

EL «TEXTO» DE LA NOTICIA (16)

EL REPORTAJE AMPLÍA LA NOTICIA Y LA SIRVE CON FIRMA Y OPINIÓN

En el periódico se pueden distinguir tres grandes componentes: la información, la opinión y la publicidad. En el documento anterior comenzamos a analizar la primera de las cinco variantes que llevan consigo los textos informativos: noticias, reportajes, crónicas, entrevistas, servicios. Efectivamente, nos hemos referido a la noticia y distinguimos, al menos, dentro de ella, tres modalidades: noticias de ayer, de hoy, de mañana. Ahora vamos con la segunda variante de la información: el «reportaje», en el que se mezclan de algún modo los aspectos informativos con la opinión que le merecen los hechos a quien lo escribe.

1. EL REPORTAJE LLEGA DESPUÉS

La palabra viene del latín «re-portaje» (portare = traer; re = de nuevo) que, en nuestro caso, significa traer de nuevo una noticia. La etimología es interesante, ya que precisamente eso es un reportaje: hablar, escribir, volver de nuevo sobre una noticia que llegó rápidamente al periódico, a veces incluso sin muchos detalles. Después llega el reportaje: alguien que estaba allí, más o menos cercano al lugar de los hechos, nos envía una información y su opinión sobre lo que realmente ha sucedido. Los periódicos con gran estilo no se contentan nunca con dar solamente la noticia: necesitan comprobarla, ampliarla y para ello cuentan con periodistas reporteros en los sitios principales del mundo o, en todo caso, compran a las agencias reportajes que nos cuentan con detalle qué ha sucedido allí.

2. AMPLÍA LA NOTICIA

Lo primero que pretendemos saber cuando pasa algo es eso: ¿qué ha pasado? Después, inmediatamente queremos saber más: cuándo, dónde, cómo, por qué, quién. A eso viene el reportaje: a damos más información, corrigiendo a veces la anterior o aumentando detalles. No tienes más que fijarte, por ejemplo, en el estilo rápido de la radio que da la noticia y, enseguida, conecta con un enviado especial que nos ofrece un pequeño reportaje de lo sucedido. Así pasa también en el periódico: en primera plana, por ejemplo, nos dan la noticia; pero nos envían a una página interior, donde nos amplían detalles. Los reportajes, por tanto, ofrecen casi siempre una ampliación de la noticia o insisten en detalles que la brevedad y rapidez con que se da la noticia no permite pararse a fondo.

3. RECOGE OPINIONES

Efectivamente, después de que suceden unos hechos, enseguida comienzan las opiniones de todo el mundo. Muchas de ellas constituyen a veces parte de la noticia y otras nos ayudan a entenderla mejor o ver qué reacciones ha producido en los que se sienten afectados por ella. Pero, y esto hay que tenerlo muy en cuenta, «las noticias suceden»; en cambio, «los reportajes se hacen», respondiendo a la curiosidad de la gente que quiere saber más sobre lo que ha sucedido. Esto nos ayuda a pensar que las noticias no son algo aislado y que, a veces, es más interesante la repercusión que provocan que el mismo hecho de la noticia. Dicho de otra forma: las noticias son noticias porque interesan a la gente; y el recoger esos intereses y la reacción que llevan consigo, es también un objetivo importante del reportaje.

4. TIENE FIRMA PROPIA

Y en esto se distingue también de la simple noticia que, en todo caso, sólo lleva el nombre de la agencia que lo sirve o de la

misma redacción del periódico. Y es natural: para hacer un reportaje hace falta ir allí o establecer una conexión directa con el centro de la noticia, preguntar, investigar, hacer fotos, escuchar opiniones y, por supuesto, emitir también la propia opinión de cuanto allí ha sucedido. Para hacer estos reportajes, los periódicos se sirven de «enviados especiales» o conectan con periodistas profesionales que están en ese sitio y venden información a los distintos medios de comunicación en el mundo. Por eso, a veces, los reportajes son tan rápidos que, en el mismo día, el periódico nos sirve una noticia y, al lado, ya tienen un reportaje que nos ofrece información + opinión de lo que ha sucedido.



