

preciso, mientras el periodista utiliza unas frases de continuidad entre cita y cita que permiten al lector situarse en cada uno de los momentos de la declaración reproducida. Estas frases socorridas están en la línea de las siguientes: *El Sr. XYZ siguió diciendo*: “(...)”; *Añadió finalmente que* “para las próximas elecciones genaremos sin duda alguna”; etc.

(b) si se abrieron comillas al comienzo de un párrafo, se debe indicar al lector la presencia de interrupciones o lagunas dentro del texto reproducido, mediante la utilización de puntos suspensivos situados dentro de un paréntesis (...)

No es conveniente prolongar la longitud de la cita. Por este motivo, la técnica de las citas abreviadas suele dar muy buenos resultados en un relato periodístico, en aras de la deseable concisión. Un recurso eficaz, de notable impacto para el lector, consiste en destacar entre comillas tan sólo las tres o cuatro palabras que pueden tener mayor carga detonante o escandalosa dentro de la declaración de la fuente.

*Ejemplo*: La cita, tal como está grabada en un magnetófono, pudiera ser así: “El Ejército—dijo el general VNC—está dispuesto a asumir sus responsabilidades en caso de crisis de orden público...”

Se puede conseguir mayor fuerza con una cita abreviada: El general VNC insinuó que en el caso de que la situación política sufirera un mayor deterioro, el Ejército está dispuesto “a asumir sus responsabilidades”.

(2) *Citas completas*—En el trabajo periodístico, lo normal es la cita parcial de un texto. Sólo en casos excepcionales hay que reproducir un documento íntegramente. En estos supuestos, el documento se puede presentar fuera del relato informativo, al modo de apéndice añadido a los textos elaborados en la redacción del periódico. Estos apéndices, a su vez, se presentan de forma gráficamente diferenciada del relato periodístico: en recuadros, en páginas aparte, incluso mediante suplementos o fascículos embuchados dentro de las páginas habituales en el periódico. En estos casos, la tarea del periodista consiste básicamente en suministrar a los diseñadores del diario un texto claro y auténtico, precedido de una entradilla que sirva de introducción al lector para brindarle una referencia exacta del documento. En ocasiones, esta entradilla puede sugerir también un

resumen esquemático, que facilite la lectura. Igualmente es tarea del periodista, de acuerdo con la jefatura de redacción, el proponer intertítulos para colocar a lo largo del documento, con objeto de aligerar y distribuir la masa de texto en los documentos de gran extensión. En estos casos, es conveniente que el periódico advierta a los lectores que estos intertítulos—o cualquier manipulación del texto por motivos de una mejor presentación gráfica—son de la responsabilidad del periódico y no de la fuente original del documento.

### *El estilo de las citas*

Las citas, tanto si se ponen entre comillas como si prescinde de ellas, suelen apoyarse en un estilo literario directo o indirecto.

En el *estilo directo*, la frase textual aparece anunciada por una oración que termina en dos puntos (:). Pero también corresponde al estilo directo la presentación inicial del párrafo o frase textual, seguidos de una aclaración respecto a la paternidad de la cita o de las palabras; aclaración que normalmente se sitúa entre *rayas* (signo de puntuación que cumple aquí un cometido similar al *paréntesis*).

#### *Ejemplos:*

El Decano del Colegio ha manifestado: “Los alumnos encerrados serán atendidos en sus pretensiones académicas...”

“Los alumnos encerrados serán atendidos en sus pretensiones académicas”—ha declarado el Decano del Colegio.

Por el contrario, en el *estilo indirecto* la frase textual se introduce dentro de un oración compuesta, cuya parte principal viene dada por la referencia a la fuente original de la declaración. En estos casos, el párrafo textual hace las veces de una oración subordinada que es conectada con la principal por medio de la conjunción *que*.

#### *Ejemplo:*

El Decano del Colegio ha manifestado que “los alumnos encerrados serán atendidos...”

Cuando se utiliza el estilo indirecto es muy frecuente prescindir de las comillas o reducir su uso únicamente a las palabras claves que son absolutamente seguras para el periodista. Es decir, el estilo indirecto permite una mayor libertad para reproducir palabras de las fuentes sin la obligación de ser absolutamente fiel a cada una de sus frases. Es lógico, por consiguiente, que el periodista en estos casos actúe con exquisita prudencia y habilidad a la hora de colocar las palabras entre comillas. Y se abstendrá de hacerlo en todos aquellos casos en que albergue dudas acerca de la total fiabilidad de sus notas

tomadas de oído, sin la seguridad de una grabadora magnetofónica o de un documento escrito facilitado por el entrevistado o la fuente informativa.

### *Entrecomillados especiales*

Las comillas no sólo se usan en periodismo para advertir a los lectores de la aparición en el relato de una cita que pertenece textualmente a uno de los agentes o protagonistas del acontecimiento que se narra. Hay ocasiones, bastante frecuentes, en que el periodista coloca entre comillas determinadas palabras para avisar también al lector acerca de las razonables dudas que pueden suscitar determinadas afirmaciones de las fuentes. Por ejemplo, si en un relato sobre determinadas actividades de grupos terroristas el periodista se refiere a medios policiales y pone esta expresión entre comillas—"medios policiales"—el periodista está brindando a los lectores una pista para dejar testimonio de sus sospechas personales acerca de la seriedad y solvencia de las fuentes "policiales" que le han suministrados los datos.

En ocasiones, por consiguiente, el uso de las comillas no sólo sirve para atribuir la responsabilidad de un texto interpolado a una persona determinada—una persona física o jurídica—, sino que también puede ser utilizado este recurso como escudo protector del periodista respecto a la atribución de las fuentes que le parecen sospechosas.

El uso de las comillas en estos casos se convierte en un ejercicio muy delicado, que exige cierta complicidad entre el periodista, el periódico y sus lectores. Por este motivo es imposible dar normas de general aplicación sobre este punto. Habrá que seguir las normas convencionales y los usos profesionales de los periodistas en un determinado país. A veces estas normas varían incluso entre ciudades de un mismo país y entre los diferentes medios de comunicación periodística de una misma ciudad—diarios, emisoras de radio y de televisión, etc. Lo normal, sin embargo, es que las normas de comportamiento profesional actúen homogéneamente dentro de un Estado, afectando por igual a todos los periodistas nacionales. La única salvedad son las posibles normas particulares que sobre este asunto pueden establecerse en la redacción de un concreto periódico o de una emisora singular.

De todas formas, la regla de oro que debe ser tenida en cuenta es la siguiente: el periodista ha de hacer un uso juicioso, ponderado y

más bien restrictivo de las palabras que coloca entre comillas para indicar al lector sus dudas acerca del verdadero contenido semántico de las frases entrecomilladas.

### **2.2.6. Procedencia de las noticias (*datelines*)**

En el caso del periodismo escrito, la indicación de la procedencia de la noticia en el cuerpo del relato es una obligación inexcusable. Esta obligación se da con mayor urgencia en el caso de los despachos de agencia, pero vale igualmente para todo relato periodístico. El reportero ha de suministrar al lector los datos básicos que permitan la localización de la noticia de que se trata, tanto en lo que refiere al lugar donde se han producido los hechos, como al tiempo preciso en que han ocurrido.

El recurso habitual es encabezar el relato con la indicación de la ciudad donde se ha originado la noticia y el día concreto en que se escribe el texto. Este procedimiento ofrece múltiples variantes, de acuerdo con las normas internas particulares de cada periódico. Pero lo que no resulta tolerable es que se olvide consignar en el relato periodístico la ubicación precisa de la noticia—ciudad, región y país cuando sea preciso—y el día en que se ha redactado el relato informativo. La localización del lugar y de la fecha son detalles de considerable importancia para los lectores, especialmente para aquéllos de mayor capacidad crítica a la hora de valorar las páginas de un periódico.

Por consiguiente, nunca deben faltar en estos relatos los datos referentes a la procedencia de las noticias—lugar y tiempo—y estas referencias deben ser claras e inequívocas. (En el caso de ciudades, por ejemplo, es frecuente la repetición de un mismo nombre para lugares del mismo estado o de Estados diferentes: Cartagena, Barcelona, Ginebra, Siracusa, etc.)

## **2.3. Casos especiales de relatos**

En el trabajo periodístico es normal la elaboración de unos relatos especiales, que responden a unas características de estilo propias y singulares. Por este motivo, al lado de las consideraciones del apartado anterior (2.2. *Redacción del relato informativo*) dedicado a la recomendación de unas normas de aplicación general, es conveniente que ahora se proceda a la revisión de unas normas de ámbito particular, aplicables únicamente a las modalidades de relato

que en cada caso sea tenido en cuenta. Estas normas particulares de estilo no desautorizan ni eliminan las normas comunes del relato informativo, sino que las complementan y las hacen todavía más concretas en función de los objetivos periodísticos señalados a estos modos peculiares del relato informativo. Señalaremos al final, en el apartado 2.3.6., una excepción a este principio general.

Los casos especiales que aquí van a ser examinados son los siguientes: biografías y semblanzas, cronologías, síntesis y condensaciones, fichas técnicas y esas modalidades peculiares del relato informativo que en la jerga internacional son conocidas con el nombre de *features*.

### 2.3.1. Biografías y semblanzas

Los periódicos suelen publicar frecuentemente un tipo especial de relatos informativos dedicados a explicar la vida de un personaje que pasa a ocupar, en un momento dado, un lugar destacado en la actualidad por diferentes motivos: con ocasión de su muerte, al obtener un éxito político o cultural, a propósito de un acontecimiento escandaloso en el que aparezca involucrado. En español se suele distinguir entre dos tipos de relatos o notas informativas de carácter biográfico: la semblanza y la biografía. La distinción entre una y otra radica casi exclusivamente en la longitud del texto.

La *semblanza* es un bosquejo biográfico que busca como objetivo la descripción física o moral de una persona. Suele ser, por consiguiente—es decir, como una consecuencia derivada del propio concepto de *bosquejo*—una biografía incompleta, en la que sólo se recuerdan los hechos más importantes de la vida de esa persona. En algunos países de habla española se utiliza también la expresión *perfil biográfico* para referirse a este tipo de relato periodístico, que viene a corresponderse con el *close-up* del periodismo anglosajón.

La *biografía*, por el contrario, supone una nota biográfica de cierta extensión, que desborda los límites de un resumen apresurado propio de una semblanza o un perfil. Como referencia comparativa, puede recordarse que para los periodistas de agencia, la semblanza o perfil queda limitada a un máximo de unas 400 palabras, mientras que una biografía (que en algunas agencias denominan *bio-portrait*) puede llegar a unas 800 palabras.

Como rasgos comunes para una y otra modalidad de estos textos periodísticos, puede señalarse la insistencia en la descripción de

aquellos rasgos biográficos dotados de especial interés humano y más directamente relacionados con el motivo ocasional que provoca este ascenso al primer plano de la actualidad—concesión de distinciones, nombramientos políticos, etc.

