

CAPITULO VI

---

*Géneros informativos  
en radio*

SUMARIO: 6.1. La información.—6.2. El reportaje.—6.3. La crónica.

Para la mejor comprensión de este capítulo recomendamos la lectura de cualquier manual de géneros periodísticos. Particularmente, aquí se toma como base de estructura los *Guiones de redacción periodística*, de José Luis M. Albertos, y el manual *Redacción periodística* del mismo autor, por considerarlos como el esfuerzo más profundo y claro de cuantos puede ofrecer la bibliografía actual.

La clasificación más universal de los géneros periodísticos parte de la diferenciación entre hechos y comentarios. Al relato de los hechos —*story*— corresponden los géneros información, crónica y reportaje. La valoración de los hechos —*comment*— se realiza por medio del artículo y sus modalidades. Todos ellos, como dice Albertos, están ligados, en mayor o menor grado, con la noticia.

### 6.1. La información

La base de toda actuación informativa es la noticia. Albertos la define como «un hecho verdadero, inédito y de interés general que se comunica a grandes masas, después de haber sido interpretado y valorado». La información, como género periodístico —prosigue Albertos—, es la noticia de un hecho con la explicación de sus circunstancias y detalles en orden inverso a su interés. La información —como género— es, pues, algo escueto, objetivo, y la forma más sencilla de comunicar una noticia.

### 6.1.1. FUENTES DE LA NOTICIA

Los canales por los que se recibe el material básico de trabajo —noticias— son, con algunas diferencias, iguales en todos los medios de comunicación.

#### 6.1.1.1. *Agencias*

Son el canal más importante, por rapidez, calidad y cantidad; el material llega a través de los teletipos de las agencias informativas (Associated Press, UPI, Efe, etc.). De la revisión constante de este abundante material surge la mayor parte de los acontecimientos a comunicar.

En los países desarrollados, las agencias transmiten, además de los despachos elaborados para prensa, noticias redactadas ya para radio, listas para emitir directamente, caso de que la emisora no cuente con el suficiente personal para adaptarla a su estilo. Del mismo modo, transmiten textos elaborados de boletines informativos horarios de cinco a diez minutos de duración.

Donde las agencias de información no actúan de este modo, la redacción se encuentra con una tarea adicional a las labores de selección y valoración. Debe reescribir todo el material a incluir en cualquier tipo de emisión. Este principio, común a todo medio que actúe con una cierta dignidad profesional, es elemental en radio, donde interesa dar la noticia clara y comprensible al máximo para lograr una mayor eficacia. De no ser un contenido muy importante, el oyente no tendrá ocasión de volverlo a oír.

#### 6.1.1.2. *Informadores propios*

La redacción de un medio cuenta con redactores, cuyo trabajo consiste en buscar noticias bien sea mediante consulta de la propia redacción, bien en la calle. Además de informadores, las estaciones con capacidad económica mantienen corresponsales dentro y fuera del país, según el alcance de la emisora; tanto unos como otros son fuentes de noticias, y juegan un papel decisivo en el trabajo informativo diario.

En radio, la importancia de tener reporteros propios en la calle es superior a la prensa, por ejemplo, e incluso a la televisión. El redactor de calle se comunica inmediatamente

con la redacción. Su información desde el lugar del suceso añade un matiz distinto, un más amplio contacto con la realidad. Supone la intermediación más completa y añade la autenticidad necesaria a cualquier noticia o programa.

El trabajo del corresponsal en radio es aún más informativo de lo que puede serlo en prensa o en televisión. Para la información radiofónica, el corresponsal es más un *informador* en el extranjero o en la región del país. Su trabajo es aportar noticias o hechos desconocidos a la redacción.

#### 6.1.1.3. *Servicio de escucha*

Esta es una fuente de noticias tan importante como olvidada en radio. El servicio de escucha es, simplemente, la asignación a un determinado número de personas de la audición de las estaciones informativamente más importantes del mundo. Es una fuente noticiera interesante para cualquier medio, pero especialmente para radio, por su característica rapidez en la transmisión.