— ACTIVIDADES —

1. Lo más difícil, sin duda, para muchos alumnos es el distinguir con claridad entre la noticia, el reportaje y el artículo de opinión. Para un periodista es fácil; pero es necesario ayudar al alumno a que comprenda en qué consiste esta modalidad periodística que participa de la noticia y de la opinión, pero es algo distinto de ambas.
2. Para ello puede comenzarse recogiendo noticias diferentes de primera página y después buscar en el interior del periódico reportajes sobre esa noticia y artículos de opinión sobre la misma. A veces, en el mismo periódico del día, sólo aparece la noticia, quizá con algún desarrollo, pero sin llegar a reportaje. También puede darse el caso de que no exista ese mismo día ningún artículo de opinión. Por tanto, para hacer varios ejercicios de «noticia - reportaje - opinión» hace falta ver los periódicos de una semana.
3. Una vez recogidos esos ejemplos de «noticia - reportaje - opinión», hacer una exposición y examinar las diferencias.
4. Para analizar este segundo apartado, en el que «el reportaje amplía la noticia», se pueden colocar la noticia escueta en el centro del panel y, alrededor, pegar textos que ofrecen más detalles sobre la noticia, siguiendo quizá las claves ya conocidas: quién, qué, cuándo, dónde, cómo, por qué.
5. En este apartado del «reportaje amplía la noticia», merecen especial atención las fotos, los gráficos, las líneas, los títulos, ... y todo lo que ayuda a ampliar detalles sobre la misma.
6. El reportaje «recoge opiniones» de la gente a quienes afecta directamente la noticia. Seleccionad, por tanto, dentro del texto, estas opiniones y colocadlas en el panel.
7. Y, naturalmente, dentro del capítulo «opiniones» hay que tener en cuenta la que emite el mismo autor del reportaje. A veces lo dice abiertamente; otras veces, hay que sobreentenderlo mirando incluso su estilo literario: humor, crítica, ironía, denuncia, etc.
8. Pero nada mejor, para entender qué es un reportaje, que el hacerlo y ponerle «firma propia», como se hace en los grandes periódicos.
9. Divididos por subgrupos y buscad una noticia que interese a la clase, aunque no sean de las que salen en el periódico. Averiguad qué quieren saber vuestros compañeros sobre esa noticia, recogiendo papeletas de preguntas.
10. Tratad de averiguar las respuestas a esas preguntas, investigando, tomando datos. Haced un reportaje de todo ello... y firmarlo. ¡Habéis entrado en el gremio de los grandes reporteros!

EL «TEXTO» DE LA NOTICIA (17)

LA «CRÓNICA»

Estamos estudiando los tres contenidos fundamentales del periódico: información, opinión y publicidad. Y, dentro de la información, hemos tratado ya, en los dos últimos estudios, lo que se refiere a noticias y reportajes. Ahora le toca a otra nueva variante en el terreno informativo: la crónica.

La palabra crónica viene del griego cronos, que significa tiempo. De ahí que el Diccionario de la Real Academia defina la crónica como una historia contada en la que se observa el orden de los tiempos: qué pasó al principio, en el medio, al final. Aunque, naturalmente, no todas las crónicas periodísticas son tan rigurosas en mantener un orden cronológico. Más bien, para que se le llame crónica, basta que sea un relato de algo que sucedió en el periodo de tiempo determinado. De ahí que se utilice incluso como títulos de un libro, una enciclopedia o un artículo: crónicas del siglo XX, crónicas de un pueblo en tiempos bíblicos, crónica de nuestro enviado especial, etcétera.