Para facilitar la elaboración de estos relatos es condición indispensable que en el periódico se lleve al día un archivo completo con datos biográficos de los más destacados personajes de la vida nacional o internacional. Estos archivos colectivos del periódico suelen complementarse con los archivos individuales de los periodistas acerca de aquellos personajes que están incluidos dentro del ámbito de especialización de cada reportero o redactor. En caso de ausencia de estos archivos (o cuando sus datos resultan anticuados), los servicios informativos de las agencias de noticias son un recurso eficaz para salvar el compromiso. No obstante, en cada periódico debe procederse a la reelaboración última del relato biográfico de acuerdo con los criterios de política editorial y de estilo propios de cada medio, en lugar de aceptar sin más el texto facilitado por la agencia.

### 2.3.2. *Cronologías*

Se llama *cronología* al relato en el que aparecen reflejados los hitos temporales que afectan a un acontecimiento. La cronología suele utilizarse como acompañamiento y documentación añadida al relato o relatos periodísticos que sirven para informar de un hecho de considerable importancia. De esta manera, la cronología—o relato cronológico de los acontecimientos anteriores y posteriores relacionados con ese hecho principal—se acostumbra a presentar como un dispositivo de recuadros o espacios añadidos al relato fundamental, dentro de una misma página o páginas dedicadas a informar más sobre la noticia y sus consecuencias previsibles.

En algunos servicios informativos—especialmente en agencias de noticias, que a su vez contagian la terminología a los periódicos que son sus clientes—es frecuente distinguir entre dos tipos de relatos cronológicos:

a) el *film* y la *cronología* propiamente dicha

b) el *film* (o *película* del acontecimiento) describe este hecho noticioso en su desarrollo cronológico, precisando las *horas* y las *fechas* más importantes de los momentos anteriores y posteriores (pero sobre todo de los momentos anteriores) al instante preciso en que

produce el suceso que se narra. También se hace la película de un acontecimiento—por ejemplo un acto deportivo, un acontecimiento cultural o político—describiendo paso a paso los *instantes* más significativos de ese acontecimiento.

c) la *cronología*, como relato diferente de la película de un acontecimiento, supone dos elementos diferenciales. A saber: (1) se proyecta sobre un período histórico de cierta consideración; es decir, un período superior a las horas o minutos claves de un encuentro de fútbol o de investidura política o académica; (2) la redacción de la cronología responde a un estilo literario sumamente lacónico y esquemático, algo así como una simple relación de fechas y de nombres o referencias elementales de un hecho: el estilo de la cronología responde, por consiguiente, al denominado procedimiento de enumeración que algunos sitios se denomina de “listín telefónico”, a base, simplemente, de nombres propios y de cifras (fechas, datos numéricos, índices estadísticos, etc.).

De todas formas, conviene tener en cuenta que la distinción entre *film* (o película) y la otra modalidad de *cronología* no está universalmente difundida ni, por consiguiente, admitida por todos. Aunque sí se puede adelantar que se trata de una clasificación que parece ganar terreno progresivamente en el trabajo periodístico.

### 2.3.3. Síntesis

Se llama *síntesis* al trabajo periodístico que supone una reelaboración de otros textos ya publicados por el periódico en días anteriores o de textos que llegan conjuntamente desde procedencias diferentes y, a menudo, con enfoques, datos y puntos de vista distintos y a veces contradictorios. Se entiende la síntesis como un resumen de lo más importante de una información mucho más extensa. Desde el punto de vista técnico de los expertos en documentación y biblioteconomía, sería preferible hablar de *compendio* o *condensación*. Lo cierto es que en la jerga habitual de los periodistas no se hace mucho hincapié en esta diferencia entre síntesis y compendio.

Vale la pena, sin embargo, dejar aquí constancia de los elementos diferenciales más destacables entre estas dos modalidades del trabajo de redacción.

a) la *síntesis* significa la elaboración de un nuevo texto con palabras también nuevas. Supone, evidentemente, una indudable labor creadora que surge de la unión coherente de ideas y después de una

inteligente selección de los datos que llegan al periodista por muy diferentes conductos. Es la fusión y combinación de diferentes partes para alumbrar un nuevo texto, como resultado de la decantación reflexiva de todos los textos utilizados. La síntesis se utiliza para resumir actos de gran complejidad de datos y de ideas: convenciones políticas, asambleas, congresos académicos o de cualquier tipo de asociaciones, etc. Es un trabajo que acredita de verdad, cuando está bien hecho, a los verdaderos periodistas de oficio, en la medida en que demuestran su capacidad para captar lo esencial de los fenómenos y de las palabras de los hombres.

b) la *condensación* o *compendio* significa la elaboración de un texto más reducido respetando las propias palabras del autor. Se trata, simplemente, de un trabajo de poda y de eliminación de los párrafos de menor interés periodístico siguiendo la técnica de los antiguos *digestos* (es decir, resúmenes de textos jurídicos para uso de estudiantes de leyes y como prontuario de abogados). Un compendio bien hecho supone una reducción del texto original conservando no sólo su estructura primitiva y su pensamiento, sino también las propias palabras del documento de referencia. Este tipo de trabajo periodístico se utiliza, principalmente, para resumir discursos, conferencias, manifiestos, comunicados de conferencias de prensa, etc. Es muy corriente en los periódicos utilizar una técnica mixta para resumir estos documentos: unos párrafos se respetan íntegramente en sus palabras literales (técnica del *compendio*), mientras que el periodista practica un técnica de *síntesis* (creación lingüística propia) en párrafos que sirven de nexo entre los textos de reproducción literal.

En el trabajo periodístico se entiende también por síntesis al resumen que se hace al final de varios textos periodísticos para presentar un esquema valorativo de todos los elementos de una información. Este resumen final—o *síntesis*—cumple las funciones de una especie de conclusión provisional sobre un acontecimiento del que seguramente se seguirá hablando en días sucesivos. Y lo habitual de estas síntesis o conclusiones provisionales es que sean colocadas no como resumen final del relato, sino como entradilla introductoria o prólogo de los diferentes relatos y espacios informativos que intentan describir y explicar un hecho complejo y con aspectos todavía poco definidos o muy polémicos. Esta práctica de la síntesis como resumen final también llega a los periódicos por medio del contagio de los modos particulares del trabajo periodístico en las agencias,



que se encuentran obligadas a continuos cierres de edición para atender una clientela muy variada y con necesidades informativas muy distintas entre sí, incluso en lo que se refiere al tiempo oportuno para imprimir o emitir las noticias.

#### 2.3.4. Fichas técnicas

En muchos periódicos se extiende la práctica de proporcionar a los lectores *fichas técnicas* especializadas acerca de determinados productos o acontecimientos de índole cultural: libros, películas, exposiciones, conciertos, discos, vídeos, etc. Esta tendencia también afecta a productos industriales de cierta entidad económica: coches, motocicletas... En los últimos tiempos se ha introducido la práctica de proporcionar una ficha técnica de las encuestas y sondeos de opinión que los periódicos encargan a una empresa especializada en estos menesteres.

Aunque sus objetivos sociales y culturales sean diversos, todas las fichas técnicas que aparecen en los periódicos están unificadas por unos mismos criterios de presentación. El elemento principal de la ficha—es decir, el dato sobresaliente que importa destacar sobre los demás—ha de figurar de forma fácilmente identificable para el lector. Y a continuación se procederá a enumerar todos aquellos elementos circunstanciales que contribuyen a perfilar claramente y de forma precisa cuáles son las características técnicas del producto o del acto.

Para algunos artículos de carácter cultural—por ejemplo, libros—existen unas normas internacionales, auspiciadas por la UNESCO, que establecen taxativamente el modo de presentación de los diferentes elementos que concurren en él: nombre del autor, título, ciudad donde ha sido editado, año de publicación, número de páginas, colección dentro de la que se incluye este título (en los casos en que este dato exista) y precio. Para otros productos no existen todavía estas normas internacionales y habrá que atender en cada caso a las indicaciones del periódico para la elaboración de tales fichas técnicas, buscando siempre—en la medida de lo posible—normas coherentes y homogéneas para todos los supuestos que ordinariamente son objeto de este tratamiento informativo.

La mayor ventaja que se deduce de estas fichas técnicas es que descarga de datos el texto informativo o de opinión—relato o comentario—en el que se da cuenta o se critica ese acto o producto. Esta simplificación supone también concisión expresiva, reducción

de los textos, claridad de datos de referencia para el lector, etc. A la luz de estas ventajas, parece aconsejable el uso de estas fichas técnicas en el trabajo periodístico, con la misma finalidad de apéndices o textos añadidos a los relatos principales, como ya se ha visto en epígrafes anteriores acerca de otros relatos periodísticos especiales de carácter complementario: biografías, cronologías, etc.

### 2.3.5. Relatos periodístico-literarios (*features*)

Existe en todo el mundo periodístico actual cierta controversia a propósito de una modalidad de relato periodístico llamada, en inglés, *feature*. Se considera, en términos generales, que el *feature story* (el relato pintoresco o de interés humano) es hasta cierto punto un *news story* (es decir, un relato informativo o noticioso). Esto es cierto, pero sólo hasta cierto punto, porque los periodistas de todo el mundo, incluyendo a los anglosajones, distinguen claramente entre ambas formas del relato periodístico—el *feature story* y el *news story*. Y esta distinción está tan formalizada que la mayor parte de los periódicos de prestigio—*New York Times*, *Washington Post*, entre otros—nunca colocan los relatos de *features* en la primera sección—es decir, la dedicada a las noticias con un riguroso tratamiento informativo—sino en la segunda sección o en páginas especiales. Este dato tiene una importancia capital dentro de la práctica profesional de estos grandes rotativos. El lugar original de estos relatos periodísticos peculiares—los *features*—era la llamada *op-ed* (página opuesta a la página editorial, o página abierta según algunas traducciones). Así ocurrió aproximadamente hasta finales de los años sesenta, hasta 1968 en el caso del *Washington Post*. Pero desde ese momento histórico, los *features* se han escapado de las páginas editoriales para buscar su propio emplazamiento en los cuadernillos no rigurosamente informativos de los periódicos y en las secciones no dedicadas claramente al tratamiento periodístico de los acontecimientos noticiosos.

Este hecho revela automáticamente dos rasgos de los *features*: (1) que se trata, indudablemente, de una modalidad de relatos, pero que estos relatos deben ser calificados de peculiares; (2) que parte de su peculiaridad surge de la indudable preocupación literaria que alienta el ánimo creativo de sus autores. La traducción, por tanto, de *feature story* como “relato periodístico-literario” parece muy ajustada a la realidad, tal como es entendido este vocablo entre los periodistas de América y Europa. De acuerdo con estos rasgos podría definirse el *feature story*—o simplemente *feature*—como un relato periodístico de

alto valor creativo desde el punto de vista literario y que está destinado a entretener (y también, en ocasiones, a informar) por la vía del cultivo de los elementos que constituyen el interés humano de las noticias.

