

JULIO DEL RÍO REYNAGA

## EL REPORTAJE: EL GÉNERO PERIODÍSTICO DEL SIGLO XX

ANTE UN numeroso grupo de periodistas y profesores de la América Latina, el profesor Jacques Leauté, director del Centro Internacional de Periodismo de Estrasburgo, lanzó el siguiente interrogante: ¿Qué ha cambiado para que varíen los métodos de formación profesional del periodista? Actualmente —se le puede responder—, el mundo ya no es como hace cien años ni como hace un minuto. La cultura, los métodos y técnicas cambian y se modifican.

No menos sucede en el periodismo. La realidad es más compleja. Y el lector se ha creado nuevas necesidades. La realidad como objeto de materia del periodismo, es decir, como información tiene una nueva dinámica. La sociología nos descubre nuevos tipos de relaciones humanas. Las guerras las revoluciones, son conflictos que han suscitado distintas concepciones ideológicas, distintos sistemas sociales. En las diferentes ciencias y técnicas se notan cambios sensibles. Los coqueteos con la luna y los retos a la gravedad con los viajes espaciales, por ejemplo, han sido capaces de convertirse para el periodismo en una materia, en información; sumamente explosiva, inquieta, inestable, que sólo con métodos y técnicas aptas puede el periodista captarla y exponerla.

También se está ante otro lector. El del siglo pasado abría su periódico favorito para leer las opiniones de Francisco Zarco sobre las traiciones de los conservadores, escritas en una forma apasionada y lírica. Era el tiempo del periodismo de opinión. Pero a principios de este siglo, en los Estados Unidos, aparece una corriente de periodismo informativo. En todas las salas de redacción de ese país, el redactor en jefe les exige a sus redactores que respondan en sus relatos a las preguntas, *qué, quién, cuándo, cómo y dónde*. Nada de opinar, sólo exponer los hechos. Tan es así, que la opinión quedó reducida en el editorial, que se relegó a una columna de las páginas interiores. En cambio, toda la información ocupó lugares preponderantes. Esta nueva situación se debía a las exigencias de un lector que quería ser más informado que orientado por opiniones.

Sin embargo, en la primera Guerra Mundial, y luego en forma rotunda en la segunda, no solamente hay que responder a las anteriores preguntas, sino que debe darse respuesta al *porqué* y *para qué*, es decir, contar los antecedentes y las consecuencias de los acontecimientos. Y así aparece el periodismo explicativo, el que llega hasta el meollo de la información, el que saca radiografías de los hechos y ya no permanece tan solo en la superficie.

Y esto tiene una explicación. Roger Clause, catedrático de la Universidad libre de Bruselas y director del Centro Nacional de Estudios de las Técnicas de la Información Colectiva dice que "la información se ha convertido, en nuestra época, en una necesidad verdaderamente social, que surge en las colectividades cada vez más amplias y hasta entre masas desorganizadas y heterogéneas".<sup>1</sup>

Además, al lector del siglo xx ya nada le es extraño. Desde el hombre que mordió a un perro y hasta la guerra en el Viet Nam son noticias. "Hoy día —continúa Clause—, la complejidad del mecanismo social, los lazos de complementación y de interdependencia, crean, alimentan, refuerzan, la necesidad de una información que abarque todos los acontecimientos de actualidad, porque todos ellos tienen, pueden tener o se supone que tienen, una influencia directa sobre la vida colectiva o personal de todos los hombres."<sup>2</sup>

Esto es lo que ha cambiado para que haya nuevos métodos y técnicas en la formación del periodista. Hoy, las escuelas de periodismo se preocupan por formar periodistas más preparados para satisfacer las necesidades de información del lector contemporáneo. Buscan dotar al reportero de los instrumentos que estén a la altura de las circunstancias. En otras palabras: se procura hacer un periodista moderno para un lector moderno. Un expositor nuevo de una realidad nueva.

