo un punto de partida. De modo que escriba cualquier cosa.

Aquí en la cuarta etapa quizá Ud. se percate de que el plan no funciona, que tiene que retroceder al tercer paso y reelaborar la arquitectura. Más vale retroceder que seguir adelante con el error, hacia un seguro desastre periodístico.

El análisis del cuarto paso es un buen lugar para examinar la vieja aspiración de "escribir como se habla". No es tan así. Son pocas las personas que hablan con la precisión y la brevedad de una oración bien redactada. El objetivo se convierte entonces en escribir con la normalidad del que habla, sin los acostumbrados dichos e interjecciones.

Crear una distancia emocional

Muy bien, ¡ya tenemos terminado el primer borrador!. Pero tenga cuidado, el apego al resultado de su creatividad lo ata a ese borrador como una madre al feto conectados por el cordón umbilical. Duele cambiar nuestra propia creación; más vale entonces interponer cierta distancia emocional.

Los periodistas hablan de refrigerar el escrito, dejar que se enfríe. Mañana podrá verle defectos que hoy no son evidentes. Pero el plazo de entrega quizá no permita ese lujo. No obstante, puede que disponga de algunos minutos. En ese caso, tómese un refresco; lea las tiras cómicas; ensarte un collar de presillas de papel. Haga algo que tumbe las escamas afectivas que le cubren los ojos. Si el editor responsable tiene tiempo, pídale sugerencias. Su consejo en este momento puede ahorrarle mucho tiempo después.

Y por último, el quinto paso, revise su trabajo. Puede que necesite apenas pulirlo un poco, o escribirlo de nuevo de arriba abajo. Dedíquelo su mayor esfuerzo y siga puliéndolo hasta que el editor lo pida. Al revisarlo tenga en cuenta los principios de la buena redacción que aparecen más adelante. Repase la lista, principio por principio de ser necesario. Con la práctica, pronto descubrirá muchas de sus propias deficiencias y las demás

las detectará el editor.

Los principios siguientes lo conducirán al abecé de la buena redacción periodística - precisión, brevedad y claridad. Precisión porque una noticia imprecisa es peor que no escribir nada: hace daño. Brevedad porque para ser vigoroso un texto ha de ser conciso, sin partes innecesarias. Al lector se le debe concisión. Claridad porque si es posible que un mensaje se entienda mal, mal se entenderá. Escribir es una comunicación en un solo sentido; el lector no puede preguntar al que escribe.

Muchas veces, al encontrarme una noticia vaga o confusa, me he acercado al periodista sabiendo lo que va a decir: "Bueno, Ud. verá, lo que pasó fue que..." El periodista no había sabido plasmar en el papel algo que tenía en la mente. Cerciórese de que toda la información quede por escrito.

Y en ocasiones he encontrado algún reportero que, al pedirle una respuesta, ha reconocido apenado no haber comprendido cabalmente el tema o el acontecimiento que estaba tratando de describir a sus lectores. Es un pecado periodístico confundir al lector porque uno no haya comprendido bien y tratado de darle la vuelta a ver si no se nota. Eso nunca funciona.

Repito, el borrador no está escrito en piedra; enmiéndelo, repítalo, haga todo lo necesario, y entonces entregue su trabajo.

Si ha hecho el máximo esfuerzo en los cinco pasos, es muy probable que haya alcanzado la meta de todo texto periodístico: precisión, brevedad y claridad.

El reportero se desarrolla a medida que aprende a reconocer los defectos de su prosa. Por ende, el reportero tiene que aprender a reconocer sus propias deficiencias. La siguiente lista puede ayudarlo a encontrar los puntos débiles de sus escritos:

1. Use la voz activa; es más vigorosa que la pasiva.
2. Apóyese mucho en los sustantivos y los verbos con significado claro. Sea parco en el uso de adjetivos y adverbios. Un verbo bien usado crea una imagen en la mente del lector.
3. Siga mayormente el patrón de la oración declarativa simple: sujeto, verbo, predicado.
4. Emplee palabras breves y sencillas.
5. Evite los términos de la jerga de moda, los clichés, las fórmulas burocráticas, jurídicas y otras por el estilo.
6. Trate que las oraciones sean cortas, pero varíe su longitud para no sonar monótono. Enmarque cada idea en una oración. Mantenga la longitud media por debajo de las 18 palabras.
7. Compruebe que estén bien usados los tiempos verbales.
8. Evite la aglomeración, sobre todo en el lead. Pase los elementos aglomerantes a párrafos posteriores.
9. Use detalles concretos, reveladores. Transporte al lector a la escena.