En el periodismo anglosajón existe desde hace ya algunos años una extensa literatura dedicada a desarrollar la teoría del *feature*. En los países latinos, tanto europeos como americanos, no existía esta literatura hasta hace muy poco tiempo, pero sí existía la práctica generalizada de este modelo de relato periodístico en los periódicos diarios. Esto es así hasta el punto que se puede afirmar que la historia de las grandes figuras del periodismo en Francia, Italia, España y la mayor parte de los pueblos latinoamericanos es la historia de los grandes escritores de relatos periodístico-literarios del siglo XIX y buena parte del siglo XX, escritores de *features* a quienes muchas veces se valora, inadecuadamente, como si fueran eminentes periodistas. Todavía queda algo de esta tendencia en los pueblos latinos, y probablemente no sea aconsejable desterrar totalmente estos comportamientos literarios en los periódicos de estos países, puesto que sus respectivos públicos están acostumbrados a encontrarse con estos escritos en sus página de lectura habitual. Y otro argumento para seguir conservando en los diarios de los países de ámbito lingüístico latino la presencia de los relatos periodístico-literarios (o *feature stories*) está en el auge que estos relatos están alcanzando hoy día en aquellos países, especialmente los anglosajones, a donde se han trasladado en los últimos tiempos mediante un proceso de mimetismo cultural. Es indiscutible—como reconocen los mismos teóricos de estos fenómenos—que el llamado *New Journalism* nace en Estados Unidos como un deseo aparecido en bastantes periodistas jóvenes de los años sesenta de imitar ciertos modos de comportamiento profesional propios de los periodistas europeos, tradicionalmente menos respetuosos que los norteamericanos con las normas cautelares que protegen el ejercicio de la objetividad informativa. Algunas de las corrientes englobadas dentro del *New Journalism*—por ejemplo “la nueva literatura de no ficción” o los periodismos “alternativos” y “contraculturales”—propiciaron declaradamente en EE.UU. el nacimiento y el desarrollo de los *features*, que ya existían antes, pero de forma timorata. Puede decirse, por tanto, que el éxito de los espacios de *features* en los periódicos norteamericanos es, en buena medida, el producto de un trasvase cultural desde los modos periodísticos europeos y latinos—poco obsesionados por cuestiones relacionadas con la deseable objetividad del relato informativo—a

los modos y usos de los países anglosajones, que se encuentran inopinadamente con una nube contaminante sobre sus propios periódicos—una nube contaminante cargada de literatura y de presencia subjetiva del periodista en el relato que escribe.

Finalmente, es preciso recordar que los *features* tienen una extraordinaria acogida en los suplementos dominicales de los periódicos diarios y en los semanarios y revistas ilustradas—los llamados *magazines*. Este éxito ha llevado a muchas agencias de noticias, como es el caso de la *Agence France-Presse*, a proporcionar a sus clientes relatos especiales (*features*) dentro de un servicio más amplio que se denomina “*papiers-magazines*”, es decir textos para suplementos dominicales, revistas, páginas especiales, etc. Dentro de la industria del periodismo norteamericano, estos relatos especiales de carácter periodístico y literario son la materia prima fundamental para esas agencias periodísticas llamadas *syndicates*, cuyo material básico se llama precisamente *syndicate feature*.

### *Modalidades principales de features*

Es del todo imposible dar normas sobre la elaboración de los *features*, por tratarse de unos relatos con tan elevada carga de creación literaria que se escapan a cualquier preceptiva de ámbito general: cada escritor tiene su propio estilo y su propio modo de entender y alumbrar su trabajo. Lo que sí se puede hacer es enumerar las modalidades más destacadas de *features*, tal como son hoy cultivadas en los periódicos de mayor prestigio dentro del panorama mundial de la prensa escrita:

(1) *Tópicos amables*—Buena parte de estos trabajos se centran en la narración de acontecimientos que se repiten con regularidad para los lectores. Se pretende con estos relatos periodístico-literarios ofrecer al público un ángulo nuevo, menos frío que el enfoque que surge de un tratamiento rigurosamente informativo—en la línea de las *hard news*, *straight news* o *current news*. El escritor encargado de este relato no pretende descubrir todos los aspectos noticiosos del evento, sino más bien un enfoque humano, humorístico, cordial, etc., que acerque el hecho a los lectores. Dentro de estos tópicos que pueden ser abordados desde una óptica amable y literaria, figuran las fiestas locales, aniversarios, actos conmemorativos, acontecimientos tradicionales, manifestaciones folklóricas, etc. En realidad, el campo para esta modalidad de relato es prácticamente ilimitado: depende

sobre todo de la habilidad del escritor y de que el hecho no sea realmente una noticia dura que haya que comunicar de acuerdo con las reglas básicas del relato rigurosamente informativo.

(2) *Columnas personales*—Una columna personal es un espacio que se entrega a un escritor como si se tratara de un cheque en blanco: puede escribir en él lo que quiera y de lo que quiera con tal de que firme el pie del trabajo. Estas *columnas personales* tienen indudable éxito en el periodismo latino, tanto de Europa como de América. Suelen llevar una rúbrica genérica que se repite en el encabezamiento de cada artículo y también se suelen ilustrar con una fotografía del escritor. Columnas personales son los artículos, por ejemplo, de G. García Márquez, Octavio Paz, Mario Benedetti, Camilo José Cela, Ernesto Sábato, etc.

En relación con este tipo de *features* es importante tener presente que, en un alto porcentaje de casos, no se trata propiamente de relatos, sino más bien de *comentarios*—es decir, artículos de opinión. Por este motivo, estas columnas personales suelen situarse o dentro de esas páginas especiales dedicadas a relatos atípicos, o bien dentro de las páginas de opinión situadas enfrente de la página editorial—las páginas *op-ed*, es decir *opposite editorial*.

(3) *Relatos de continuidad*—Se refieren estos relatos a asuntos que se prolongan durante cierto tiempo: contaminación atmosférica, alfabetización, transportes, tráfico de drogas, etc. No hay un acontecimiento particular que desate la actuación del periodista, sino más bien la constatación de unas circunstancias que afectan al interés colectivo de los ciudadanos y cuya evolución en el tiempo interesa conocer. En la jerga internacional se denominan *continuing news* (noticias de secuencia) o también *developing news* (noticias en desarrollo). Lógicamente, estas noticias pueden ser abordadas con todo el rigor de los relatos estrictamente informativos. Pero en ocasiones, si se quiere suavizar el estilo y el talante acusador del periódico, se puede recurrir a la literatura como una especie de cortina de humo. Estos *features* de continuidad se caracterizan porque el escritor, sirviéndose de la creación literaria a modo de coartada, es normalmente mucho más severo en sus acusaciones y en sus juicios de lo que sería un reportaje estrictamente informativo. Tiene igualmente la ventaja de que no precisa acudir continuamente a datos y argumentos de fuentes informativas, sino que puede actuar el periodista

dejándose arrastrar por su propio criterio personal, tan válido y digno de consideración, en este caso, como cualquier otro.

(4) *Pueblos y gentes*—Cabén aquí relatos de viajes, narración de acontecimientos curiosos o especiales, descripción de lugares y de gentes: se entiende fácilmente que en estos casos lo de menos es la noticia. Lo normal es que ni siquiera haya aquí algo que ni de lejos ni de cerca pueda ser considerado noticia. Algún tipo de semblanza—en la línea de los relatos especiales vistos ya anteriormente, *semblanzas* y *biografías*—puede incluirse dentro de esta modalidad de *feature*, sobre todo en aquellos casos en que el hombre o mujer que se describe no tiene los elementos propios de un personaje de interés periodístico: semblanzas de personas vulgares, anodinas, desconocidas, pero que pueden tener rasgos de interés humano que dan pie para el juego literario del escritor-periodista, normalmente en estos casos más escritor que periodista. La sospecha de que estos *features* están más al servicio de la literatura que del periodismo se deduce de la consideración de las firmas que habitualmente se ocupan de estos *relatos sobre gentes y lugares*: novelistas, poetas, ensayistas, profesores, sociólogos...; es decir, gente que descuella en el país por alguna actividad profesional diferente del periodismo.

### 2.3.6. Estructura interna de los relatos especiales

En ninguno de los casos especiales de relatos considerados en este epígrafe—biografías, semblanzas, cronologías, síntesis, fichas técnicas y relatos periodístico-literarios (*features*)—puede aplicarse la estructura de la pirámide invertida propia de los relatos informativos típicos. Los datos se suceden en la exposición por criterios que no tienen que ver con la importancia relativa de los valores informativos que contenga cada párrafo.

Únicamente, en la medida en que sea posible, vale la pena intentar la elaboración de párrafos iniciales de acuerdo con las recomendaciones hechas a propósito de la entrada característica del llamado *lead* del sumario (o fórmula de las *W's*). Muchos *features*, por ejemplo, no rechazan el uso de este párrafo inicial. Y lo mismo puede decirse de ciertas biografías, semblanzas, síntesis, etc. No debe olvidarse que una regla de oro del trabajo periodístico es que el párrafo inicial, sea cual sea el tipo de relato al que pertenezca, debe cuidarse como un elemento fundamental que distingue la obra bien hecha frente a los textos propios de aficionados y aprendices.

## 2.4. Ilustraciones y textos para material gráfico

El material gráfico de un periódico está constituido, fundamentalmente, por las fotografías. Estas aportaciones gráficas a las páginas de un diario corren a cargo de unos profesionales especializados; reporteros gráficos, fotógrafos de prensa, servicios de agencias de noticias o de colaboraciones, etc. Cada vez está más extendida la práctica profesional de que los mismos reporteros literarios hagan las fotografías precisas para acompañamiento de su relato, especialmente en aquellos casos en que la parte gráfica tiene una importancia menor que la importancia atribuida al texto, dentro de ese trabajo periodístico considerado en bloque.

Proceda de donde sea—fotógrafos profesionales del periódico, servicios de agencias, obra de reporteros aficionados, etc.—, las funciones que se señalan a la fotografía en el periodismo impreso de nuestros días se desglosan en tres principales:

(1) La fotografía como documento gráfico—la *fotografía-noticia*, como también se llama esta modalidad. La ilustración fotográfica cumple aquí un papel equivalente al del relato rigurosamente informativo: el periodista gráfico cuenta en su documento simplemente *lo que ve*, lo que aparece a los ojos de cualquier espectador.

(2) La fotografía como instrumento para un reportaje en profundidad—el *reportaje gráfico*, el relato explicado en fotos. En algunos países se propone la denominación de ensayo fotográfico (*photo essay*). El material gráfico, mediante la utilización de una colección o de series de fotos, intenta profundizar en el acontecimiento. No es un simple acompañamiento del relato literario, sino que busca explicar algo más que lo que aparece a simple vista: el periodista intenta transmitir al lector no sólo lo que se ve sino todos aquellos elementos que él *sabe que están* en el acontecimiento noticioso.