Esos nuevos métodos y técnicas están sintetizados en el género periodístico del siglo xx: el reportaje. Es el que puede satisfacer todas las exigencias del lector contemporáneo y permite al reportero captar con profundidad esa realidad, entrar a la esencia de los hechos y de los acontecimientos. En síntesis, es el que responde el *porqué* y *para qué*. Si los medios del periodismo de opinión han sido el editorial, el artículo de fondo, la crónica, la entrevista y la nota informativa los del periodismo informativo, ahora para el explicativo está el reportaje.

Por otra parte, nos atrevemos a decir que el reportaje es la salvación del periodismo escrito. Antes que los medios audiovisuales (radio y tele-

<sup>1</sup> Roger Clause, *Sociología de la información*, pp. 1 y 2.

<sup>2</sup> R. Clause, *op. cit.*, p. 2.

visión) de comunicación fueran inventados, la prensa escrita era el principal medio de difusión. Ningún otro, ni siquiera el cine, le había arrebatado ese privilegio. Pero pronto sufre un colapso cuando nace el periodismo sonoro: el hombre puede conocer una noticia con toda oportunidad con sólo tornar un botón de su radio. Luego, un día aciago, aparecen los televisores y aparte de escucharla se puede ver, hasta llegar el caso, como apunta Gabe C. Parks, de ser observador del nacimiento de esa noticia.<sup>3</sup>

El ejemplo del asesinato del supuesto matador del presidente Kennedy, Harry Oswald, es muy claro. Al lector ya no le interesa leer en el periódico que Oswald fue asesinado. Ya no es noticia. No le interesa *qué, quién, cuándo, dónde y cómo* fue el asesinato. Eso lo supo en la televisión. Pero, en cambio, sí le llamará la atención saber *por qué y para qué* lo mató Jack Ruby. La televisión y el radio no se lo pueden proporcionar inmediatamente. Aquí es donde el reportero de los periódicos tiene su oportunidad; como dice Parks, "necesita explicar y analizar el asunto... (el lector), quiere enterarse por el periódico de los pormenores y aspectos de fondo que no pudieron ser vistos en la pantalla".<sup>4</sup> Con el reportaje satisfará esas necesidades. En tal forma, el reportaje se hace vital para la prensa escrita diaria. Y ya no sólo para las revistas como acontecía, sino que ahora, como asegura Raymond B. Nixon, se inclina cada vez más hacia el campo de las revistas.<sup>5</sup>

El reportaje es, además, el género periodístico más completo. Es nota informativa: casi siempre tiene como antecedente una noticia. En ella se encuentra su génesis, su actualidad, su interés y puede iniciarse con su técnica. Es una crónica porque con frecuencia toma su forma para narrar los hechos. Es entrevista porque de ella se sirve para recoger las palabras de los testigos. A veces editorial (aunque sea una rémora, sea dicho no para subestimar este género tan importante) cuando ante la emotividad de los sucesos se cae en la tentación de defenderlos o atacarlos. Pero, no obstante ser todo eso, el reportaje es otra cosa. Y es que tiene, como ya se ha visto, otros propósitos, procedimientos y técnicas de trabajo más complejos y definidos.

### *El reportero de hoy*

Como se decía arriba, el reportero que ejerce este instrumento del periodismo moderno, es de una imagen nueva. Ya no es el lírico, ni el

<sup>3</sup> Gabe C. Parks, *La noticia y el reportero*, p. 77.

<sup>4</sup> G. C. Parks, *op. cit.*, p. 78.

<sup>5</sup> Raymond B. Nixon, *Análisis sobre periodismo*, p. 32.

meramente intuitivo, ni el improvisado, sino el realista, el sistemático, el periodista.

Se trata del profesional capaz de redescubrir el pasado y diagnosticar el futuro para mostrar el presente. Es un poco historiador, otro tanto mago, pero sobre todo periodista: expositor del presente. Es el hombre que se tutea con todos los tiempos.

Pero es también el viajero de todos los espacios. Su campo de trabajo es tan grande como la misma realidad. Desde el pequeño drama casero que aparece en la página roja del tabloide y hasta el lanzamiento de un astronauta al espacio sideral, que aparece en primera plana, son lugares que el nuevo reportero toca cotidianamente.