1. LA NOTICIA ES LA BASE

La crónica se parece mucho al reportaje. Como él, participa de la información y de la opinión; pero tiene algo particular, como su mismo nombre lo indica: la crónica tiene que ver especialmente con un espacio de tiempo determinado en el que suceden unos hechos. En cambio, el reportaje se fija más en el hecho y en circunstancias de todo tipo que lo explican mejor, sin tener tanto en cuenta el factor tiempo. Por ejemplo, se hace una crónica de un partido de fútbol, dando detalles de cómo ha ido al principio, en el medio y al final; y se escribe, en cambio, un reportaje sobre la ciudad del equipo, la historia del club, cómo lo viven los aficionados o una historia particular de un jugador.

Ante todo, pues, está la noticia. Y, a partir de ellas, unas veces nos encontramos que el periódico nos ofrece crónicas y, otras, o al mismo tiempo también nos ofrece reportajes. Si nos fijamos en un periódico de una fecha determinada (lunes, 13 de febrero de 1995)

—Cien mil personas salen a la calle en México para frenar la guerra de Chiapas.

—Hoy hace cien años que los Lumière inventaron el cine

—La campaña para adoptar a niños con deficiencias desborda las previsiones

—Aznar, que se siente engañado por González, no volverá a reunirse en secreto con él.

—El Salvador agradece a Felipe González la ayuda española.

—España será el país industrializado con mayor inflación en este año.

—Un millar de peruanos se disponen a tomar Tuwintza.

—Aumenta el temor a que España no pueda acceder a la Unión Monetaria Europea.

—El Deportivo cayó en Gijón y se distancia a cinco puntos del Real Madrid.

¿Cuáles de ellas se prestan más para hacer una crónica y cuales piden un reportaje. Pues habrá que fijarse en lo que es característico de cada uno de estos géneros periodísticos.

2. EL TRABAJO DE UN CRONISTA

La crónica lleva consigo, más o menos, estos elementos: noticia + detalles + cronología + opinión + firma. No siempre la encontrarás así, claramente; pero es una buena guía para entender en qué consiste una crónica y cómo se hace. Por ejemplo, si se trata de la manifestación en México para frenar la guerra de Chiapas, nos encontrarías con la forma en que los periódicos presentaron sus crónicas sobre la noticia:

—dando la noticia: «Cuahtémoc Cárdenas insinúa que el Gobierno de Ernesto Zedillo aceptó presiones de otros países».

—contando cronológicamente cuándo y cómo fue: «Unas cien mil personas se manifestaron el sábado por la noche en el centro de la capital de México para pedir una salida pacífica al conflicto de Chiapas, en una de las mayores concentraciones políticas de los últimos años». «Al mismo tiempo cientos de personas se manifestaron en tres ciudades españolas para mostrar su apoyo y solidaridad con los campesinos de Chiapas».

—añadiendo algunos detalles interesantes que ilustren la noticia para comprenderla mejor: «Los manifestantes que circulaban con el rostro cubierto con un pañuelo y un pasamontañas, igual que los guerrilleros zapatistas. La misma culminó con un mitin en la Plaza de la Constitución, más conocida como el Zocalo —el corazón de la capital mexicana—».

—comunicando alguna opinión tanto de los participantes, como la del mismo periodista que hace la crónica: «Intervino el líder del Partido de la Revolución Democrática (PRD), Cuahtémoc Cárdenas que acusó al Gobierno de Ernesto Zedillo de falsario y traidor: «Exigimos que el Gobierno decrete un alto al fuego y se evite el derramamiento de sangre. ¡Viva la paz con dignidad y justicia!».

—destacando la firma del enviado especial o corresponsal en la zona que cada periódico tenga allí.

— ACTIVIDADES —



1. Resumiendo de alguna forma, la palabra importante para hacer una crónica es fijarse en el qué, quién, dónde, y cómo de una noticia que se estudia dentro de su cuándo o habitat cronológico. Lo de menos es si es el periodista comienza a contar las cosas por el medio, el principio o el final: eso ya es su estilo y su forma de hacer atractiva e interesante la noticia.