(3) La fotografía como mensaje de opinión—la fotografía que intenta persuadir, la *foto-editorial*. El fotógrafo actúa en estas ocasiones como un profesional que lleva a cabo su tarea bajo la presión psicológica de un punto de vista subjetivo y procura convencer a los lectores acerca de la validez y rigor de este punto de vista.

Recopilando lo dicho, puede decirse que el material fotográfico de un periódico puede cumplir los mismos fines que están señalados

para los textos escritos: la información, la interpretación y el comentario.

El las redacciones de los periódicos, la decisión acerca del cometido periodístico que se otorga al material gráfico corresponde a los responsables del departamento fotográfico—o, en último extremo, al redactor-jefe o al propio director de la publicación. Pero una vez que está decidida esta cuestión, los redactores de las diferentes secciones son los encargados de escribir los pies o leyendas de las fotografías.

Para esta tarea, lo primero que debe conocer este escritor es el papel asignado al material gráfico, puesto que el texto que acompañe a las fotografías debe trabajar necesariamente en el mismo sentido que se pretende para el documento gráfico. Lo más frecuente es que los pies responden a los supuestos 1 y 2—es decir, la *foto-noticia* y el *reportaje gráfico*. Para estos casos son útiles las siguientes normas cautelares:

a) No debe publicarse ninguna foto que no lleve su correspondiente texto explicativo.

b) El pie de una foto nunca debe ser una frase escogida del texto, excepto en las fotografías que ilustran entrevistas o bien en el caso de material fotográfico que no cumpla una definida función informativa, como ocurre en las paginas de muchos *magazines* o suplementos dominicales. Gran parte de los relatos periodístico-literario (*features*) suelen utilizar un apoyo gráfico que tampoco es rigurosamente periodístico, sino más bien un simple pretexto decorativo o para el diseño de la página.

c) Es importante consignar en el pie de foto la firma del autor—persona o servicio de agencia—a quien corresponde este material.

Respecto a la *foto-editorial*, es preciso recordar que algunos periódicos prohíben taxativamente este tipo de ilustraciones, y por consiguiente tampoco prevén pies o leyendas de fotografía con sentido de texto editorializante. En los casos en que se admiten estos cometidos periodísticos, el trabajo responde a un texto de opinión—un editorial, un suelto, una crítica, una columna—y lo lógico es que se adjudique a alguno de los escritores del departamento que se ocupa de las páginas editoriales del periodico—los *editorial writers*.



Estos escritores ya tienen el hábito de creación literaria para estos espacios periodísticos destinados a la producción de juicios de opinión o comentarios. El pie de fotografía en estos casos es un simple pretexto para un texto editorializante. Y por consiguiente tendrá que ajustarse a las normas establecidas para estas tareas. Pero es importante para el periodista situar claramente el campo estilístico particular al que pertenece este pie de foto como texto editorializante: hemos salido del mundo del *relato* para introducirnos—hay que suponer que lícitamente—en el mundo del *comentario*.

Además de las fotografías, un periódico lleva otro material de ilustración: dibujos, retratos a mano, gráficos, cuadros estadísticos, curvas gráficas, etc. Para todos ellos se puede aplicar los mismo criterios que para las fotografías. Puede hacerse la salvedad de que todo este otro material gráfico suele ser siempre un recurso rigurosamente informativo. Únicamente ciertos dibujos—caricaturas, tiras cómicas, retratos a mano...—pueden servir a veces de pretexto para un objetivo editorializante. Y en este caso habrá que actuar con el talante estilístico de los escritores de textos de opinión.

## 2.5. Indicaciones sobre títulos

“El título o cabeza debe ser la sustancia de la noticia misma”—decía muy acertadamente el anterior *Manual de estilo* del Centro Técnico de la SIP-. Y seguía diciendo: “siendo parte principalísima de la presentación de la noticia, puede afirmarse que el título felizmente logrado la asegura en la atención del lector, en la misma medida en que la posterga o relega una concepción desafortunada (...). El título es, a su vez el señuelo, la incitación, lo que invita a buscar la noticia e iniciar la lectura”. Pero si una titulación no dice nada al lector, o le dice muy poco—porque lo que dice lo presenta en términos muy vagos, confusos e inexpresivos—puede ser considerado como un espacio ineficazmente utilizado.

### 2.5.1. Los encabezamientos: títulos, sobretítulos, subtítulos, intertítulos, etc. (*headlines*)

Técnicamente, los títulos se distinguen del texto por su presentación, por el estilo y, con frecuencia, por la naturaleza de su contenido. Con el paso del tiempo, los títulos han ido ganando importancia en la concepción global del periódico, tanto desde una perspectiva centrada

en la pura consideración del contenido informativo, como—de modo especial—desde el enfoque de las posibilidades que ofrecen los títulos para el diseño y diagramación de las páginas. Hoy día, tal como señalaba en Quito el profesor Kayser ya en 1964, “en la gran mayoría de los casos, los títulos revisten una importancia considerable, al punto de constituir uno de los aspectos más característicos de la fisonomía de un periódico y uno de los que más cuenta para favorecer la venta del producto. La impresión y la presentación de los títulos no son ya, como antes, una rutina practicada en la redacción por el secretario de la misma, sino que se ha transformado en una verdadera actividad especializada del periódico”.

El título, en su verdadera complejidad, forma normalmente un conjunto de párrafos diferentes, impresos a cuerpos distintos, que se articulan entre sí al modo de las sucesivas oleadas del mar sobre la playa. El conjunto de todos estos títulos es lo que debemos entender como *encabezamiento*, palabra española que sirve para traducir la inglesa *headlines* o la francesa *titrage* (que en ocasiones aparece confundida con un vocablo muy similar—*titraille*—, referido no a la titulación en sí misma, sino a los elementos y materiales que se utilizan en la composición de los títulos: tipos de imprenta, regletas, clichés, etc.).

De este conjunto de diferentes párrafos del encabezamiento, pueden destacarse los siguientes:

*a) Antetítulo*—Título de importancia secundaria que, sin embargo, precede y prepara el título principal. En algunos lugares se llama también *sobrelínea* o *sobretítulo*.

*b) Título*—Párrafo principal del encabezamiento destinado a llamar la atención del lector sobre una información o sobre un conjunto de textos periodísticos—relatos y comentarios—que constituyen una unidad informativa en las páginas del periódico. Este título principal aparece en cuerpos de impresión notoriamente mayores que los demás encabezamientos.

*c) Subtítulos*—Parte del encabezamiento que sigue inmediatamente después del título principal y le sirve de complemento. Desde el punto de vista del diseño gráfico del periódico, los subtítulos se ubican no necesariamente después del título principal, al modo clásico, sino en aquel lugar de la página donde resulte más eficaz

desde un enfoque propio de la diagramación moderna. De acuerdo con la importancia de la información a que se refiere, es posible que haya más de un subtítulo. También se llaman *sumarios* en algunos países americanos.

*d) Intertítulos* (también llamados *ladillos*)—Títulos menores que se utilizan fundamentalmente para provocar separaciones dentro de un texto que se presenta excesivamente compacto y visualmente monótono. Originalmente, y de ahí viene el vocablo segundo, se situaban marginados a derecha o a izquierda de la columna del periódico, a un *lado* u a otro. Actualmente se colocan también dentro del texto y en el centro de la línea. Su función es precisamente la de reavivar la atención del lector a medida que avanza en la lectura de un trabajo periodístico de cierta longitud.

*e) Streamer o banderola*—Título que figura en lo alto de una página (y a veces se continúa en dos páginas sucesivas, par e impar) y que se extiende a lo largo de toda ella. Suele utilizar caracteres de tamaño medio, y sirve para unificar en la mirada del lector una o más páginas destinadas a un mismo asunto, pero donde tienen cabida una gran variedad de trabajos periodísticos, cada uno de ellos con sus propios títulos y encabezamientos particulares.

Aunque los encabezamientos responden a una notable variedad, aquí aparecen reflejados los más habituales en el periodismo impreso contemporáneo. Sobre esta material tiene gran influencia el concepto de diseño gráfico que cada periódico adopte como fórmula de diagramación.

### 2.5.2. Funciones periodísticas de los títulos

La función práctica de los titulares de los periódicos es triple: por un lado sirven para *identificar* los textos que encabezan; por otro lado sirven para *distinguir* los textos entre sí, mediante un mecanismo de ordenación, jerarquización y clarificación; en tercer lugar, estos encabezamientos sirven también para *despertar el interés* de los lectores. De estas tres funciones—que algunos filólogos han denominado, siguiendo un modelo clásico en el análisis lingüístico, funciones de *representación*, de *expresión* y de *apelación*—cada periódico establece en cada caso cuál es la que debe ser atendida en primer lugar. Hay ocasiones en que se pretende, sobre todo, des-

pertar el interés del lector—función *apelativa*. Otras veces, sin embargo, el periódico utiliza la titulación para ordenar jerárquicamente el conjunto de los acontecimientos que integran la actualidad informativa del día, ofreciendo al lector una visión globalizada de la realidad mediante el juego de los diferentes títulos, trabados entre sí en un sistema organizado que depende de la situación en la página y la extensión de sus espacios respectivos—función *expresiva* de la titulación periodística. Otras veces, los responsables del periódico emplean los títulos simplemente como signos que adviertan al lector de lo que realmente se van a encontrar en las líneas destinadas a este acontecimiento—función *representativa* o propiamente semántica del título respecto al texto: el título es el signo, el texto es el contenido o significado.

La realidad demuestra que estas tres funciones no son incompatibles entre sí, sino que más bien suelen coexistir en un mismo periódico y en un mismo día. Como norma general, sin embargo, puede aventurarse la siguiente conclusión orientadora sobre esta materia:

La función representativa, o de identificación de los textos, es el primer cometido que se señala a los títulos de los periódicos; a partir de ahí, los periódicos que buscan cierto grado de seriedad y credibilidad, se apoyan en la función expresiva—o de ordenación jerárquica de la realidad desde el enfoque valorativo de cada empresa—, mientras que las publicaciones sensacionalistas y declaradamente comerciales gustan de explotar el aspecto apelativo—llamar la atención de los lectores, cautivar su interés—que se puede encontrar en las técnicas de titulación.

### **2.5.3. Composición y articulación de títulos**

No hay técnicas de titulación de validez universal. La titulación periodística es un arte que tiene mucho que ver con la creación poética. Se ha postulado, incluso, la posibilidad de que exista una gramática especial para la titulación de los periódicos; es decir, unas normas gramaticales propias en las que las licencias expresivas cuenten desde el primer momento con el beneplácito y la tolerancia de los puristas, en lugar de enfrentarse con su acusación reprobatoria.

De todas formas, y de modo muy esquemático, en el estricto plano de unas recomendables sugerencias para uso de profesionales experimentados, valdría la pena tener en cuenta las siguientes normas cautelares:

(1) En los periódicos modernos, la titulación es una tarea sumamente delicada, reservada cada vez más a especialistas en estos menesteres. Estos especialistas trabajan en íntima conexión con los responsables máximos de la organización interna del periódico, el departamento editorial, situado bajo el control inmediato del director o redactor-jefe.