Se trata, pues, de un reportero nuevo, pero como dice John Hohenberg, "no es ningún semidiós".<sup>6</sup>

No es difícil encontrar en nuestras publicaciones periódicas, páginas lacrimosas de una sensiblería cursilona, que más que reportajes parecen folletones, careciendo de una actitud serena, sin subjetivismos.

Pero eso tiende a desaparecer. El reportero de los últimos años se da cuenta del peligro que significa para la opinión pública que informe hechos deformados por abusar de un lirismo chato y cursi. Este reportero toma la conciencia de su responsabilidad y ha llegado a concluir que su misión, en última instancia, no se diferencia en casi nada de la de cualquier científico. Con esa actitud sabe que debe pensar reflexivamente, liberarse de observaciones subjetivas en la recolección, hacer un esfuerzo por ordenarlas lógicamente y, por último, redactarlas con fidelidad.

Pauline Young dice que el "verdadero científico nunca limita su interés de probar o defender su posición, o apoyar sus preconcepciones, sino aprender la verdad a través de los hechos, aun cuando no estén de acuerdo con sus preconcepciones y teorías. El científico no está en debates constantes tomando partido por este o por el otro bando. Tiene que conocer los hechos en ambas parte y descubrir cuál es la verdadera realidad".<sup>7</sup>

Después de esta actitud, vienen las reglas complementarias que deben regir al reportero:

- PREVISOR. Ser capaz de intuir próximos acontecimientos, hechos y situaciones.
- LECTOR INSACIABLE. Ninguna lectura debe serle ajena: libros, diarios, revistas, todo debe leer.
- ESPECTADOR AVISADO. Cine, teatro, radio, televisión, conferencias y otros espectáculos debe frecuentar.

<sup>6</sup> John Hohenberg, *El periodista profesional*, p. 276.

<sup>7</sup> Pauline Young, *Métodos científicos de investigación social*, p. 94.

- INVESTIGADOR. Un espíritu de curiosidad por todo, debe suplir a la indiferencia.
- APOLÍTICO. No se trata de que no tenga simpatías para con una tendencia política u otra en su vida privada; sólo que sus prejuicios no deformen su trabajo.
- ARRELIGIOSO. En el momento de pensar, investigar o redactar su reportaje estará libre de los prejuicios religiosos. Antes o después puede cumplir con sus cultos.
- DESAPASIONADO. Su única pasión es la verdad.
- IMAGINATIVO. Pero para buscar nuevos ángulos a sus reportajes y nuevas ideas. No para deformar.
- CORDIAL. El reportero altanero, "comegente" que grita para exigir, nunca será cordial.
- SIMPÁTICO. Obtiene más resultados favorables el que inspira confianza por su simpatía, que el que obliga a las personas a hablar con amenazas.
- AUDAZ. Hay que ir en busca de la información donde esté. El límite: el respeto a los demás.
- ATENTO. Donde menos se espera salta la noticia. El reportero deberá estar en guardia y con sus sentidos bien despiertos.

### *El método y las técnicas del reportaje*

Para responder satisfactoriamente a las necesidades vigentes del lector moderno, el reportero ya no puede improvisar su trabajo. Este lector está más preparado. No se le puede engañar con facilidad. La paulatina desaparición del analfabetismo y la mayor democratización de la educación ha permitido el aumento de lectores más preparados que exigen se les cuente la verdad, lo que sucede tal y como es.

Ante este nuevo estado de cosas, el reportero se ha encontrado con que necesita pensar, investigar y exponer con precisión, con lógica, los sucesos. En otras palabras, tiene la urgencia de métodos rigurosos para proceder y de técnicas para captar los hechos y redactarlos.

### *El método*

Las fases del método del reportaje pueden sintetizarse de la siguiente manera:

- a) proyecto del reportaje;
- b) recopilación de datos;
- c) clasificación y ordenamiento de los datos;

- d) conclusiones, y
- e) redacción.

Al cumplir con estas cinco fases, el reportero llegará a la meta: hacer un reportaje.