La eficacia del servicio de escucha es realmente considerable cuando está bien planteado. Así, emisoras muy conocidas pudieron dar antes que las mismas agencias informativas noticias tan importantes como el bombardeo de Pearl Harbor o la muerte de Nasser, por ejemplo.

Pero el servicio de escucha no tiene como finalidad única ofrecer noticias excepcionales; añade también informaciones o reacciones directas de los puntos conflictivos donde la emisora no tiene corresponsal; aporta documentos sonoros que, una vez solicitada la autorización correspondiente, puede emitir junto con otras informaciones. Unos servicios informativos correctamente organizados atienden, al menos, la escucha de las emisoras de la competencia y la propia televisión, como fuente de posibles informaciones que hayan pasado por alto en la redacción. Supone una inversión bastante fuerte y, por tanto, suele ser privativa de grandes emisoras o cadenas, a la vez que necesita de un planteamiento rigurosamente periodístico.

#### 6.1.1.4. *Periódicos, revistas y publicaciones oficiales*

El seguimiento de la actualidad obliga a los periodistas a la lectura regular de los diarios y revistas más importantes. En ellos pueden residir nuevos focos de información,

no sobre noticias de plena actualidad, sino sobre acontecimientos que pueden prestarse para su inclusión en servicios informativos no estrictamente actuales.

De un modo general, y como productores importantes de noticias, deben consultarse también las publicaciones de organismos oficiales; en ellas se dan a conocer gran parte de las regulaciones que deciden el cotidiano vivir del oyente y de la propia emisora. Frecuentemente es difícil obtener noticias en un sentido estricto; es mucho más fácil contar con estas publicaciones como documentos para la ampliación de noticias que ya conocemos; quizá nuestra audiencia esté interesada por un aspecto particular de una nueva disposición, y es justo ése el que se debe encontrar y dar a conocer.

#### 6.1.1.5. Otras fuentes de información

Tres nuevos canales de noticias deben ser consultados: los centros oficiales —en sus escalas nacional, internacional, regional o local—, los centros públicos de interés general, las informaciones de «free-lancers», y aquellas que comunican directamente los oyentes a la emisora, menos frecuentes estas últimas.

Aunque la máxima expresión de los centros oficiales suelen ser sus publicaciones, es conveniente cubrir cada día este importante sector. En ellos, el informador encontrará, con frecuencia relativa, buenas noticias o ampliaciones a extremos imprecisos de los comunicados oficiales. En este sentido, las oficinas de prensa de los organismos oficiales o las secciones de Relaciones Públicas son importantes, «filtrando» adecuadamente su información.

El «free-lancer» es un tipo de informador independiente que se da con la misma fluidez en prensa, radio o televisión (en un sistema competitivo como el que apuntamos desde el principio).

Por último, y de un modo extemporáneo, el propio oyente del medio puede ser fuente de noticias, que, al igual de las demás, deberán ser comprobadas antes de decidir su emisión.

#### 6.1.2. SELECCIÓN Y VALORACIÓN

Con todo el material informativo en sus manos, el periodista debe afrontar dos tareas para las cuales existen muy pocas reglas: se trata de seleccionar las noticias y darles un

valor dentro del conjunto informativo sobre el que se actúe. Un intento de clasificación de los criterios selectivos y de valoración lleva a una doble vertiente objetivo-subjetiva.

Criterios objetivos estrictos sólo pueden señalarse dos: el de lo más nuevo, referido de una forma absoluta a lo último en el tiempo, y el de lo actual, referido de forma objetiva a lo que «está en la calle», si bien este último extremo ya puede ser matizado. Como criterio objetivo puede incluirse también lo que interesa al oyente, siempre y cuando ese «saber lo que interesa» esté fundamentado sobre sondeos de opinión.