(2) Es norma de considerable utilidad que los autores de textos periodísticos encabezen sus trabajos con un borrador de posible título, con el fin de ayudar al trabajo definitivo de los responsables de esta actividad.

(3) Independientemente de las funciones teóricas que pueden descubrirse en la titulación de los periódicos, desde el punto de vista práctico inmediato puede afirmarse que sólo hay dos clases de títulos: los *indicativos* y los *explicativos*. Los títulos indicativos son los que se usan para encabezar los *comentarios* y demás artículos de opinión. Los títulos explicativos sirven para presentar los trabajos informativos que aportan datos y noticias, es decir, los *relatos*, tanto los rigurosamente informativos como los interpretativos.

(4) En la articulación material de los títulos, a la hora de poner por escrito el desarrollo literario de estos párrafos, es bueno tener presente como recordatorio estas sugerencias:

(a) un título es una noticia quintaesenciada que se presenta, en la medida de lo posible, como algo dinámico, algo que está sucediendo. Por este motivo es aconsejable el uso en el título de verbos activos en formas personales (siempre que estos verbos personales no dificulten la obligada concisión de estas líneas).

(b) un título es un recurso cautivador de la atención. Y para lograr este objetivo hay que recurrir a la concisión y a las apelaciones psicológicas hacia lo asombroso, lo mágico o lo espectacular.

(c) un título, desde un punto de vista deontológico, debe responder siempre a un dato verdadero. Por este motivo no se puede titular de forma arrebatadora si el texto al que se refiere el título no ofrece luego la constatación y explicación de lo que se anuncia en el encabezamiento del trabajo:

(5) Finalmente, no hay que olvidar que la titulación, aunque propiamente supone el empleo de una técnica literaria, en el momento actual del periodismo es sobre todo un procedimiento de expresión muy condicionado por las artes gráficas y por la creatividad en el diseño visual del diario.

## 2.6. Periodismo en profundidad: el relato interpretativo

Como ya quedó apuntado en el epígrafe 2.1—*El texto periodístico: normas generales*—son tres las actitudes psicológicas válidas en el periodismo de nuestros días: la información, la interpretación y la opinión. Para las dos primeras, el instrumento lingüístico habitual en el trabajo periodístico es el *relato*. Para la opinión hay que echar mano de la modalidad de creación literaria llamada *comentario*.

Hasta ahora hemos estado tratando del relato desde la perspectiva básica de la primera actitud psicológica, piedra angular de todo ese edificio conceptual llamado periodismo: la información. Las consideraciones acerca de esta primera modalidad de creación literaria han estado centradas, hasta este momento, en el llamado *relato informativo: lead*, cuerpo, estructura, utilización de fuentes, uso de citas y entrecomillados, referencia al lugar y momento preciso en que debe situarse el acontecimiento (*datelines*), etc. Cuando han sido estudiados algunas variantes especiales de relatos—epígrafe 2.3—y de modo particular los relatos periodístico-literarios (*features*), nos hemos encontrado ya con ciertos textos que desbordan el estricto reducto de la información, en cuanto actitud psicológica primera y fundamental en el trabajo periodístico, para adentrarse por otros terrenos, entre los cuales en ocasiones puede figurar la disposición narradora que da origen a lo que hoy se entiende en todo el mundo como periodismo en profundidad, periodismo interpretativo o *interpretative reporting*. Estamos todavía en el mundo literario del relato—*el relato interpretativo*—pero sus modos expresivos difieren en mayor o menor medida, según los casos, de los modos expresivos peculiares del relato informativo, tal como ha sido estudiado en este *Manual de estilo*. Por estas razones, y a la vista del importante papel que este modelo de periodismo está desempeñando en todos los países del mundo, será conveniente hacer algunas precisiones y sugerencias acerca del relato interpretativo.

### 2.6.1. Interpretación e información

El deslinde entre información, interpretación y comentario no ha estado siempre suficientemente claro para los profesionales del perio-

dismo. En 1953 se celebraron en Londres unos apasionantes debates organizados por el Instituto Internacional de la Prensa (IPI) con objeto de llegar a algún acuerdo acerca de lo que significan en el campo del periodismo conceptos como *interpretación*, *periodismo de explicación*, *reportaje en profundidad*, *análisis*, *comentario*, etc. En aquellas sesiones intervinieron periodistas de todo el mundo, singularmente de América y Europa, pero no se pudo llegar a ningún acuerdo definitivo acerca de estas cuestiones terminológicas. No obstante, desde 1953 quedaron fijadas las bases teóricas que han permitido después la delimitación de estos tres conceptos—información, interpretación y opinión—mediante los cuales se hace referencia a las tres actitudes lícitas, o disposiciones psicológicas correctas, en el ejercicio de la actividad periodística.

Uno de los protagonistas de estas controversias fue el norteamericano Lester Markel, presidente entonces del IPI y subdirector del suplemento dominical del *New York Times*, que tuvo ocasión de desarrollar sus puntos de vista en Londres como ya anteriormente lo había hecho en Estados Unidos en el Boletín de la ASNE (*American Society of Newspaper Editors*), en abril de 1953. El planteamiento de Lester Markel sobre esta cuestión se ha convertido, con el paso del tiempo, en la formulación más clara y más precisa para distinguir entre los tres conceptos en litigio. Sus puntos principales son los siguientes:

a) La interpretación es un elemento básico en las tareas informativas de un diario.

b) La interpretación es un *juicio objetivo* apoyado en los antecedentes, el conocimiento de la situación y el análisis de un acontecimiento (*objective judgment based on background, knowledge of a situation, appraisal of an event*).

c) El juicio editorial, por otra parte, es un *juicio subjetivo*; puede incluir un análisis de los hechos, pero en él figura un elemento distintivo y adicional, denominado impacto emotivo.

d) La opinión debe ser confinada, casi religiosamente, en la *sección editorial* del diario; la interpretación es parte esencial de las *noticias*. Es una distinción fundamental y nunca se hará un énfasis excesivo sobre ella.

e) Hay ocasiones en que resulta muy difícil diferenciar la *evaluación objetiva*, basada en antecedentes y hechos conexos con el acon-

tecimiento—*interpretación*—de la *opinión editorial*, que es un juicio subjetivo, una toma de posición, una exhortación. La regla de oro para estos casos puede ser ésta: el reportero interpretativo *explica*, mientras que los editorialistas y los columnistas *abogan*. Markel propone la siguiente regla empírica: Si el lector no puede determinar, a partir del texto publicado, cuál es la postura del periodista con respecto al tema o la personalidad de la que está tratando, la interpretación es entonces correcta. Si de la lectura del texto periodístico se deduce cuál es la toma de posición del periodista respecto al acontecimiento o persona, es muy probable que estemos ante un caso de opinión subjetiva y editorializante enmascarada en el periódico como si se tratara de un relato interpretativo, provocando de esta forma la confusión de los lectores acerca de la disposición psicológica del periodista.

Sobre el entramado de estos cinco puntos defendidos por Lester Markel en 1953 en los foros europeos, posteriormente se ha ido implantando en todo el mundo la teoría y la práctica del *periodismo interpretativo*. Este modelo de periodismo ya estaba siendo explicado en bastantes centros norteamericanos para la preparación de periodistas desde 1938. Pero su aceptación a escala mundial no tiene lugar hasta después de 1968—en los primeros años de la década de los setenta—, en buena parte como consecuencia directa de las corrientes innovadoras que se difunden por bastantes países del mundo occidental bajo el nombre común de *New Journalism*. Y entonces coinciden la corriente renovadora norteamericana del *In-Depth Reporting* con las propuestas europeas de la llamada *prensa de explicación*. El acuerdo que no fue posible en 1953 llegó como un hecho consumado y universal a partir de 1970.

### 2.6.2. Examen del relato interpretativo

El relato interpretativo o reportaje en profundidad va más allá de la simple superficie de los hechos para proporcionar al lector una información detallada acerca de los *antecedentes* del asunto, una *interpretación* basada sobre los hechos actuales y en los antecedentes y también un *análisis* de lo que estos hechos significan y lo que pueden presagiar para el futuro. Aparecen aquí diseñados los tres elementos básicos del relato interpretativo, tal como explican actualmente los teóricos del periodismo de interpretación, del periodismo de investigación y del periodismo de precisión: antecedentes (*background*), interpretación y análisis.



El relato en profundidad—*reporting in depth*—es el modo genérico de referirse a los tres modelos de relatos periodísticos que actualmente gozan de mayor prestigio en el mundo occidental: relatos interpretativos, relatos de investigación y relatos del llamado “periodismo de precisión”. Estos modelos se diferencian entre sí por los procedimientos de trabajo utilizado y por los fines que persiguen, pero desde el punto de vista de sus rasgos literarios estas diferencias no existen o son prácticamente irrelevantes. De tal manera que cuando estamos hablando, sin más, del relato interpretativo, todo lo que se dice es trasvasable al relato de investigación o al relato del llamado periodismo de precisión (también denominado en algunos sitios *periodismo científico*) en lo que se refiere a los modos de organizar los elementos literarios del texto y a la utilización de unos determinados recursos lingüísticos.

En el relato interpretativo no siempre se produce la acumulación de los tres elementos básicos anteriormente citados—*background*, interpretación y análisis. Es muy frecuente, por ejemplo, la simple adición de los datos antecedentes y de contexto (*background*) a los hechos actuales que provocan la aparición de la noticia: éste es el relato interpretativo más sencillo, el relato *background*. Otras veces se incorpora al relato únicamente un proceso de análisis o razonamiento de los hechos con una proyección acerca de sus consecuencias previsibles: tenemos entonces el trabajo de *análisis*. También puede hacerse una pura y simple valoración personal de los hechos, una pieza periodística destinada a la *interpretación*, en el que el escritor actúa como un experto en esta materia. Se entiende, sin embargo, que tanto la disposición de *análisis* como la de *interpretación* son más propias de columnas, o cualquier otro tipo de textos editorializantes, que de un verdadero relato interpretativo.

Lo deseable en el relato interpretativo, para que sea verdaderamente un reportaje en profundidad, es que reúna los tres elementos antes citados de forma acumulativa y siguiendo muy a menudo el orden establecido: *background*, interpretación y análisis. Lo que se pretende con estos relatos es profundizar acerca de uno de los elementos que constituyen el párrafo inicial de un texto informativo, el *por qué*. La razón hay que buscarla en la necesidad creciente que sienten los lectores de estar correctamente informados sobre todas las cosas de interés general: y una información correcta y adecuada supone no sólo contar *que ha ocurrido*, sino también *por qué* ha ocurrido y *qué se puede esperar* de este acontecimiento en días o meses sucesivos.