Siempre aprendiendo

Los periodistas a veces se ponen difíciles. Me aburren las quejas de los demás periodistas. Incluso me aburro de las mías propias. Pero es cierto que redactar no se hace más fácil con la experiencia, pues uno siempre está elevando su propia exigencia cada vez que se aprenden nuevas formas de decir lo mismo. El periodista merece respeto y comprensión por los retos de este peculiar oficio. Podrá aprenderse a ser editor, eso no puedo asegurarlo; pero sí sé que nunca se aprende del todo a redactar; siempre se está aprendiendo; siempre estamos propensos a equivocarnos y a ser enviados a la última fila del aula.

Don Murray

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

10. Ponga al lector en antecedentes. Cada noticia debe tener sentido completo.
11. Defina cualquier término que el lector pueda no comprender.
12. Use analogías para explicar conceptos complicados.
13. Cuando se presenta a una persona al principio de la noticia, identifíquela de nuevo al mencionarla después. Por ejemplo, "Fulano, el economista..."
14. No deje preguntas sin responder. Trate de contestarlas tan pronto surjan.
15. No cree expectativas que no pueda cumplir. Así, si habla de lo ingenua que es una persona, ponga un ejemplo.
16. En las noticias de gran contenido dramático, escriba con mesura.
17. Muestre, no diga. Mejor que "Estaba enojado", diga "Golpeó el escritorio con el puño y en sus ojos brilló la furia".
18. Coloque las palabras más importantes de la oración al principio y al final.
19. No se exceda en el uso de las citas. Cite sólo cuando alguien diga algo de manera característica o cuando sea importante la frase. La paráfrasis suele economizar palabras.
20. Cuando cite, identifique enseguida a la fuente.
21. Elimine todo lo superfluo. La prosa vigorosa es concisa.
22. No complique; hay noticias que son para decirlas en forma breve y sencilla.
23. Use elementos de transición que indiquen al lector que se va a producir un cambio de dirección.

Si sigue los consejos anteriores, su prosa, que quizás contenía palabras innecesarias, era demasiado reiterativa, torpe y vaga, se tornará vigorosa, breve y clara. Analicemos lo que se puede lograr con un par de estos consejos.

"Un verbo bien usado crea una imagen en la mente del lector". No diga, por ejemplo, "El auto golpeó el árbol", sino "El Volkswagen amarillo se estrelló contra el viejo roble". El verbo es más específico, y las alusiones concretas al auto y el árbol también ayudan.

"Mantenga la longitud media por debajo de las 18 palabras". Los estudios muestran que la comprensión del lector aumenta a medida que disminuye el número de palabras de la oración. No todas las frases tienen que ser cortas, pero es necesario evitar las oraciones largas, compuestas, complejas. Si le queda así alguna oración, busque las conjunciones, en especial "y" y "pero". Suele mejorar si se pone un punto en lugar de cada conjunción para desmenuzar el trozo de texto en bocadillos más fáciles de masticar.

Las demás orientaciones también le ayudarán a pulir su prosa. Conviértalas todas en parte de su estilo, para que pueda usarlas como un reflejo, incluso al escribir a toda velocidad para cumplir el plazo de entrega.

La buena estructura es esencial

Aunque con la aplicación de estas normas mejoran mucho oraciones o párrafos aislados, el texto en su conjunto seguirá siendo flojo si la estructura es débil. Toda nota bien redactada se basa en una arquitectura - y una estructura - inteligente. Volvamos sobre este punto.