En el campo subjetivo caen todas las demás consideraciones:

- Los criterios de la emisora.
- Los de la redacción del programa.
- La comparación de unos hechos con otros.
- Y el llamado «olfato periodístico», que supone una dependencia subjetiva total respecto del redactor. Sin embargo, este «saber dónde está la noticia» suele ser uno de los criterios más acertados de selección, porque supone un conocimiento profundo de la actualidad, su estructura y consecuencias. De este modo puede preverse las consecuencias de los hechos más significativos.

Para poder analizar de alguna forma qué noticias valen y cuáles no, deben considerarse los elementos del contenido de la noticia (actualidad, proximidad, consecuencias, relevancias, suspense, etc.) y también criterios técnicos del medio (equipo que la pueda ampliar, etc.).

#### 6.1.3. TRATAMIENTO DE LA NOTICIA

Dada la enorme variedad de programas informativos que una emisora puede llevar a cabo, interesa establecer una tipología de las noticias y su tratamiento adecuado al tipo de emisión en que se van a incluir. Podemos considerar entonces las siguientes modalidades:

— *Noticia flash* (sobre la que ya se habló), y que supone la forma más sencilla de comunicar la noticia; es el género de información llevado a sus últimas consecuencias. Interesa únicamente dar a conocer el hecho con la mayor rapidez posible. Es extemporánea, aunque tenga una doble

vertiente, prevista o no, de acuerdo con su posible conocimiento anterior.

— *Noticia explicada que no expresa opinión alguna.* Es la información más parecida a la utilizada en prensa, aunque con características redaccionales distintas. No se trata de dar a conocer un hecho escueto, sino aquellos datos que le acompañan y tienen una importancia decisiva para su comprensión. Es el tipo de información que tiene entrada en los boletines horarios.

— *Noticia explicada que expresa una opinión.* Aun cuando la información como género no admite la exposición de opiniones, de hecho, en radio esta circunstancia se produce con alguna frecuencia, bien sea como orientación simple o con un comentario dentro del mismo servicio informativo. Este tipo de noticia es frecuente en los boletines principales, y debe lucharse contra ella.

— *Noticia ambientada.* En ocasiones, determinado tipo de noticias es susceptible de ser presentado sonoramente mediante la inclusión de fondos musicales, efectos sonoros o el «decorado» propio que rodea a la acción a que se refiere. En este caso, nos encontramos ante una noticia ambientada o sonorizada que supone, además de todas las características propias de la redacción del texto, la selección, valoración y montaje de otros elementos sonoros distintos a la palabra.

— *Noticia monologada y dialogada.* Monólogo y diálogo son las únicas formas de presentación de contenidos mediante la palabra. La fórmula más habitual de redactar y presentar la noticia en radio es el monólogo. Sin embargo, el diálogo supone la adición de elementos importantísimos en función de una mayor inmediación, credibilidad, atención y eficacia.

El diálogo en la noticia no debe entenderse como el fraccionamiento de un texto único leído por dos o más personas, sino el aporte de datos distintos desde puntos de vista diferentes (locutorio y escenario de la acción, por ejemplo) de forma dialogada, pero que, en conjunto, constituyen una unidad. Cuando los interlocutores tienen suficiente experiencia en esta forma de «redacción», la noticia es mucho más atractiva y adecuada al medio. La noticia-monólogo es más indicada para programas horarios y noticia flash, mientras la noticia-diálogo encuentra mejor acomodo en los «magazines» y servicios principales.

— La *noticia documentada* supone un nivel más en el tratamiento informativo. Ya no se persigue narrar los hechos que facilita el teletipo o nuestro informador, sino buscar datos que pueden no ser actuales en absoluto pero contribuyen a dar una visión del por qué de un hecho determinado, sin incluir por ello opinión alguna. Es una reconstrucción de los hechos inmediatos, pero también de sus antecedentes más significativos. La documentación en este tipo de noticia puede realizarse bien a través de datos de archivo, bien por asesoramiento de especialistas, o bien mediante las *ampliaciones informativas* que podemos solicitar de los redactores de calle y corresponsales. Por sus características, duración y nivel informativo, la noticia documentada está a mitad de camino entre los «magazines» y boletines principales. En los primeros constituye una de las noticias más importantes del día —no la más importante—; en los segundos, la forma ideal de presentación.