### *El proyecto del reportaje*

Antes que el reportero indague cualquier cosa, tiene que esbozar un plan con el fin de prever, en la medida de lo posible, dificultades que se puedan presentar. En el peor de los casos, ahorrará tiempo, dinero y esfuerzo.

En este proyecto debe saber, en primer término, QUÉ VA A INVESTIGAR. Define y delimita su tema *a priori* con los antecedentes que tenga. Un asunto siempre tiene ramificaciones, que no son otra cosa que subtemas, los que a su vez se subdividen en otros.

Haciendo esta operación, el reportero ya sabe o, cuando menos, tiene noción de lo que investigará. No es remoto que en el transcurso de la investigación surjan otras cuestiones importantes; pero eso no es negativo, al contrario.

¿PERO QUÉ TANTO INTERÉS TIENE EL TEMA? Es una pregunta que se contestará en el esquema. El editor de cualquier publicación no puede arriesgarse simple y llanamente a publicar asuntos sin algún interés. Por eso debe criticarse el tema: ¿Es de actualidad? ¿Es de interés permanente? ¿Es de interés social? ¿Contribuirá a resolver un problema? ¿Aportará algún beneficio al lector? ¿A qué sector de la población va dirigido? Estas y otras preguntas adicionales permiten saber si un tema vale la pena.

El reportero debe considerar, además, DÓNDE VA A INVESTIGAR. ¿Tiene accesibilidad a las fuentes de información documentales y de "campo"? Sería lamentable viajar a determinado lugar, gastando tiempo y dinero infructuosamente, porque no tomó en cuenta que allí no podía obtener información.

EL COSTO DEL REPORTAJE HAY QUE PREVERLO. Una investigación reporteril debe estar a tono con las posibilidades de la publicación. El reportero esbozará un presupuesto de gastos y lo pondrá a consideración del periódico.

Una forma de calcular el tiempo que se lleva en elaborar un reportaje es preguntando a otros reporteros. Si se trata de un viaje a otro país, informarse sobre el costo de la alimentación, transportes, etc., con los naturales del país o yendo a la embajada.

Un reportero se lamentaba en una ocasión de que su reportaje estaba incompleto porque no había hecho investigación documental. Ese error se hubiera evitado si antes de investigar hubiese hecho una relación de las técnicas que utilizaría. Un reportero precavido debe ver si tendrá que utilizar la técnica de la investigación documental, la entrevista, la cédula de la entrevista, los mapas, etc., etc.

### *La recopilación de datos*

Esta fase es la consecuencia de la primera (proyecto del reportaje). Aquí, el reportero recoge todas aquellas informaciones que se ha propuesto indagar y que ha enunciado al delimitar su tema.

La recolección de datos tiene dos caminos: los documentos o investigación documental y la gente, los sucesos o investigación de "campo". Se trata de indagar en libros, revistas y otros documentos, datos, y por otra parte, buscar claves en las personas y en sus acciones.

*Investigación documental.* Antes que nada, hay que tener en la mente las fuentes documentales, o sea, de donde se recogerán las informaciones. Tales fuentes se pueden clasificar en tres:

- 1) Fuentes oficiales, o sea, aquéllas que guardan los datos del Estado mexicano.
- 2) Fuentes semificiales, que comprenden las instituciones que indirectamente dependen del gobierno.
- 3) Fuentes privadas o particulares.

Es conveniente que el reportero investigador clasifique sus fuentes de acuerdo al tema. Puede que sea agrario; entonces acudirá a las dependencias oficiales o privadas que tengan relación directa o indirecta al campo.

Pero cada dato (que toma las formas más variadas: anales, biografías, inscripciones, etc.) se critica cuidadosamente. Pasados por un tamiz fino, disminuirá el número de informaciones falsas o innecesarias.

Ahora que los datos están localizados, se va por ellos a la biblioteca, al archivo o a cualquier otro departamento. Aunque no es nada del otro mundo, el reportero necesita familiarizarse con los sistemas de las bibliotecas: saber el uso de las tarjetas, cómo están clasificadas las obras; éstas casi siempre están por autor, título y materia. Por cualquiera de esos modos se llega al libro o documento, no sin antes llenar una boleta de préstamo.