La estructura de una noticia de pirámide invertida se explica por sí sola. El lead resume el hecho o hechos centrales de la noticia. Le siguen los argumentos que la apoyan. Escribir el lead de una pirámide invertida es bastante simple si hay sólo uno o dos elementos principales en la noticia, pero la dificultad aumenta con el número de elementos. Cuando deben mencionarse varios elementos en el primer párrafo o en los dos primeros, conviene evitar las oraciones largas, complejas y compuestas.

En ocasiones hay mejoría cuando se divide esa oración sumamente enrevesada en dos o más partes. A veces resulta poco práctico abarrotar todos los elementos esenciales en el primer párrafo, y el lead lo componen realmente los primeros dos o tres párrafos.

A continuación presentamos dos noticias de pirámide invertida con múltiples elementos, primero y segundo día, dadas por la Associated Press, que condensan todos los elementos con naturalidad.

LONDRES - Un violento huracán con lluvias torrenciales y vientos de hasta 110 millas por hora dejó a su paso una estela de destrucción el jueves a lo ancho del sur de Inglaterra, penetró en el Continente y causó por lo menos 62 muertos en cinco países.

tos en cinco países.

LONDRES - Cuadrillas de salvamento luchaban por devolver el fluido eléctrico a un millón de hogares y retirar autos volteados de las carreteras bloqueadas el viernes por una gran tormenta que azotó a Europa occidental con vientos huracanados y dejó más de 90 muertos.

Cuando una noticia compleja exige que se mencionen varios hechos al principio, el encabezamiento abarca más de un párrafo, como en este recuento de una ocasión histórica por el Washington Post:

CIUDAD DEL CABO, Sudáfrica - El líder nacionalista negro Nelson Mandela se convirtió en hombre libre hoy al salir de la prisión tras más de 27 años de confinamiento y dijo a sus jubilados partidarios que la lucha armada contra el régimen de minoría blanca en Sudáfrica tiene que intensificarse.

Mandela, de 71 años, con quien el gobierno espera entrar en negociaciones para poner fin al enconado conflicto racial que sufre el país, reconoció la "integridad" del hombre que ordenó su liberación, el presidente Frederik W. de Klerk, pero dijo que los negros "no tienen otra opción que continuar" luchando por sus derechos políticos. También instó a que se mantengan las sanciones económicas internacionales contra la Pretoria del apartheid hasta que su política de segregación racial quede totalmente desmoronada.

Estudiemos ahora la multitud de formas de comenzar el lead demorado o de tipo crónica del artículo de los cuervos. Con independencia de la opción, como los primeros cuatro o cinco párrafos no resumen la noticia, tienen que crear una atmósfera de anticipación. Con sus palabras Ud. tiene que convencer al lector de que vale la pena continuar leyendo.

Pero el lector no está dispuesto a esperar mucho. Alrededor del quinto párrafo es preciso resumir la noticia. A éste suele llamársele el párrafo clave. Digamos que el lead comienza con que tres o cuatro asombrados lugareños descubren las bandadas de cuervos. Con esto se le abre el apetito al lector. Luego Ud. escribe:

De toda la ciudad llegan informes similares. La zona está invadida por millares de cuervos. Nadie parece saber a ciencia cierta de dónde vinieron, o cuánto tiempo se van a quedar, y si podrían convertirse en una amenaza para la salud de la comunidad.

Esto no es para merecer un premio, pero transmite la idea. Ahora ya Ud. está listo para abordar una por una las muchas preguntas que Ud. y su editor analizaron en el primer paso del proceso de redacción y las demás interrogantes que fueron surgiendo a medida que se recopilaba la información.

Primero un bloque y luego el próximo

Al responder las preguntas una por una Ud. está usando la estructura de bloques, como construir sobre el piso con cubitos de juguete. Ordene las preguntas y las respuestas en la secuencia más lógica que pueda, de modo que la información de cada bloque desemboque sin tropiezos en el próximo. En

Luego añade un contexto: ¿Conocen los expertos fenómenos semejantes?, etc.

Hay otras estructuras y una es la cronológica, pero ésta funciona sólo en determinadas circunstancias. Otra es aproximarse a la situación en secuencia, a través de varios pares de ojos. Las mutaciones son muchas. La constante es apoyarse en una estructura fuerte que mantenga la unidad de las partes y agrupe las informaciones afines.