Cada uno de estos elementos tiene una significación propia que todavía despierta discusiones entre los teóricos y profesionales del periodismo acerca de lo que realmente debe entenderse en cada caso. Obviamente, estos problemas de atribución semántica se complican todavía más cuando hay que traducir los vocablos desde el idioma original en que se plantea el examen del este fenómeno informativo—en este caso Estados Unidos de Norteamérica—a una lengua cuyas coordenadas mentales sirven para reflejar comportamientos profesionales algo dispares—como es el caso de los países europeos y de los países hispanohablantes de América. Por este motivo, la significación que vamos a dar a estos tres conceptos básicos del relato interpretativo, a tenor del modelo original acuñado en Estados Unidos puede dar origen a alguna discrepancia semántica, de menor importancia, a causa de la aplicación particular que de este periodismo se está haciendo ya en diferentes regiones y países del mundo contemporáneo.

**a) *Background*:** todo el material subyacente y circunstancial relacionado con el hecho que origina la noticia. Aunque la traducción correcta y restrictiva de este vocablo inglés sería, simplemente, datos antecedentes, la práctica profesional en todos los países nos permite entender este *background* como la suma de los datos que constituyen los antecedentes del caso con el conjunto de referencias actuales que documentan el acontecimiento. En resumen: el *background* del relato interpretativo nace de la acumulación de los *antecedentes* con los elementos de actualidad que forman parte de su *contexto* contemporáneo y circunstancial.

**b) *Interpretación*:** explicación personal y valorativa que realizan expertos o testigos cualificados de los acontecimientos que originan la noticia. Estas valoraciones subjetivas pretenden precisar cuál es la profunda significación de estos hechos, qué significan estos datos. Entre estas valoraciones subjetivas pueden estar—pero siempre con cautelas y con total honestidad y transparencia—las propias explicaciones del periodista, en la medida en que el periodista puede ser un testigo presencial, un experto cualificado en los asuntos de que trata el relato, o ambas cosas a la vez. Es importante, sin embargo, que el juicio valorativo del periodista aparezca formulado de modo tal que no se confunda con las valoraciones de los expertos consultados, ni tenga la forma literaria propia de un texto editorializante.

c) **Análisis:** conclusión objetiva a la que se puede llegar a partir de la consideración reflexiva de los hechos ocurridos, sus antecedentes y elementos circunstanciales, y las interpretaciones facilitadas por los expertos consultados. Esta conclusión se debe considerar *objetiva* en la medida en que se entiende—un tanto utópicamente—que es el resultado al que llegaría por sí mismo un lector atento a todos los datos explicativos y valoraciones de expertos que han ido apareciendo a lo largo del relato. Los buenos relatos interpretativos deben incluir en su análisis una previsión de las consecuencias más importantes que pueden derivarse de los hechos que han promovido este trabajo periodístico. No hay que olvidar que uno de los estímulos más poderosos para la lectura de relatos interpretativos es el interés del público por encontrar explicaciones lógicas y coherentes a las que cosas que pasan y saber a qué atenerse respecto al futuro. Juegan aquí las dos satisfacciones humanas que los psicólogos señalan como principales motivos para la lectura de periódicos: la *satisfacción inmediata* (saber qué ha pasado y por qué) y la *satisfacción retardada* (qué nuevas cosas pueden suceder a partir de estos hechos que hoy nos preocupan).

### 2.6.3. Estructura del relato interpretativo

La estructura interna del relato o reportaje interpretativo pasa por las siguientes fases: (1) tesis, punto de vista o juicio de valor como párrafo inicial, o *lead* del reportaje; (2) acumulación de datos que avalan y justifican la tesis inicial, ordenados de forma lógica de acuerdo con el tipo de relato interpretativo que se pretende en cada caso: *cuerpo* del reportaje; (3) *conclusión* del relato, párrafo final que se plantea como un refuerzo argumental de todo el trabajo periodístico.

#### (1) *Lead: punto de vista, esbozo explicativo, tesis del equipo de redacción*

Frente al diagrama de la pirámide invertida—de probada eficacia en los relatos estrictamente informativos—, el relato interpretativo arranca con un planteamiento intelectualmente agresivo, aunque la mayor parte de las veces esta agresividad es más implícita que manifiesta.

El relato informativo trabaja con el esquema intelectual siguiente: “Este acontecimiento interesa al lector del periódico por razón de los factores de la noticia que están presentes en el primer párrafo del

texto—*lead* del sumario, o de las 5 *W's* más el *how*". Por el contrario, el relato interpretativo se sitúa en un plano intelectual diferente, que puede responder al siguiente esquema: "Usted, lector, ya tiene algún grado de conocimiento de la noticia de la que aquí se trata, porque lo ha oído por radio, lo ha visto por televisión o es posible que haya recibido alguna información fragmentaria sobre el asunto por parte de alguna persona en una comunicación oral: vecino, miembro de su familia, compañero de trabajo, etc. No obstante, de esta noticia que usted conoce vagamente en sus rasgos más superficiales, aquí podrá encontrar la explicación profunda de sus causas y una proyección hacia el futuro que le permitirá entender las consecuencias de esta noticia para usted y para el cuerpo social de que forma parte: ciudad, provincia, país, comunidad supranacional, etc".

Este planteamiento intelectual en el origen mismo del trabajo interpretativo hace que el párrafo inicial encierre un punto de vista editorial en el comienzo del relato, un juicio de valor que se sitúa en el arranque del texto y que es la piedra angular sobre la que se construye todo el edificio del reportaje interpretativo. Que se trate de un *punto de vista editorial* no quiere decir, en este caso, que se trata de un trabajo periodístico que refleje una opinión o comentario editorial: no se trata de *algo en lo que se cree* y por lo cual se toma partido, sino que es un juicio objetivo y analítico que permite *saber* algo con cierto grado de certeza moral como resultado de los datos y referencias documentales que han sido aportadas en la preparación de este texto periodístico. Punto de vista editorial significa aquí, sencillamente, la deducción seria y razonada a la que ha llegado el equipo de periodistas—o el periodista singular cuando actúa individualmente—, deducción que permite dar una explicación convincente a los diferentes hechos que concurren en el entramado social y físico de una noticia. Lo que diferencia este relato interpretativo del relato objetivo—o estrictamente informativo—es que en el caso del relato interpretativo la explicación de los hechos—el *por qué* y tal vez el *cómo*—se ofrecen como materia principal del párrafo de arranque, olvidando los demás ingredientes que deben estar presentes en el *lead* del sumario: *quién, qué, cuándo, dónde...*

Por este motivo, los teóricos del relato interpretativo insisten machaconamente en que el dispositivo de la pirámide invertida no es apropiado para el *lead* del reportaje informativo. La preocupación del reportero—o en su caso del equipo de reporteros—es precisamente la de organizar el caos de datos y de testimonios que han

pasado por sus manos y resumir todo ese material en un *esbozo*, o punto de vista en el que aparezca condensada la explicación última que pone orden en la confusión producida por la acumulación de datos y de referencias documentales. La pirámide invertida—dicen—no sirve para el relato interpretativo porque su propósito no es ofrecer al lector un resumen esquemático de las noticias, como una píldora concentrada. El lector de relatos interpretativos quiere entender la noticia en toda su complejidad y a menudo dedica a la lectura de estos textos el tiempo libre de su ocio, una vez que acabó su jornada laboral.

En el diseño teórico de cómo se debe elaborar este punto de vista editorial, tesis o esbozo, que se va a utilizar como *lead* de estos relatos, aparecen claramente delimitados tres pasos recomendables antes de llegar a la formulación definitiva del párrafo inicial: (1) un reportero o equipo de reporteros busca las noticias donde se producen; (2) un investigador documental (o redactor) estudia y enriquece con nuevos datos de archivo los hechos aportados por los reporteros, los comprueba y los verifica; (3) todo este material es objeto de una primera redacción en un texto que se somete a la aprobación del jefe de sección o jefe de este particular equipo de reporteros y redactores. A partir de este texto, y normalmente tras una discusión en grupo, se formula el esbozo o punto de vista editorial. Y esta tesis o explicación, reescrita de nuevo en estilo muy directo y a veces agresivo, constituye el *lead explicativo* del reportaje en profundidad, distinto, como se comprende fácilmente, del *lead del sumario* propio del reportaje objetivo o estrictamente informativo.

La dificultad y el riesgo que subyace en este proceso es evidente: que en la formulación del esbozo o punto de vista editorial, el equipo de reporteros se deje arrastrar por sus prejuicio y deseos, en lugar de ordenar racionalmente el caos de datos y deducir una conclusión desapasionada. En estos casos, en lugar de periodismo de interpretación se estará ofreciendo al lector un periodismo de opinión, un texto editorializante. Con la circunstancia, altamente peligrosa para la credibilidad de periódicos y de periodistas, de que se está engañando al lector. Este engaño—ofrecer opinión en lugar de interpretación—puede hacerse honradamente, sin ánimo de confundir. Pero el resultado final será el mismo, porque si el lector se siente engañado pierde su confianza en el periódico y se aleja de él. Cuando la buena voluntad de periodista no se apoya en un conocimiento teórico y serio de su profesión, el resultado puede ser tan malo como cuando

el periodista busca deshonestamente engañar a sus lectores por las razones que sean: dinero, soborno, adscripción militante a grupos políticos, etc.

**(2) *Cuerpo del relato: exposición acumulativa y ordenada de los datos***

Se ha dicho que el cuerpo del relato interpretativo está constituido por un *montón de ladrillos*, es decir, una acumulación de hechos, afirmaciones, opiniones de entrevistados y todo el material resultante de una investigación periodística hecha con rigor y profundidad. Lo que importa, sin embargo, no es tanto la acumulación indiscriminada de todo el material acarreado, sino que estos ladrillos sean ordenados de acuerdo con el razonamiento lógico que permitió la elaboración de la tesis o esbozo explicativo que aparece formulado en el *lead* del relato.

La finalidad de esta parte del relato, el *cuerpo*, es razonar la argumentación expuesta en el *lead*. Resulta de gran importancia, por tanto, el orden utilizado para la colocación de los sucesivos ladrillos. Es conveniente también que haya cierto paralelismo entre la distribución de los datos del cuerpo y el orden expositivo del párrafo o párrafos que constituyen el *lead*. Otras veces, sin embargo, y con objeto de conseguir una mayor claridad, puede ser preferible el orden cronológico de los acontecimientos, aunque este orden no se corresponda con la secuencia lógica del párrafo primero. Lo que importa, por encima de todo, es que la disposición sucesiva de los datos acumulados responda a una idea previamente marcada, con objeto de que todos los componentes del cuerpo contribuyan a robustecer la explicación esbozada en el *lead*.

Dentro del cuerpo del relato interpretativo, especialmente en los reportajes interpretativos completos—es decir, los que no persiguen únicamente la presentación de los datos del *background*, de la interpretación o del análisis, tal como se vio anteriormente en el epígrafe destinado al examen de estos relatos (2.6.2)—, es de suma importancia que el equipo de reporteros organice todo su trabajo formando paquetes diferenciados con estos cuatro sumandos, cada uno de ellos con su peculiar cometido dentro de la organización final del caos informativo:

(a) Presentación suficiente de los *hechos actuales* que dan origen al trabajo periodístico. Dicho de otra manera: el primer paso para un

reportaje interpretativo es la elaboración de un reportaje objetivo al modo tradicional, con acarreo y explicación de los hechos superficiales que concurren en una noticia.