2. Escoge una serie de noticias y búscalas el quién, qué, cómo, dónde,... de lo que ha sucedido en un cuándo determinado de tiempo. Has comenzado a escribir una crónica.

3. Selecciona una de estas noticias y procura investigar sobre estos seis apartados en progresión: — noticia + cronología + detalles + opinión propia y de otros + firma y habrás trazado la estructura de una buena noticia.

4. Si ahora te quedan preguntas sobre detalles paralelos que le interesan y te ayudarían a entender más profundamente la noticia contada en la crónica, pasa al apartado siguiente.

5. Pensad un poco, individualmente, sobre cuestiones de interés que surgen a propósito de la noticia elegida y poned en común las que surgieron en clase, anotándolas en el encerado.

6. Agrupadlas en centro de interés común, según los aspectos que le tocan dentro de la noticia.

7. Divididos por centros de intereses: ¿quién se encarga de investigar esto o a quién le gusta más aquello de...?

8. Empezad a trabajar con esta estructura: noticia + detalles a fondo; causas, porqués, consecuencias, ambientes, datos, geográficos, históricos, humanos, etc. + opinión + firma...

EL «TEXTO» DE LA NOTICIA (18)

LA «ENTREVISTA»

Tres han sido hasta ahora las variantes de textos informativos que hemos comentado en nuestras páginas anteriores: la noticia, el reportaje y la crónica. Añadimos en esta ocasión una cuarta variante: la entrevista que, etimológicamente, significa algo así como ver, observar, mirar una cosa entre dos o más personas.

Así, por ejemplo, cuando se dice: «voy a hablar, a tener una entrevista con... a ver si, con lo que él me dice y yo le digo, arreglamos algo». De su carácter dinámico y creativo se deriva la importancia de la entrevista como sistema de información: efectivamente, el buen entrevistador es capaz de lograr nuevos datos sobre una noticia concreta o, incluso, encontrar nuevas noticias que pueden ser de interés, que estaban quizá ocultas, y que han surgido a lo largo de la conversación.

1. LO QUE IMPORTA ES EL ENTREVISTADO

A veces, las entrevistas van a eso: a conocer datos, nueva información sobre una persona que ha sido noticia o que conviene que lo sea. El periodista suele estudiar entonces previamente, al menos, tres aspectos:

—uno, datos sobre la persona que va entrevistar, su ambiente, su trabajo, familia, ocio, publicaciones, hechos sobresalientes, etc.;

—otro, muy importante, va a preguntarle esas cosas que «la gente quiere saber» y no tiene la oportunidad ni, a veces, la suerte de hacerlo.

—finalmente, todo buen entrevistador busca el momento nuevo en el que quizá arranque alguna respuesta a cuestiones que no llevaba muy preparadas, pero el fluir de la entrevista le ha dado pie para ello: es el momento creativo.

2. UNA FORMA DE SABER MÁS

Otras veces, en cambio, dada una noticia, el periodista va a buscar nuevos datos sobre ese acontecimiento, interrogando a una persona que está enterada de lo que ha sucedido, cuándo, cómo, por qué y de las consecuencias que, a su juicio, puede tener.

De ahí se deduce que la persona entrevistada no tiene que ser precisamente lo que se llama una personalidad célebre. Basta con que sea una persona bien enterada de un acontecimiento. Otra cosa es que luego, como complemento, se entreviste también a otras personas. Por ejemplo, ¿a quién entrevistarías si un perro se baña en el estanque público? Quizá a su dueño, ¿no?. ¿Y después? Posiblemente al guardia municipal que debe cuidar de ello. ¿Y si eso no basta?