Sea cual fuere su estructura, un buen artículo es como una buena carretera: conduce sin tropiezos a su destino. Y los cambios de dirección se anuncian con señales inconfundibles.

El lector necesita saber cuándo el periodista va a cambiar de dirección, para pasar a una nueva línea de pensamiento. La separación en párrafos sirve de mucho, pero por sí sola no siempre es suficiente: hace falta una transición o un mecanismo que la indique. Sin esa señal de tránsito - la transición o el mecanismo - el lector se sale del camino, aunque sea por un instante.

Las siguientes palabras y frases son de transición: y, pero, así, sin embargo, aun así, no obstante, desde luego, seguramente, obviamente, por consiguiente, de hecho, así y todo, con todo, evidentemente, por ende, por esta razón, además, por otra parte, en realidad, dicho esto, etc.

Pero en ocasiones hace falta algo más que las palabras anteriores para guiar al lector. Un mecanismo que se llama "engarce" consiste en que la última palabra de un párrafo engancha con la primera oración del siguiente y se emplea para introducir una idea nueva. El engarce puede ser una sola palabra o una frase. A veces el engarce puede provenir de otros párrafos anteriores. Pero mientras más cercano mejor, cuando la palabra o la frase sigue fresca en la mente del lector. De cualquier manera, las transiciones ayudan al lector a seguir la línea de pensamiento del redactor.

Sin una estructura sólida, el artículo se tambalea e incluso se cae a pedazos. Los buenos periodistas trabajan mucho en la estructura. A Ud. también le conviene hacerlo.

4

El lead de la noticia:

Muchas puertas que abrir

El presente artículo es una reproducción autorizada del folleto "Effective Writing and Editing" (Escribir y editar con eficacia), publicado por el Instituto Americano de Prensa. Su autor es Elwood M. Wardlow, director adjunto del Instituto.

Algunos escritores lo hacen en el papel, otros en su mente, pero los buenos periodistas siempre organizan el material antes de comenzar a escribir.

En cada noticia hay que responder tres preguntas básicas:

1. ¿Qué tipo de lead?
2. ¿Cómo se va a narrar?
3. ¿En tercera persona o primera?

Exploremos cada una de estas cuestiones por su orden.

El primer párrafo

El propósito del lead es adentrar al lector en la noticia de manera sencilla y atractiva. De los tipos básicos de lead, los de uso más frecuente son:

A. El resumen, un panorama de los hechos y sus consecuencias. Por ejemplo: "El Ayuntamiento aprobó un presupuesto de \$100 millones por estrecho margen ayer. El presupuesto, superior en \$10 millones al del año pasado, aumentará los impuestos del propietario de vivienda medio en \$142."

Aquí están los principales elementos de la noticia: quién (el Ayuntamiento), qué (aprobó el presupuesto), cuándo (ayer) y cómo (por estrecho margen). Los párrafos siguientes deben ofrecer más detalles sobre estos elementos y además decir por qué (los pros y los contras) y dónde (que en este caso no es principal pero debe mencionarse al describir la escena e informar sobre la afluencia de público).

La mayor parte de los leads a modo de resumen contienen tres o cuatro de estos seis elementos fundamentales. No trate de incluir los seis; el resultado puede ser demasiado denso. Relegue al segundo y tercer párrafos

parte de esa carga.

B. Singular. En este tipo de lead se destaca algún aspecto importante. Por ejemplo: "Si Ud. es propietario de una vivienda media en esta ciudad, el impuesto por su propiedad aumentará en \$142 el próximo año."

C. Dramático. Ejemplo: "El concejal David Jones hizo una larga pausa esta mañana cuando le llegó su turno para votar sobre la propuesta de \$100 millones de presupuesto para la ciudad. La votación estaba empatada a tres y su voto significaba el desempate. En el expectante salón su voz apenas se escuchó al pronunciarse: 'Sí'".

D. La cita. Ejemplo: "La ciudad tiene muchas necesidades", dijo el concejal David Jones al explicar su voto sobre el nuevo presupuesto de la ciudad. "No me quedó más remedio. Tuve que votar a favor."