Cuando los documentos están ante los ojos, se leen. Pero no desprecupadamente, sino bajo un rigor, como lo recomienda R. S. Lynd, de la

Universidad de Columbia. El reportero es un lector que no puede permitirse omisiones; en último caso leerá rápido. Lo que se consigue con varias reglas, como establecer "un ritmo regular de movimientos del ojo adaptados a la longitud de la línea y al tema del libro que se está leyendo".<sup>8</sup>

Nada de lo que se lea debe quedar confiado a la memoria. En unas tarjetas llamadas "tarjetas de trabajo" se apuntan los datos ordenadamente. Se procura poner un solo concepto en cada una de ellas. Los elementos que integran la tarjeta son: título general del concepto, el concepto y la ficha bibliográfica.

*Investigación de campo.* (Sobre el terreno de los hechos). Es el momento en que el reportero va a la realidad en busca del personaje, el suceso o la situación. Es cuando se torna en testigo del presente.

Las fuentes "vivas", donde buscará sus informes, se clasifican con el mismo criterio que se usó en las documentales: fuentes oficiales, semi-oficiales y privadas.

El reportero puede observar de dos formas. Una, escrutando los sucesos sin más recursos que sus sentidos, es decir, sin controlar con instrumentos de precisión lo observado. Pero hay otra, la segunda, que se caracteriza por su regulación estricta, con ayuda de varias técnicas experimentales.

En cualquiera de ellas se hace uso de la libreta de apuntes. En ella se registran las impresiones. En tarjetas parecidas a las documentales (14 x 22 cm.) se colocan el título general, a veces "subcabeza", el texto, la fuente informativa, la técnica y la fecha en que se hizo.

En el caso de la observación controlada, como se decía, se recogen los datos con instrumentos o técnicas precisas. La entrevista, los mapas, el cuestionario, la muestra, la estadística y las gráficas son las mejores herramientas para observar con mayor control.

*La entrevista.* Si al médico el estetoscopio le permite explorar los órganos internos del cuerpo, al reportero la entrevista le permite entrar al mundo anímico del hombre. En eso, se puede medir la importancia de esta técnica.

Un reportero riguroso buscará los antecedentes del potencial entrevistado, pero sobre todo, se preocupará en estudiar sus preguntas para interrogar con sapiencia. Luego, hará su cita, y ya ante el entrevistado, pondrá a prueba todos sus recursos de simpatía, inteligencia, habilidad, paciencia, tacto. Preguntará con claridad, sencillez. Será también un estratega y un táctico. Y por último, apuntar, según las circunstancias: unas

<sup>8</sup> Frederick Lamson Whitney, *Elementos de investigación*, pp. 92-93.



ocasiones lo hará ante el entrevistado y otras después de la entrevista, pero inmediatamente.

En la medida que respete estas indicaciones, tendrá éxito en su entrevista.

*Los mapas.* El reportero, a veces tendrá que situar gráficamente el hecho que investiga para facilitársele sus movimientos. El diseño de un mapa le permitirá tal cosa. En otros casos necesitará ilustrar el reportaje en la presentación, entonces diseñará un mapa. Puede ser que éste le ahorre escribir dos o tres cuartillas. En suma, este instrumento le sirve al reportero como técnica de trabajo o como ilustración.

*La cédula de la entrevista.* (Cuestionario.) Consiste en una serie de preguntas que se hacen a un determinado número de personas para conocer una situación social, una actitud o una opinión.

Las preguntas involucradas en el cuestionario son concisas, claras, directas y sencillas. Pero sobre todo, son mensurables, objetivas y propias para la estandarización.

Un buen cuestionario tiene preguntas imparciales. Unas son "cerradas", es decir, que se contestan con un signo convencional, o "abiertas" en que el entrevistado responde ampliamente, sin estar limitado a responder con un *sí* o un *no*.

La mente tiende a pensar lógicamente, por ejemplo, de lo general a lo concreto. Con ese mismo criterio serán las preguntas: de las cuestiones generales se irá a las concretas.