3. UN GÉNERO VARIADO Y MUY PARTICULAR

Cada periodista tiene su particular forma de entrevistas en clase y no complicarnos demasiado, podríamos hacer tres líneas de entrevistas:

—los que buscan datos informativos sobre hechos: qué pasó,

cuándo, dónde, cómo, quién, fué y cosas así. Suelen hacer, aunque no siempre, preguntas rápidas y cortas.

—los que buscan opinión: ¿y usted qué cree? ¿por qué?... Suelen dejar un poco más de tiempo en la respuesta y utilizar algunas formas de preguntas peculiares: ¿qué opina de todo esto?, ¿dada esa situación, usted qué haría?, ¿qué le parece la opinión contraria?, ¿por qué la gente acepta / no acepta lo que usted dice?

—y, por supuesto, los «mixtos», que buscan ambas cosas en una misma persona.



—ACTIVIDADES—

1. Busca una entrevista en la que lo principal sea la persona, cómo vive, quién es, qué hace, qué planes tiene.

2. ¿Qué tipo de preguntas hace: cortas o largas y qué tipo de respuestas obtiene?

3. ¿Qué pregunta más: sobre hechos o sobre opiniones?

4. ¿Cuántas cosas nuevas aprendiste sobre esa persona después de la entrevista?

5. ¿Qué cosas le preguntarías que el periodista no ha preguntado?

6. ¿Qué datos añadió esa persona que sean nuevos sobre la noticia?

7. ¿El periodista le preguntó realmente teniendo en cuenta lo que la gente quiere saber?

8. ¿Reveló el entrevistado algún dato, sin que se lo preguntara el periodista?

9. ¿Respondió a todas las preguntas sinceramente o piensas que ocultó algún dato?

10. Busca una entrevista donde lo principal sean preguntas de «hechos»

11. Busca una entrevista donde se busquen más «opiniones»

12. Señala en una entrevista «mixta» cuáles son hechos y cuáles opinión.

EL «TEXTO» DE LA NOTICIA (19)

LOS «ESPACIOS DE SERVICIOS»

Hasta ahora, y dentro de la sección de informativos, nos hemos fijado en cuatro variantes: noticias, reportajes, crónicas y entrevistas. Hoy vamos a dedicar nuestro estudio a los "espacios de servicios", que constituyen también un centro importante de información en los periódicos.

Efectivamente, la gente quiere saber a qué hora salen los autobuses, cómo van las inversiones en Bolsa, qué películas hay en la cartelera, las farmacias de guardia y datos parecidos. Este tipo de información suele agruparse en páginas fijas que reciben diferentes títulos. Estudiaremos cada una de ellas, desarrollando después una serie de actividades para realizar en clase.

1. UNA AGENCIA DE RESPUESTAS

Efectivamente, tú vas por la calle y te preguntas: ¿dónde habrá una farmacia abierta a estas horas?. La solución es fácil: te acercas a la próxima farmacia y en un letrero te ponen las que están de guardia; pero, ¿si estás en casa?: el periódico, amigo. Y, si buscas una película, ¿te recorres todas las salas? ¿Y si quieres saber a qué hora sale un avión, un tren, un autobús? ¿No te ahorras tres llamadas por teléfono y prefieres ver esa información en el periódico? ¿Dónde preguntas qué concierto o qué conferencia hay esta tarde? ¿A dónde acudes para ver dónde se celebra la exposición de canes de raza, gatos, peces exóticos, juguetes, motos, jilgueros, sellos o la hora de tu deporte preferido? En un minuto te enteras, si tienes el periódico en la mano... y si sabes manejarlo con rapidez.

Busca, pues, todos esos «puntos de información» en sus páginas. Y no te olvides de los Suplementos semanales: alguno de ellos va directamente para tí y encontrarás espacios de servicios para tus intereses.

2. ¿DÓNDE ESTÁ LA INFORMACIÓN?