E. Descriptivo, de ambiente, colorido: Ejemplo: "Al alcalde Brown pareció que se le cortaba la respiración. Su rostro estaba tenso; las manos le formaban un nudo: el Ayuntamiento iba a votar su propuesta de presupuesto, donde se centraban todas sus esperanzas para el año entrante, y sabía que la votación sería por estrecho margen."

F. Demorado. Este lead suele ser personal o basarse en un ejemplo de este tipo: "William y Dorothy Smith estaban en el público ayer cuando el Ayuntamiento aprobó un presupuesto de \$100 millones para el año próximo. Bien sabían lo que les esperaba: un impuesto más alto, y la posibilidad de tener que posponer la compra del nuevo alfombrado."

G. De reacción o seguimiento. Ejemplo: "Circularon peticiones ayer de elecciones anticipadas para deponer al alcalde Brown a sólo horas de que el Ayuntamiento aprobara un nuevo presupuesto que implicará mayores impuestos."

H. De análisis. Ejemplo: "El alcalde Brown ganó la batalla por el presupuesto pero podría terminar perdiendo su cargo."

I. Estado de la situación. Ejemplo: "Terminada la batalla por el presupuesto anual, éste es el cuadro financiero de la ciudad para el año entrante."

J. De pregunta. Ejemplo: "¿Qué habría sucedido si el concejal David Jones hubiera votado 'no' en vez de 'sí' en relación con la propuesta de presupuesto del Alcalde?"

K. De cápsula. A veces con sólo una o dos palabras: "Aumentan los impuestos."

Hay muchos otros tipos de lead, entre ellos: sorpresivo, de contraste, incitadores, de acontecimientos futuros, estadísticos, anecdóticos, narrativos y rememorativos.

Al seleccionar el tipo de lead, pruebe a escribir tres o cuatro y luego decida cuál es la más recomendable. Tenga en cuenta lo siguiente:

1. ¿Se trata de una noticia fresca? De ser así, ¿cuál es la mejor manera de destacar lo principal sin demora? Si sucedió ayer, ¿cuál es la mejor manera de hacerla interesante hoy?

2. ¿Es una noticia simple o compleja?
3. ¿Es sobre personas o acontecimientos?
4. ¿Cuánta información posee ya el lector acerca de la situación?
5. ¿Qué está en juego para el lector?

Sea cual fuere su opción, evite el preciosismo. Opte por informar más que por deslumbrar.

¿Cómo se organiza el resto de la noticia?

Ahora que ya tiene escrito el lead, ¿cómo se narra el resto de la noticia?

La dificultad es organizar los elementos de modo que formen un todo interesante y coherente. Eso no puede dejarse a la improvisación: se necesita un plan.

El método tradicional de abordar en detalle el desarrollo de la noticia es la pirámide invertida. La información más novedosa e importante va arriba, y va quedando lo menos principal o menos interesante para el final.

Dicha estructura suele ser cómoda para el lector, que puede enterarse enseguida de lo principal y abandonar la noticia en cualquier punto sin perder los elementos fundamentales.

Pero cuando el periodista decide que el criterio principal al estructurar la noticia es por orden de importancia, la cronología y la narración pueden confundirse. Los elementos cronológicos se tergiversan, las relaciones entre las distintas partes de la noticia pueden hacerse confusas. En noticias complejas la pirámide invertida es una dura prueba para las habilidades del escritor.

Dentro de la pirámide, el flujo de la información puede adoptar muchas formas, pero quizás lo más cercano a una forma "normal" es la siguiente:

1. Lead resumido, basado en acontecimientos recientes.
2. De dos a cuatro párrafos más que aporten más detalles sobre dichos acontecimientos.
3. Un párrafo de antecedentes o de enlace en que se relacionen los nuevos sucesos al contexto general o a lo ocurrido antes. Esto no suele quedar por debajo del sexto párrafo.
4. Informe adicional sobre los nuevos sucesos.
5. Antecedentes adicionales o perspectiva.