— El *informe* como profundización de la noticia está más próximo al «reportaje de hechos» que a la información pura. Es un tratamiento que cae de lleno en los «magazines», constituyendo una de las «secuencias» que componen el programa. Trata de dar una visión completa de los acontecimientos en el desarrollo de una determinada noticia, no sólo en cuanto a datos estrictos —presentes o pasados—, sino buscando también el porqué de los mismos. Constituye, en definitiva, el «reportaje del momento», como le denominan los norteamericanos. Por su naturaleza, el «informe» entra también en los programas semanales de resúmenes.

#### 6.1.3.1. Ante la noticia

Previa a la labor de redacción de cualquier noticia, el informador debe plantearse una serie de presupuestos imprescindibles para que su labor sea eficaz.

##### a) Respecto del contenido:

*Comprender la noticia* supone hacerse cargo exacto de lo que el comunicado dice, pero también calar en la intencionalidad de la misma. En numerosas ocasiones, muchas noticias son difundidas para asegurar puntos de vista coincidentes con los promotores de la misma, ya sean agencias informativas, cadenas de radiodifusión, informadores propios, centros oficiales o simples oyentes. Por desgracia, ésta

es una realidad que se da todos los días en la información y que constituye una forma solapada de propaganda. Si el redactor comprende la noticia y lo que supone, podrá actuar sobre unas bases de mayor seguridad en cuanto a selección y valoración.

En la misma línea se encuentra la consideración de si el comunicado que se tiene en las manos *es una auténtica noticia*. Ello supone veracidad en si misma (esto es, que el hecho haya sucedido), y también que por sus elementos —actualidad, proximidad, etc.— reúna unas condiciones mínimas de interés general. Conocido ese interés amplio, queda por resolver si su contenido es adecuado a la difusión que se pretende realizar. Si la noticia hace referencia a aspectos muy especializados, cuyo público es relativamente bajo en número, es casi seguro que habrá de remitirse a sectores equivalentes de la programación informativa donde encuentren mejor acomodo.

#### b) *Respecto de la forma.*

Una mayor eficacia en la labor radiofónica necesita del conocimiento del conjunto sobre el que se trabaja. Así, una pregunta inmediata sobre el despacho a elaborar es si va a tener su *propia vida* —noticia-flash— o si *va a formar parte de algún programa*.

En el primer caso, la noticia tiene un tratamiento independiente condicionado por la rapidez en la transmisión; en el segundo hay necesidad de conocer el programa del que va a formar parte, cuáles son las características del mismo e incluso a qué hora será emitido.

Conocido el programa y sus circunstancias, debe valorarse la *importancia relativa* de la noticia respecto del total de las informaciones entre las que se encontrará.

Por tanto, es necesario conocer:

- El tiempo asignado o disponible para esa noticia.
- El orden que ocupa en el conjunto de los bloques.
- Si abre o cierra algún bloque y, en cualquier caso, cuáles son las noticias inmediatamente anteriores y posteriores.

De acuerdo con la importancia relativa, el tiempo asignado y el interés de la noticia, la siguiente pregunta es si la noticia puede o no ser documentada.

También será necesario considerar si la noticia puede ser «sonorizada» o no; en caso afirmativo, con qué elementos se cuenta —simplemente ambientales (del escenario) o testimoniales (voz de los protagonistas, etc.).

Por último, la conveniencia de que sea monologada o dialogada y las posibilidades que hay para ello.