¿Cuántos segundos tardarías en encontrar dónde está la página del tiempo? ¿No sentiste vergüenza de que alguien te diga en casa: déjame el periódico que no tienes ideas de por dónde andas? Los espacios de servicio están, pero hay que saber dónde. Luce una barbaridad que, si vas a la playa, sepas tirarte el farol sobre cuándo está la marea llena y, si vas al monte, asombres a tus compinches diciendo la hora exacta a la que se pone el sol o aparece la luna. «¡Anda!», dirán los demás. «No tiene importancia, lo leí en el periódico»

¿Hicistéis alguna vez la prueba en clase? Cada subgrupo hace una lista de preguntas sobre «puntos de información» que se encuentran en los espacios de servicios. ¿A ver cuánto tardan los demás subgrupos en localizar la respuesta en el periódico!

3. ALGO DE TODO PARA TODOS

Los periódicos se esfuerzan por ofrecer la mayor cantidad de información para el mayor número de personas; pero, a veces, no todo lo que a uno le interesa está allí. Y esta es la protesta o el deseo que muchos como tú tienen sobre el espacio de servicios en los periódicos. ¿Echas algo de menos? ¿Te gustaría saber, por ejemplo, dónde encontrar un centro que se dedica a la investigación del humo porque te pusieron en la escuela un trabajo sobre la contaminación? ¿A dónde vas? O si quieres saber cómo formar un grupo de tu edad para hacer un viaje a Europa. O cómo hacer un club ecologista. O qué pasos hay que dar para obtener una beca. Y muchos más.

De ahí, e intentando cubrir esa necesidad, surgen una serie de revistas especializadas para jóvenes, aportando información sobre estos servicios; por su parte, también, los mismos periódicos editan semanalmente suplementos con temas para tu edad que pueden ofrecerte esas informaciones.

Sin embargo, a muchos de vosotros os gustaría tener más espacios de servicios informativos para atender a vuestros intereses. Seguramente si los editores de diarios se dan cuenta de que sois unos lectores asiduos de sus periódicos y trabajáis con ellos en la escuela, os tendrá en cuenta y dejarán de consideraros solamente como lectores de futuro.

—ACTIVIDADES—



1. Aquí tienes una lista, por orden alfabético, de los puntos de información que suelen aparecer en los periódicos.

2. Intenta buscar si este «punto de información» existe en el periódico o no, aunque se llame de otra forma.

3. ¿En qué página y en qué sitio se encuentra habitualmente?

¿Página?

¿Página?

ACTOS
AGENDA
AUTOBUSES
AVIONES
AVISOS
BOLSA
CALENDARIO
CARTELERA
CONFERENCIAS
CONVOCATORIAS
CULTOS
CULTURA
DIVISAS
EFEMÉRIDES
ESPECTÁCULOS
EXPOSICIONES
FARMACIAS
HEMEROTECA
HOY Y MAÑANA
LIBROS
LONJAS

MERCADOS
METEOROLOGÍA
MÚSICA
NECROLÓGICAS
NOTAS
PASATIEMPOS
PUERTOS
RADIO-TV
REGISTRO CIVIL
RESTAURANTES
REVISTAS
SALAS DE FIESTAS
SORTEOS
TAXIS
TELÉFONOS
TIEMPO
TRANSPORTES
TRENES
URGENCIAS
VIDA SOCIAL

4. Haz una lista de otros «puntos de información» que has visto en tu periódico

5. Busca puntos de información que tengan dos o más nombres: tiempo - meteorología, avisos - notas, etc.

6. Todos estos puntos suelen agruparse por secciones, con un título más general: por ejemplo, agenda y otros. ¿Qué títulos son esos y qué puntos de información contienen?

7. Haced por subgrupos una lista de "puntos de información" que os gustaría encontrar en los periódicos y no están.

8. Enviadlas al director del periódico o invítadle a la escuela y decidle cómo trabajáis en clase con su publicación: os hará caso y se interesará por vosotros.