Entre otros criterios para organizar la noticia están:

A. **El cronológico.** Después del lead se cuenta lo ocurrido mayormente siguiendo el orden de los hechos.

B. **Serial o episódico.** Después del lead, enumere los elementos principales y luego explore cada uno a su vez. Al final todos deben quedar entrelazados.

C. **Demorado.** Una introducción preparatoria o un ejemplo precede a

los acontecimientos ocurridos. No se demore demasiado o el lector pasará a otro asunto.

D. De suspense. El final de sorpresa es un giro contrario a la pirámide invertida. En él se cuenta lo sucedido pero ocultando los resultados hasta el párrafo final. No puede abusarse de este tipo, pero téngalo en cuenta para hechos que den un giro sorpresivo o humorístico.

E. De crónica. El propósito es transmitir tanto información como impresiones. Los factores cronológicos son menos intensos y lo personal o humano suele ser más relevante. Se trata de dibujar un cuadro en la mente del lector. Plantee una premisa central, enúnciela al principio y manténgala hasta el final. Alrededor de esa premisa aporte suficientes elementos de juicio, anécdotas, analogías, ejemplos, citas y descripciones para completar la idea.

F. De análisis. Suele adoptar el siguiente patrón: a) descripción del problema; b) recuento de los participantes y qué actitudes asumieron; y c) hipótesis sobre lo que pudiera ocurrir en lo adelante y qué repercusión tendría. El comentario lleva el análisis un paso más lejos: el periodista o la publicación también asumen posiciones.

G. Columnas y reseñas. Las formas son muchas. Todo vale, siempre que el lector pueda identificarse con lo escrito, cumpla el objetivo del periodista y esté bien redactada.

Al estructurar la noticia, convendría preguntarse:

1. ¿Hay algún tema concreto al que el periodista deba apegarse?
2. Si hay algunos elementos que se alejen de esa línea temática, ¿sería conveniente a) tratar de enlazarlos de todos modos; b) desglosarlos en otras noticias; o c) desecharlos del todo?
3. Las citas y el diálogo, ¿ayudarán a que fluya la noticia y servirán de puentes? ¿Caben las preguntas y respuestas?
4. ¿Servirá la enumeración para afianzar la narración?
5. ¿Tiene o puede encontrar anécdotas y ejemplos?
6. ¿Hay necesidad de introducir elementos de equilibrio (ataque y defensa, argumento y refutación)? ¿Puede enfocarse eficazmente dicho conflicto o contraste?
7. ¿Qué podrá decir el titular de la noticia? La estructura que tiene en mente, ¿está a tono con el sentido del titular?
8. ¿Puede hacerse un croquis de los hechos? En narraciones complicadas trate de dibujar un diagrama como si fuera un árbol genealógico. Al narrar un gran asalto a un banco, escriba "asalto" en un círculo en el centro. Del círculo saque una línea y llámela "banco". De la línea principal saque ramificaciones para la ubicación, el tamaño, los empleados, asaltos anteriores, seguridad, etc. Trace otra gran línea desde el círculo para los asaltantes y ramificaciones para los datos que tenga de ellos, y otros sistemas sinópticos

para los demás grandes componentes de la noticia. Con este proceso suele simplificarse el desarrollo de la narración.

¿Tercera persona o primera?

La mayoría de las noticias se escriben en tercera persona. El periodista da su versión de los hechos, pero no participa.

La primera persona suele reservarse para las siguientes situaciones:

1. Columnas. Cuando el periodista se convierte en una personalidad pública, el 'yo' suena más fácil y natural.

2. En experiencias dramáticas en que haya participado el redactor: "A medida que la negra espiral del tornado se acercaba, mi mente se agitaba pero mis piernas no se querían mover."

La primera persona puede ser una forma conmovedora de narrar una historia. Ahora bien, asegúrese de que realmente haya una noticia que contar, algo con lo que pueda identificarse el lector. Este se interesará por saber lo que Ud. pudo ver en el gran incendio, pero no le cuente cómo pasó sus vacaciones de verano.