(b) Recogida de todos los ingredientes que constituyen el *background* del acontecimiento; es decir, todo el material subyacente y circunstancial relacionado con la noticia. En este sumando hay que incluir no solo los *antecedentes* del caso—lo que propiamente constituye en su dimensión original el concepto de *background*—, sino también las referencias actuales que documentan el acontecimiento, el *contexto* o datos de la situación actual. Todo este acarreo de material es absolutamente imprescindible para la elaboración de un relato interpretativo deontológicamente correcto, y de una forma global responde a esa fase del proceso del periodismo de todos los tiempos que se llama investigación documental o *documentación*: archivos, anuarios, bancos de datos, enciclopedias, registros públicos, correspondencias privadas, etc. Podríamos sintetizar este apartado de la siguiente manera: el sumando denominado *background* es el resultado de la acumulación de los *antecedentes* y de los datos del *contexto* actual; este *background* será tanto más fiable y revelador cuanto más rigurosa y profunda haya sido la tarea de documentación llevada a cabo por los investigadores del equipo o por el propio reportero individual.

(c) Recolección ponderada de juicios y opiniones que estos acontecimientos merecen a los expertos en estas cuestiones y a los testigos cualificados: este sumando recibe el nombre de *interpretación*. Es un ingrediente más que debe ponerse al lado de los otros, pero el valor de este sumando depende de la cualificación de los juicios personales a los que se haya tenido acceso, depende del prestigio y de la autoridad moral o científica de los expertos que emiten sus juicios personales. La interpretación del propio periodista también puede ser utilizada, sobre todo si realmente él es un experto en el asunto de que se trate. Pero el juicio personal del periodista, o del equipo de redacción, debiera ser el juicio con menor peso dentro de la ponderación global de las diferentes valoraciones personales.

(d) *Análisis* final o conclusión objetiva a la que se puede llegar como resultado del estudio pormenorizado de los hechos recientes, los antecedentes del caso, las referencias actuales que rodean la noti-

cia y la interpretación facilitada por los expertos en estos asuntos. Este análisis, como ya se ha indicado anteriormente, es aconsejable que ofrezca una previsión de las consecuencias futuras deducibles de los hechos que se narran. En la medida en que la meta última de todo el relato interpretivo es la formulación de esta conclusión objetiva—la conclusión a la que llegaría por su propio esfuerzo cualquier lector desapasionado que tuviera todos los ingredientes del caso ante su vista—, lo normal es que el *lead explicativo*, o esbozo del punto de vista del relato interpretativo, haga una referencia muy clara y directa a este resultado final o análisis del problema. La conclusión se presenta, desde el punto de vista intelectual, como el fallo de una sentencia judicial, una vez que han sido debidamente valorados todos los sumandos; es decir: los hechos comprobados y los considerandos doctrinales que son pertinentes con el caso particular.

El orden expositivo de estos sumandos dentro del cuerpo del relato no debe ser necesariamente el aquí expuesto, pero en caso de duda es preferible este orden a cualquier otro, porque responde al orden lógico de las fases inevitables en todo proceso de investigación: hechos recientes, *background*, interpretaciones de expertos y análisis o conclusión final.

### ***(3) Conclusión: párrafo final como refuerzo del punto de vista original***

El análisis o fallo final representa la conclusión del reportero o equipo de reporteros. Normalmente aparece situado dentro del cuerpo del relato. En estos casos, vale la pena rematar todo el trabajo periodístico con un párrafo final, a modo de conclusión, que venga a repetir la tesis expuesta en el *lead* o esbozo explicativo. De esta forma, el punto de vista del equipo editorial vuelve a quedar consolidado, cerrando el discurso del relato con la misma idea clave que aparece al principio recogida en el *lead*. De todas formas, hay que evitar la repetición machacona. Lo cual significa que el reportero deberá estudiar previamente el lugar preciso en que va a situar el análisis o conclusión final dentro del relato: bien en el *cuerpo*, bien en el párrafo último. Si decide situarlo en ambos sitios—en el cuerpo y en el párrafo final—es conveniente que haya algún otro elemento interpuesto que sirva de separación entre ambos párrafos explicativos y evite la redundancia.

Como resumen de todo lo dicho, vale la pena recordar que el relato interpretativo constituye una unidad compleja que debe ser cuidada-



dosamente preparada. Frente al reportaje informativo de tipo tradicional (que, en caso de exigencias de espacio, se puede cortar siempre por abajo despreciando los últimos párrafos, de acuerdo con el esquema mental que presida el desarrollo de la pirámide invertida), en el relato interpretativo todo debe estar medido y calculado. Acortar un relato interpretativo puede ser en ocasiones una tarea realmente difícil que ha de encomendarse al mismo periodista que lo escribió, porque no vale aquí el recurso de cortar por detrás. Hay veces, en efecto, en que el último párrafo, como elemento reforzador del esbozo explicativo, tiene tanta importancia como el *lead*.

#### 2.6.4. Sugerencias prácticas para escribir relatos interpretativos

Un profesor norteamericano especializado en el periodismo en profundidad, Neale Copple, expone el siguiente repertorio de sugerencias prácticas para los periodistas que quieren escribir relatos interpretativos, investigativos o de “periodismo de precisión”:

*a)* Tenga siempre presente su *esbozo*—o punto de vista explicativo—y no lo abandone. Su relato pelagra si se dedica a dar vueltas alrededor de este esbozo pero no lo razona o argumenta debidamente dentro del texto.

*b)* Escriba un *lead* que sea razonablemente bueno y que le permita desarrollar su punto de vista durante todo el relato.

*c)* Anote los puntos importantes que haya que destacar en algún momento del relato.

*d)* Hable consigo mismo y discuta hasta estar seguro de tener situados todos los puntos importantes en el orden en que aparecerán definitivamente en el reportaje. El mejor orden expositivo es aquél en que los puntos importantes parecen que llegan naturalmente y como arrastrados por su propio peso.

*e)* Busque un *final*. Quizás este párrafo resulte suprimido en la versión definitiva, pero al periodista le sirve de mucho saber a dónde va.

*f)* Escriba anticipadamente el *final*, si cree que esto le va a ayudar.

g) Preocúpese por el punto culminante (*clímax*) de su relato. Procure que su narración no decaiga después de haber destacado el punto principal.

h) Tenga cuidado con los pasajes pesados. Busque el procedimiento de darles brillo con algunas anécdotas y algunos buenos ejemplos.

i) Tenga en cuenta aquellos lugares de su relato que van a precisar de ciertas transiciones. En los relatos complicados, si usted pierde al lector por falta de una buena transición, es como si no usted no hubiera escrito el reportaje.

## 2.7. Consideraciones sobre los textos de opinión

Los textos periodísticos hasta aquí analizados han sido los *relatos*, en sus dos grandes especialidades dentro del periodismo contemporáneo: el *relato informativo* y el *relato interpretativo*. Pero el trabajo periodístico no se limita a la elaboración y escritura de relatos, sino que dentro de sus cometidos habituales figura también la redacción de textos que sirven para expresar la opinión del periódico o la opinión de ciertos periodistas especialmente cualificados: estos textos para la opinión (tanto la colectiva del periódico como la individual de un columnista o un crítico) reciben globalmente el nombre de *artículos de comentario* o, simplemente, *comentarios*. Desde el punto de vista de la producción literaria, los textos periodísticos se agrupan en dos grandes apartados o mundos creadores: el mundo del relato y el mundo del comentario.

Mientras que los *relatos* son textos a los que es exigible una preocupación psicológica, por parte de periodista, dirigida al logro de cierto grado de *objetividad* (entendida esta objetividad como un valor límite, una disposición honrada de no proyectar intencionalmente en el texto las propias creencias del periodista), los *comentarios* se mueven en un mundo en el que el periodista proyecta intencionalmente sus propios deseos en el texto que escribe, de tal manera que su discurso es más bien una forma de actuar encaminada a modificar de alguna manera la realidad social a la que se refiere. El comentario responde, por tanto, a un discurso comprometido que busca cambiar el mundo en un grado más o menos importante. Esta actitud de los

periodistas y de los periódicos no sólo es lícita, sino que forma parte muy destacada de la mejor tradición del periodismo en el mundo occidental. El único requisito que condiciona este comportamiento es que el compromiso aparezca nítidamente manifestado ante los lectores, para que éstos sepan siempre distinguir en las páginas del periódico entre el *mundo del relato* y el *mundo del comentario*.

De forma muy esquemática puede decirse que los relatos periodísticos sirven para describir cómo es la realidad, qué pasa en el mundo. Por el contrario, los comentarios periodísticos sirven, con mayor o menor éxito, como instrumentos para *cambiar el mundo* y en ocasiones también para intentar *cambiar la vida* (de acuerdo con el viejo sueño de la utopía ácrata que anida más o menos oculta en el corazón de buena parte de los periodistas).

Es importante, por consiguiente, que en el trabajo periodístico estén perfectamente delimitadas las dos funciones y los dos mundos. Desde una consideración propia de una perspectiva de gran amplitud histórica, se puede hacer una sencilla autocrítica colectiva que abarque a todos los países latinos de Europa y de América y confesar que esta delimitación de campos no ha sido siempre correctamente establecida en nuestros periódicos y demás medios para la comunicación periodística. Este fallo histórico se detecta en casi todos los países de América que hablan español o portugués, pero éstos a su vez no han hecho otra cosa que recoger un vicio cuyo nacimiento hay que situarlo en los países latinos de Europa: España, Francia e Italia. Puede decirse, sin embargo, que una de las consecuencias indirectas del debate internacional (señalado anteriormente en el epígrafe 2.6.1) a propósito del deslinde entre información, interpretación y opinión, ha sido curiosamente el trasvase de esta preocupación de ética profesional a regiones del mundo cuyo periodismo no se había planteado todavía la adecuada reflexión colectiva en torno a estas cuestiones. Otro factor que también ha contribuido en los últimos años a este cambio de mentalidad entre los periodistas latinos de todo el mundo es la creciente presencia de escuelas y facultades universitarias de periodismo en estos países. Se ha producido en ellos una toma de conciencia generalizada que en gran medida ha sido propiciada por cursos académicos y debates entre profesionales y teóricos del periodismo. Y sus resultados más inmediatos han repercutido directamente en el terreno concreto de las actitudes y comportamientos de los periodistas, tanto desde el enfoque técnico como desde la consideración de los problemas propios de una ética profesional.