Si a estas consideraciones se añaden las características básicas del mensaje radiofónico, y del informativo en particular, las posibilidades de lograr una eficaz comunicación son amplias.

### 6.1.4. REDACCIÓN DE LA NOTICIA

Parece obvio insistir en que una noticia impresa puede ser leída en cualquier momento, incluso releída, caso de que no se entienda. La información radiofónica necesita de otras condiciones: la recepción se efectúa en *presente*, con una atención muy relativa (la presencia no supone atención) y con mínimas posibilidades de repetición, salvo casos de especial relevancia. Estas tres consideraciones, unidas a los diferentes niveles culturales del promotor y la audiencia, obligan a un estilo de redacción peculiar. Frente a la estructuración de la información en prensa —lead, cuerpo, desarrollo decreciente—, en radio no existe una norma generalizada con una estructura básica común. En este sentido, las opiniones van desde quienes aseguran la ineficacia de las cinco W hasta quienes propugnan que la mejor norma de redacción en radio es no tener ninguna norma.

Pero, al menos, se debe partir de dos consideraciones básicas para la redacción de una información radiofónica: ganar la atención del oyente y «machacar la noticia». Un estilo que se adapte a estas bases necesita: ganar la atención, *contar* la noticia y repetirla por si la atención no estaba definitivamente centrada. Estos términos suponen la estructura básica de la información radiofónica como género: *arranque, lead y narración, cierre o repetición*.

#### 6.1.4.1. *Arranque*

El primer objetivo al redactar una información es asegurarse la atención del oyente. Este «ganarse la atención» es importante para todo tipo de tratamiento, desde la noticia-

flash al «informe» del magazín. Por tanto, será necesario «arrancar» la información de un modo sugestivo.

Un buen arranque —*opening sentence* o entrada— puede conseguirse mediante la utilización de tres elementos fundamentales: a) «gags» sonoros; b) fuentes mixtas; c) palabra hablada.

a) *Gags sonoros:*

Suponen el empleo de fuentes de sonido distintas a la palabra, música y efectos especiales.

a') *Música.* Posiblemente parezca cómico utilizar una ráfaga musical antes de dar una noticia, pero si «abre bloque», la ráfaga estará bien situada. La dificultad estriba en encontrar la «frase» o compases musicales adecuados por ritmo al programa, carácter de la noticia y tono de la presentación. Lo mismo ocurrirá con cada noticia en particular. Ello no obliga a la utilización de una ráfaga musical por noticia. La dificultad del montaje musical en radio estriba precisamente en la adecuación a la noticia y el momento. El empleo de un simple «gong» pertenece a la historia de las experiencias radiofónicas: el medio y el oyente exigen un esfuerzo continuo.

a") *Efectos especiales.* El empleo de sonidos grabados en disco o cinta puede resultar eficaz en las mismas circunstancias que la música. Así, el nervioso sonido del telégrafo puede ganar la atención del oyente y dar un ritmo al programa (técnica empleada durante años por Radio Luxemburgo). El uso de estos elementos debe estar siempre adaptado a cada circunstancia informativa.

Como normas básicas recordemos que, tanto la música como los efectos especiales, deben ser lo suficientemente indicativos para introducir la noticia que se va a contar, pero también lo suficientemente «neutros» para no condicionar el contenido.

Otros «gags» sonoros utilizables pueden ser el cambio de locutor en el momento adecuado, la introducción de una pausa de silencio —nota muda— entre noticia y noticia, etc.

b) *Fuentes mixtas:*

Consideramos como tales las que emplean simultáneamente música, efectos especiales y palabra. Estos elementos

son de difícil utilización en noticias sueltas y bloques informativos. Sin embargo, son especialmente indicados para abrir o cerrar un programa, formando las conocidas «casetas» de entrada y salida. Únicamente cuando el programa informativo está patrocinado es conveniente crear pequeñas cuñas o insertos de continuidad, con objeto de identificar el programa una vez transmitida la publicidad.

c) *Palabra hablada:*

Podemos considerarlo en dos niveles: leída ante el micrófono y combinada con grabaciones.