Un buen cuestionario está integrado de "cabeza", introducción y cuerpo, en último lugar las observaciones. Pero un cuestionario se utilizará cuando se critique. Hecho eso, se entrevistará a las personas, desde luego, no con las precauciones que se toman en la entrevista personal. Se les preguntará con voz clara y cuando no entiendan, repetir la pregunta. Antes, el reportero habrá expuesto el propósito del cuestionario y explicado el valor social de sus respuestas.

*La muestra.* Un cuestionario resultará infructuoso si no se escoge bien el sector de informantes. El sector debe ser representativo del grupo o comunidad que se quiere conocer su actitud, opinión o situación social. Esta parte representativa se llama muestra. Un reportero no podría preguntar a 400 personas cuando sabe que su jefe se truenca los dedos en espera de sus datos; pero sí, en cambio, puede seleccionar un por ciento que tenga el mayor número de características de las 400 personas, por ejemplo, tomar el 10 por ciento, o sea, 40 personas y llevar a su impaciente jefe informaciones muy cercanas a la realidad.

Una muestra debe tener dos características que son fundamentales:

1) el tamaño, según algunos enterados, no debe ser menor del 5 por ciento. 2) Y su carácter representativo, una muestra será mejor en cuanto más fielmente represente al todo. Así, entre más homogéneo sea el conjunto, menor será la muestra, y a la inversa: entre más heterogéneo, más amplia será.

Es muy importante en la forma que se hace el muestreo. Éste se hará de acuerdo a la realidad que se estudia. Los principales procedimientos son tres: el muestreo al azar, a intervalos y el proporcional.

*Las estadísticas.* Se dice que cuando una disciplina puede cuantificar sus datos son síntomas de un cierto rigor científico. El periodismo se esfuerza por ser más exacto. La introducción de las estadísticas en el periodismo muestra su preocupación por ser realmente objetivo y alcanzar ese rigor tan deseado.

Una de las medidas que utiliza o puede utilizar con más frecuencia el reportaje son las medidas de tendencia central, de dispersión, los porcentajes y los coeficientes de correlación.

*Medidas de tendencia central.* Éstas se usan para determinar la concentración de datos. Son medidas equivalentes al centro de gravedad de un determinado objeto. Las principales son el *modo*, la *mediana* y la *media aritmética*.

*Medidas de dispersión.* Para complementar las medidas de tendencia central están las de dispersión. Las más comunes son la *variancia*, la *desviación estándar* y la *amplitud* o *rango*.

Los *porcentajes* que no son más que una regla de tres simple, es también una medida auxiliar menos complicada que permite al periodista cuantificar sus observaciones.

Pero quizá una de las más significativas sea el *coeficiente de correlación*, que no es otra cosa que el grado de relación que guardan dos grupos diferentes de datos. Por ejemplo, nos puede descubrir la relación que hay entre el incremento de la policía y la disminución de robos en el Distrito Federal.

*Las gráficas y cartas.* La mejor transformación que pueden sufrir los resultados estadísticos es que se conviertan o se resuman en gráficas. Tal operación permite que con una simple mirada el lector comprenda con menos dificultad el hecho tabulado. Y parece que es así, porque cada día estos instrumentos se naturalizan en el periodismo como técnicas de exposición.

Así como con los mapas se captan sin gran esfuerzo imaginativo la situación geográfica de un acontecimiento, el itinerario de un viaje o el lugar de un accidente aéreo, del mismo modo con las gráficas y las cartas

se conoce comprensible y claramente la tendencia de un hecho o la frecuencia con que sucede en varios periodos de tiempo.

Existen varias clases de gráficas, entre ellas, la más común es la rectangular, rectilínea o coordenada cartesiana.

En las cartas está la de las barras, el diagrama circular, la carta pictórica, la carta de organización y la semilogarítmica.

No se puede ser arbitrario para escoger una de estas herramientas. Para cada fenómeno hay una que le es propia.

### *Clasificación y ordenamiento de los datos*

Es la tercera fase del método del reportaje. Recolectados los datos, el paso lógico es aglutinarlos y separarlos de acuerdo a sus afinidades o diferencias.