5

Los modificadores: Ojo con la muleta vacilante

El siguiente material fue presentado en el Instituto Americano de Prensa por Kenn Finkel, que ha trabajado como redactor en The Miami Herald, The New York Times y el Dallas Times Herald.

El adjetivo es la muleta del periodista inseguro. Pone uno cada vez que se detiene a pensar, o usa una retahíla de ellos quizás con la esperanza de que lo ayudarán a convencer.

Pero la buena redacción no requiere muchos adjetivos ni adverbios, sino sólo unos pocos, precisos y usados cuando corresponde. Cuando los sustantivos y los verbos se usan bien, las oraciones cobran fuerza. Los adjetivos y los adverbios califican o modifican; cuando los use, asegúrese de que el sustantivo o el verbo necesiten calificación o modificación.

¿Para qué usar un verbo con un significado preciso y luego atiborrar la oración con un adverbio que nada añade al significado? No escriba que el radio atronaba ruidosamente; atronar denota ruido. No diga que un hombre rechinaba los dientes con fuerza; no hay otra forma de hacerlo.

Algunos adverbios funcionan. En "Él jugó mal", el adverbio "mal" nos dice que no jugó bien. Pero decir que él lloraba afligidamente o que sonreía alegremente es atiborrar.

Lo mismo se aplica a los adjetivos. Califique o modifique sólo aquellos sustantivos que lo necesitan. No diga "lirios blancos" ni "carbón negro".

Evite calificadores como "demasiado", "muy", "bastante", "harto", "algo", "un poco" y "un tanto", pues debilitan la narración.

Evite los adverbios introductorios superfluos: añaden un énfasis innecesario con el cual el redactor sólo se engaña a sí mismo. He aquí tres: coincidentemente, irónicamente, simplemente. Si la oración está bien escrita, mostrará la coincidencia, la ironía o la simplicidad, y el lector no se verá recargado con el adverbio.

6

Los temas complejos: No cansarse de explicar

El presente artículo es una reproducción autorizada del folleto "Effective Writing and Editing" (Escribir y editar con eficacia), publicado por el Instituto Americano de Prensa.

Las situaciones complejas son la verdadera prueba para el periodista. ¿Cuáles son las relaciones entre dos elementos, o cuatro, o catorce? ¿Cuál es más notorio o importante? ¿Cómo repercutirán entre sí?

Si Ud. no lo sabe, ¿cómo se va a enterar el lector? E incluso si lo sabe, de nada sirve al lector si Ud. no se lo explica bien.

Hay periodistas que parecen nacidos con un agudo sentido de la comparación y las relaciones, pero la mayoría lo obtienen con esfuerzo. El dominio se logra mayormente por tres vías:

1. **Cultura y sapiencia.** Se desarrollan mayormente a través de la lectura y la escucha incansables, que lo ayudarán a comprender situaciones complejas con mayor precisión.

2. **Práctica.** Describa a su madre con tal exactitud que un extraño pueda reconocerla al llegar al aeropuerto. Ante un mapa de la escena de un accidente de aviación, trate de transmitir la misma impresión en un párrafo. Si ocurrió una complicada serie de acontecimientos, trate de resumirla en una sola oración abarcadora.

3. **Relacionar lo desconocido con lo conocido.** Si es un tema extraño o misterioso, redáctelo en términos o dé ejemplos que sean familiares al lector. La revista Newsweek, por ejemplo, resumió así la aparición de la leucemia aguda:

Comienza la invasión: en lo profundo de la médula ósea se divide una célula de contorno irregular. Cuatro días más tarde la pareja se convierte en cuarteto. La aritmética es simple, el resultado devastador. Duplicándose una u otra vez, los glóbulos blancos anormales se filtran por la médula, pasan al torrente sanguíneo y se esparcen a otros tejidos. Allí, en una patológica Ley de Gresham, desplazan a los glóbulos blancos y rojos normales, consumen los nutrientes y el

oxígeno, minan la fortaleza del organismo y la víctima se hace cada vez más vulnerable a la infección. La leucemia aguda ya se ha entronizado.

Si explicar cuestiones difíciles no es uno de sus fuertes, decídase a hacer lo necesario para que lo sea.