Si debemos informar sobre declaraciones de Carter y tenemos en la emisora una grabación con la voz del presidente, un buen arranque sería éste:

CONTROL: VOZ DE CARTER A PP Y A FONDO

LOCUTOR: «*Esta es la voz del presidente Carter.*»

Una voz que habla un idioma distinto, dentro de «nuestra emisora», llama la atención. Cuando el locutor anuncia que aquella es la voz del presidente Carter, el interés se concentra: nace la curiosidad. El redactor debe aprovechar ese momento y redondear el arranque:

CONTROL: VOZ DE CARTER A PP Y A FONDO

LOCUTOR: «*Esta es la voz del presidente Carter.*»

CONTROL: VOZ DE CARTER A PP Y A FONDO RESOLVIENDO

Con esta segunda ráfaga hemos satisfecho la curiosidad del oyente. Es el momento que el redactor debe aprovechar para dar la noticia. Naturalmente, no todos los días se presentan noticias como ésta, ni podemos utilizar el mismo fragmento de la voz de Carter siempre.

El arranque por lectura del texto ante el micrófono presenta más dificultades. De un lado, puede hacerse monótono por el empleo de determinadas «muletillas»: «En España...»; «De cara a la información local...»; «De Galicia pasamos a informar de Valencia...». En ocasiones puede ser también poco objetivo: «Malas noticias para...»; «Momentos de error en...».

Más ajustada es la fórmula de arranque propuesta por Paul White, ex director de los servicios informativos en la CBS americana. La «fórmula de White» es la que ha hecho más fortuna en toda la radiodifusión mundial. Propone para el arranque «decir lo que se va a contar», elaborar una introducción a la noticia en base a la misma noticia:

«El presidente Carter ha hecho un importante anuncio esta mañana...»

«Una noticia ha conmovido esta mañana las redacciones de todos los servicios informativos...»

En ocasiones, también es posible emplear la misma esencia de la noticia como arranque para una información:

«El cólera, todavía el cólera...»

«Desolación, todo es desolación...»

En resumen, cualquier procedimiento de arranque en la información es dilatar un momento la presentación de la noticia, pero es indispensable para llamar la atención. Si cada noticia de un programa cuenta con un arranque, llevará prendida la atención del oyente hasta que el «cierre» comience a sonar.

#### 6.1.4.2. *Lead*

Por su unión a la información escrita, el lead tiene carácter urgente y total —siempre el primer párrafo y contestar las cinco preguntas—. En la información hablada, el lead no es urgente ni completo.

En primer lugar, el hecho debe darse a conocer sólo cuando la atención está concentrada; esto es, después del arranque. Pero una vez que contamos con la atención del oyente, el lead debe ser introducido de una forma rápida y rotunda. El lead radiofónico es la quintaesencia de la noticia; es el hecho escueto:

LOCUTOR: «El Sha Reza Pahlevi ha fallecido esta mañana en El Cairo.»

En este sentido, el estilo del lead radiofónico es muy parecido al del titular informativo de prensa. Debe ser conciso y claro, aunque en él no estén todos los elementos de la noticia:

«Siete personas han muerto al hundirse un hotel en Carson City hace dos horas.»

Por ello, el lead radiofónico contesta sólo a dos de las cinco clásicas preguntas que se combinan de acuerdo con la naturaleza de la noticia:

- qué-quién o quién-qué;
- dónde-qué o qué-dónde.

Responde fundamentalmente a la acción (qué), reuniendo junto a ella los elementos básicos del hecho quién o dónde. Por la misma naturaleza del medio, el lead radiofónico debe añadir una pregunta vital (cuándo). El cuándo, en radio, supone la máxima rapidez en la transmisión. Por ello no contesta nunca con un «ayer» y tampoco con un «hoy». Habla de «esta mañana», «hace dos horas», «ahora», «en estos momentos», porque el proceso de la comunicación es mucho más breve que en cualquier otro medio.