El mejor dato para clasificar es el representativo de un hecho o fenómeno. Pauline Young dice que la clasificación "significa arreglar todo el cuerpo de datos en grupos componentes o elementos de lugar, tiempo, circunstancias, calidad, magnitud, actividad, conducta o función, coexistencia o secuencia".<sup>9</sup>

La forma de clasificar depende de cómo se concibió el tema del reportaje. Puede que se clasifique por temas, si es que la delimitación se hizo así. Pero puede ocurrir que sea por tiempos, por el lugar o se puede mistificar. La clasificación se podrá escoger en el momento que se tengan los datos en la mano.

### *Conclusiones en el reportaje*

¿Qué se dilucidó en la investigación? ¿Se logró alguna aportación? ¿Lo que se suponía hipotéticamente es la realidad? Todas estas preguntas tienen respuesta en las conclusiones. Al analizar el material ordenado y clasificado que se investigó, se sintetiza y se evalúa en cada una de las partes o capítulos en que está dividido el reportaje, y se van sacando las conclusiones particulares. Luego, se hace una síntesis de la síntesis, la que también se evalúa para concluir en forma general, o sea, se sacan las conclusiones generales.

Una conclusión será válida cuando refleje los resultados obtenidos en la investigación. El reportero no debe encariñarse con las hipótesis. Si con las conclusiones queda alguna refutada, hay que hacerla a un lado. Las conclusiones correctas son claras y sucintas.

<sup>9</sup> P. Young, *op. cit.*, p. 552.

Es necesario advertir, que aunque es la última etapa del procedimiento en el reportaje, antes de la redacción, puede que se convierta en la primera parte, el momento de redactar el reportaje. En otras palabras, las conclusiones pueden convertirse en la "entrada" o *lead*. Según los cánones clásicos, en las "entradas" se vacía lo más importante o interesante de una información. Después de todo, las conclusiones son las novedades, sintetizadas y evaluadas, que encontró el reportero en sus indagaciones, y eso, en último caso, es lo que le interesa mayormente al lector.

### *La redacción*

Es la última etapa del método del reportaje. El periodismo es, fundamentalmente, expositivo. Así como es tan importante decir cosas, también lo es saber decirlas. El problema permanente de un reportero consciente es la comunicación. En la medida que sabe cómo redactar lo que quiere expresar, podrá comunicarse.

De allí que el reportero redactor debe conocer los suficientes artificios literario-periodísticos para conseguir amenidad, interés y claridad en su reportaje, desde un punto de vista formal.

El secreto para hacer leer a la gente se puede resumir en tres palabras: estructura, estilo y lenguaje.

*La estructura.* El reportaje se compone de dos partes: la "entrada" y el cuerpo. En la primera se dice lo más importante o más interesante. Líneas antes se decía que las conclusiones pueden ser la "entrada". Pero no siempre será así, una anécdota interesante puede serlo, algún detalle festivo o dramático. La más oportuna, el redactor la intuirá ante sus datos. El tamaño de la "entrada" varía con las circunstancias. Pero una buena será la que es breve; sin embargo, puede ser que sobrepase de un párrafo.

Del mismo modo que en la nota informativa, en el reportaje hay "entradas" enumerativas, descriptivas, narrativas, apelativas, de cita, numerativas. La mejor es la que está a tono con el resto del reportaje.

El cuerpo está constituido por los capítulos o subtemas que se investigaron, los cuales se desarrollan y se les da una forma artística.

El relato se puede concebir en varias formas: una, es la cronológica, que permite narrar al través del tiempo y el espacio, cumpliendo con los tres elementos de la narrativa y el drama clásicos: arranque, desarrollo y desenlace. La otra, es la decreciente. Se empieza por lo más interesante —no es preciso que sea importante—, se continúa con el acontecimiento secundario y así hasta lo menos atractivo. Pero hay otra fórmula mixta, que

une a las dos: al principio se coloca la información de interés y después se narra el hecho cronológicamente.