Es un lugar común dentro los profesionales y teóricos de la comunicación que el periódico—como los demás medios de comunicación periodística del mundo contemporáneo: radio y televisión, fundamentalmente—es un intérprete de la realidad y el trabajo periodístico un método de interpretación periódica de la realidad social. Esta interpretación, sin embargo, se desarrolla en un doble plano: en un primer plano, la interpretación periodística nos permite decir que ha ocurrido tal cosa en un sitio determinado o que cierto personaje ha dicho esto o aquello. Y este primer producto de la interpretación periodística es lo que comúnmente se entiende por información, plasmada en un *relato* objetivo o en un relato más declaradamente interpretativo de esa realidad. Pero existe después otro plano para que el periódico siga actuando como intérprete de la realidad—la interpretación de segundo grado: en este plano, el periódico sitúa el acontecimiento dado como noticia dentro de un determinado marco social y dice cuál es su trascendencia, si está bien o mal, qué efectos favorables o contrarios son previsibles. Y este segundo producto del periódico como intérprete de la realidad es lo que se llama corrientemente opinión, y se plasma en una muy concreta modalidad literaria que recibe el nombre de *comentario*. Pero relatos y comentarios son actividades humanas inseparables, como el anverso y el reverso de una moneda, dentro del periodismo. Hasta el punto de que el ideal periodístico es que un mismo ejemplar de una publicación pueda ofrecer los dos planos de esta labor interpretadora de la realidad que el periódico está llamado a hacer al servicio de sus lectores.

El papel del periódico como productor de textos de opinión está siendo valorado cada vez más en los tiempos modernos, hasta el punto que ciertos teóricos de la comunicación afirman que los comentarios son los únicos mensajes verdaderamente originales de un periódico. Sin embargo, estos mensajes originales son escasos ya que la tarea ordinaria de los periódicos es la de actuar como intermediarios: el periódico moderno se especializa en recoger e interpretar la información recibida de otras fuentes, para transmitirla después—mediante un ulterior proceso de nueva interpretación—a otro grupo de receptores. Pero el texto de opinión, el *comentario*, es realmente un mensaje original y propio de cada periódico. De ahí su enorme importancia en las sociedades actuales: los comentarios son mensajes claramente atribuibles a un periódico determinado (o a un sistema productor de textos de opinión, como puede ser el equipo editorial) y la sociedad tiene derecho a saber quién o quiénes son los

autores responsables de este mensaje verdaderamente original. Y por este motivo, uno de los cánones fundamentales del periodismo hecho con criterios de responsabilidad social establece el principio de la total y perfecta delimitación entre las dos funciones, es decir, entre los dos planos en que se mueve la actividad del periódico como intérprete de la realidad: todo diario debe precisar claramente qué mensajes son auténticamente suyos—es decir, un material original y propio: *comentarios* o textos de opinión, en una palabra—y qué mensajes aparecen allí como resultado del acarreo selectivo que el periódico realiza en su papel de intermediario entre las fuentes de las noticias y los receptores del periódico.

La labor editorializante, la tarea de escribir textos de opinión, representa el cierre del círculo dentro del cual se desenvuelve la actividad del periódico como intérprete autorizado en quien la sociedad delega su derecho a explicar la realidad del mundo que afecta a los lectores. El periodismo, como explican profesionales y científicos, es en sí mismo todo un método de interpretación de la realidad. Primero, porque escoge entre todo lo que pasa aquello que considera interesante (*reporterismo*). Segundo, porque traduce a lenguaje inteligible cada unidad que decide aislar (*relato informativo*) y además distingue en este relato aquellos ingredientes que ofrecen más interés para los lectores (mediante el uso adecuado del *lead*, del diseño y de los recursos de la *titulación*), diferenciando estos elementos de los otros elementos de la noticia de menor importancia. Y tercero, porque además de transmitir unos textos como relatos puramente informativos, elige otros asuntos como objeto de un tratamiento preferente (*relatos interpretativos*). Finalmente selecciona los temas de mayor envergadura y trascendencia social para reflexionar y exponer sus conclusiones ideológicas en relación con estas cuestiones (*editoriales* y demás textos para la opinión, o *comentarios*).

Esta labor de editorializar acerca de la realidad, este conjunto de textos diversos mediante los cuales periódicos y periodistas se proyectan intencionalmente sobre lo que ocurre con el ánimo declarado de cambiar el mundo, se manifiesta desde el punto de vista de la producción literaria en cuatro modalidades principales del comentario: el *editorial*, las *columnas* (o comentarios firmados), los artículos de crítica sobre asuntos de importancia cultural (*críticas*) y los espacios que los periódicos reservan a las llamadas *tribunas libres*. Hay otras modalidades del comentario en las páginas de los diarios, pero estas cuatro variantes aquí señaladas son las que están

más presentes, de forma continuada, en los periódicos de nuestros días. Puede decirse, por tanto, que estas cuatro son las manifestaciones literarias más importantes para la escritura de textos de opinión en el periodismo contemporáneo.

### 2.7.1. Editoriales

El *artículo editorial*—que en algunos países se llama todavía *artículo de fondo*, a causa del lugar que solía ocupar en las antiguas primeras páginas—es la manifestación de la conciencia del periódico acerca de las noticias que publica. Desde hace aproximadamente un siglo, en el periodismo de alto sentido ético se considera que esta toma de posición editorial es una obligación ineludible del periódico, puesto que se reputa como algo inmoral que el periódico se esconda detrás de la aparente neutralidad de las noticias para disimular ante el lector sus propios planteamientos ideológicos.

Así enfocado este género rigurosamente periodístico—el *editorial*—, todos los especialistas de estas cuestiones coinciden en afirmar que el papel señalado al editorialista es el de ayudar a los lectores a entender mejor la realidad: “El reportero ayuda a los lectores a *saber*; el editorialista les ayuda a *entender*”. Así formulaba en 1962 el Comité de Periodismo Moderno—un grupo de autores norteamericanos integrado por profesores y periodistas profesionales y creado con la finalidad de ofrecer una exposición clara de los principios fundamentales del periodismo—cuál es el cometido básico de la actividad del equipo editorialista. Y en esa misma línea de pensamiento podemos ofrecer una definición aproximada del *editorial* en estos términos:

Artículo periodístico sin firma que explica, valora y juzga un hecho noticioso de especial importancia. Este juicio colectivo e institucional se formula de acuerdo con una convicción de orden superior que refleja la postura ideológica de cada periódico.

La actitud práctica del periódico, cuando decide publicar sus artículos editoriales, equivale a un gesto que ha sido comparado con la voz audible de su equipo responsable que se dirige a los lectores para decirles: “Estos son los asuntos más importantes del día sobre los que deseamos llamar su atención y acerca de los cuales queremos exponer nuestro parecer y nuestro juicio particular, con objeto de que puedan conocer con toda claridad cuál es la línea política del equipo humano—empresa y redactores—que hacemos este periódico”.

Pero estos cometidos del editorial quedan mejor explicados si se analizan las cuatro funciones propias del editorialismo, de acuerdo con una formulación clásica que todavía conserva parte de su vigencia:

**a) Explicar los hechos.** El editorialista puede explicar a sus lectores en la forma que quiera la importancia de los sucesos del día. Puede convertirse en una especie de maestro de escuela que explica cómo ocurrió un hecho, qué factores intervinieron en el cambio de actitud del gobierno o en qué forma unas nuevas medidas afectarán a la vida social y económica de una comunidad.

**b) Dar antecedentes.** Además de reconocer la importancia del hecho, el editorialista debe procurar ponerlo en su contexto histórico, es decir, relacionarlo con lo que haya acontecido anteriormente. Al analizar la tendencia a corto plazo de los acontecimientos, procurará poner en claro la continuidad de los negocios públicos. Señalará la relación entre acontecimientos separados, sean políticos, económicos, sociales, etc. Habrá veces en que presentará un panorama más amplio y en que ofrecerá devastadores paralelismos históricos que en lo general instruyen y orientan el criterio del lector.

**c) Predecir el futuro.** Después de analizar los acontecimientos presentes, el editorialista siente la tentación de dar el siguiente paso: predecir, partiendo del hoy, los acontecimientos del mañana...

**d) Formular juicios.** Desde tiempo atrás, los editorialistas son guardianes no oficiales de la conciencia pública. Se supone que deben tomar partido y defender su postura, como cualquier otro intelectual. De aquí que los editorialistas se ocupen de juicios morales, de lo que los filósofos llaman “juicios de valor”. Informan a sus lectores de lo que está bien y de lo que está mal en el mundo. Defienden el bien y luchan por él.

(William M. Pinkerton, en *Nieman Reports*)

Estas cuatro funciones fueron desarrolladas en un momento preciso—a finales de los años 50—en que todavía se debatía si debía admitirse o rechazarse la práctica del *relato interpretativo* dentro de los diarios, tal como ha sido explicado en el epígrafe 2.6.1. Estas cuatro funciones, así expuestas, podrían también ser aplicadas no sólo a la función editorialista de los diarios, sino también a la labor

específica del llamado periodismo interpretativo, que se concreta en el producto literario denominado relato interpretativo: explicación de hechos, recogida de antecedentes, predicción de consecuencias futuras, emisión de juicio de valor. Vemos una vez más la dificultad de deslindar en la práctica la función rigurosamente interpretativa del periódico—que desemboca en relatos publicados en las páginas de las noticias—de la función claramente destinada a la producción de mensajes de opinión “que debe ser confinada, casi religiosamente, en la sección editorial del diario” (véase el epígrafe citado).

De todas formas, y la medida en que el periodismo es una actividad en la que hay que confiar siempre en el sentido común y en la prudencia de los responsables en cada momento, puede decirse que la enumeración aparecida en el *Nieman Reports* es claramente aprovechable todavía en nuestros días, siempre que quede perfectamente delimitado el campo de la actividad editorialista frente a la función del periodista como reportero interpretativo. Y vale la pena recordar aquí nuevamente la regla de oro propuesta antes para deslindar *evaluación objetiva*—propia del relato interpretativo—de *opinión editorial*—propia del comentario.

La evaluación objetiva está basada en antecedentes y hechos conexos con el acontecimiento y busca simplemente ofrecer una *explicación* de la realidad. La opinión editorial es un juicio subjetivo, una toma de posición, una exhortación mediante la cual el editorialista *aboga* a favor de un punto de vista particular. En el caso del relato interpretativo, el punto de vista se ofrece como una explicación no intencional ni subjetiva de los hechos. En el caso del comentario, el punto de vista se presenta como una toma de posición subjetiva y declaradamente intencional que postula cierto grado de repuesta en algunos lectores para producir un cambio de la realidad social, para mejorar el mundo.

Pero de todas formas, y como norma práctica de eficacia siempre segura, cuando un texto periodístico provoque dudas acerca de su carácter interpretativo o editorializante, es preferible publicarlo en las páginas de la sección editorial y resolver la duda a favor de la claridad y limpieza de juego del periódico ante sus lectores. En estos casos, además, si la pieza periodística responde a unos criterios no institucionales y propios del periódico, sino personales de un periodista, existe la obligación deontológica de que aparezca consignada la firma del autor.