*Las formas de la narración.* El redactor en jefe siempre está sobre el iniciado, persuasivamente le dice "dele calor humano a su escrito". Esto es una gran preocupación en muchas redacciones. El redactor responsable se preocupa por hacer hablar a sus entrevistados, como lo hace el novelista con sus personajes. En esos relatos periodísticos se siente cómo las personas se mueven, respiran apresuradamente. Es tan animada la descripción del ambiente que el lector tiene la impresión de sentir el calor del sol, el ruido del automóvil que corre por San Juan de Letrán y escucha la multitud que grita ¡gol! en el estadio de fútbol. Esta narración se le puede denominar: narrativo-descriptiva.

Existe otra donde es casi nula la descripción. Se relata, se cuenta en enunciados. Sólo se expone. El diálogo es nulo. La gente se percibe sin movimientos. Es relato de ideas, de conceptos, abstracciones. En suma, no se dramatizan los hechos como se hace en la anterior. Ésta se llama narrativo-expositiva.

¿Cuál es la mejor? Hay adeptos para ambas. El redactor escogerá aquella en que el tema se sienta natural, a sus anchas.

Tal vez el mejor relato es el que alterna las dos técnicas. Uno o dos párrafos descriptivo-narrativos y luego otros tantos expositivos. Y así repetir la misma operación a lo largo de todo el reportaje.

*Estilo y lenguaje.* Se ha debatido mucho si un reportero debe tener estilo propio. Hay quienes dicen que debe ser impersonal. Otros opinan lo contrario. Eso, más bien depende del género periodístico. Si es una nota informativa, el mejor será impersonal. Pero si es un reportaje, el redactor tiene todo el derecho en imprimirle su personalidad, su estilo. En cualquier sentido, un buen estilo tiene varias características universales: sencillez, claridad y agilidad.

El lenguaje periodístico es directo. En el reportaje, también debe predominar ese elemento, aunque se puede permitir el lenguaje tropológico o indirecto en pequeñas dosis. La metáfora se utilizará con prudencia.

Sin ser un purista, el reportero cuidará el idioma nacional. Los galicismos, anglicismos, latinismos, que tengan en español un sinónimo más fresco y expresivo, deben emplearse esos sinónimos.

*Revisión del original.* Como toque final a un reportaje se revisará íntegramente. No debe esperarse todo del corrector de estilo. Se verá si no hay errores ortográficos, de sintaxis y de contenido.

*Valoración del reportaje*

Un buen reportaje es el que se cuida hasta el último detalle. Por eso, una crítica seria al trabajo ya concluido es necesario que se haga:

- ¿Está bien redactado?
- ¿Es inteligible para cualquier lector?
- ¿Tiene unidad?
- ¿Tiene suficientes atractivos para ser leído?
- ¿La “cabeza” es llamativa? ¿Refleja el contenido? ¿No es muy larga? ¿Está bien redactada?
- ¿Se han puesto suficientes subtítulos de descanso, esparcidos a lo largo del texto y a intervalos razonables?
- ¿No quedaron “lagunas” en alguno de los temas involucrados en el reportaje?
- ¿Están bien definidos los problemas?
- ¿Quedaron resueltos?
- ¿Las conclusiones inferidas son lógicas, claras y exactas?
- ¿Responden a las cuestiones planteadas en el proyecto de la investigación?
- ¿Se ha excluido del reportaje subjetivo?
- ¿Y las opiniones prejuiciosas?
- ¿Los temas fueron colocados con un criterio periodístico y a la vez lógico?

Otras preguntas adicionales pueden ser:

- ¿El tema estuvo bien definido?
- ¿El proyecto de investigación fue elaborado correctamente?
- ¿Los métodos y las técnicas para la obtención de los datos fueron los convenientes?
- ¿Hubo errores en la medición de los datos?
- ¿Las técnicas de exposición (redacción), armonizan con el contenido?

Así, acatadas estas reglas, el reportaje está logrado. Se puede decir que el reportero consigue, a través de uno de los vehículos de comunicación colectiva más importantes, comunicarse con los demás hombres y satisfacer la necesidad de información del lector, que vive en esta época de los grandes sucesos.

NOTA: Este artículo es un resumen del III capítulo de la tesis profesional *Técnica del reportaje*, presentada por el autor.