Así, el «qué» y el «cuándo» quedan como elementos fijos del lead, mientras «quién» o «dónde» son variables. El orden de los mismos dependerá del hecho y de los protagonistas. Así, en «El Sha Reza Pahlevi ha fallecido esta mañana en El Cairo» es forzoso responder antes al «quién». Por contra, en «han muerto siete personas al hundirse, hace dos horas, un hotel en...», necesitamos contestar antes al «qué».

En resumen, el lead radiofónico se caracterizará por:

- Ocupar el segundo lugar en la redacción.
- Responder a la acción y al tiempo como elementos fijos.
- Actualizar el «cuándo» y, por tanto, dar un mayor nivel de inmediatez. Ello obliga a escribir en indicativo, preferentemente en presente y pretérito perfecto.
- Utilizar los elementos fijos de acuerdo con la noticia.

#### 6.1.4.3. *Narración*

Fijada la atención por el arranque y dada la noticia en el lead, la información puede terminar ya. De hecho, la noticia flash no requiere otros elementos, y los boletines horarios exigen también poco más. Pero en servicios principales, magazines y boletines de resumen debe contarse la historia completa.



Esa función en prensa la cubre parte el lead —que responde a todas las preguntas— y el cuerpo de la información ordenado con un interés decreciente. En radio no puede admitirse una analogía entre «cuerpo» y «narración», porque se necesita mantener el interés del oyente hasta que termine la noticia.

Por ello, contar los hechos requiere construir una narración: procurar que haya tantos elementos importantes al principio como al final; se trata, en definitiva, de repartir el interés de la información, de crear una *tensión* en el desarrollo de la noticia.

La narración contestará, pues, a aquellas preguntas que no entraron en el lead: «cómo», «por qué», y de las dos variables «quién» o «dónde». De este modo, todos los elementos importantes de la noticia quedarán reflejados en la información sin que requiera extenderse innecesariamente.

Al redactar la narración debe tenerse en cuenta que el estilo sea claro y muy directo; las frases deben conservar una cadencia de unas veinte a treinta palabras, sabiendo romper en el momento apropiado para recuperar el ritmo si la noticia se extiende demasiado. De este modo, la lectura ante el micrófono resultará más sencilla para el locutor y repercutirá directamente sobre la comprensibilidad de la información por parte del oyente.

En el desarrollo de la narración no se debe temer la repetición de aquellos datos que indiquen al oyente quién es el protagonista o dónde se sitúan los hechos. El final de la narración debe dejar el camino preparado para introducir la última fase de la información.

#### 6.1.4.4. Cierre

Es un segundo lead de la información con características mucho más flexibles que el primero. Su finalidad es resumir la noticia para asegurar una recepción lo más completa posible. El cierre no es siempre necesario, sobre todo si arranque, lead y narración fueron suficientemente claros, pero es conveniente en aquellas informaciones que, por su naturaleza, requieren un mayor tiempo dentro del programa. De ahí la necesidad que sea como un segundo lead o un resumen urgente de todo lo dicho; por tanto, supone el empleo de un elemento fijo —qué— y otro variable —quién o dónde—, sin que haya necesidad imperiosa de hacer referencia al «cuándo». Este tiene todo su impacto en el auténtico lead de la

información y, a menos que sea realmente necesario, puede suprimirse en el resumen para dar entrada al aspecto más importante de la noticia.

Por su carácter, el cierre es utilizado con mayor frecuencia en la redacción de información de los servicios principales. Desde el punto de vista del programa, un cierre bien redactado redondea cada noticia, dejando que la atención descansa por unos instantes para ser recuperada por el arranque de la información siguiente.

Considerada la información en su estructura básica —entrada, lead, narración y cierre—, podemos trazar un diagrama de la información como género que es parecido al del «relato documentado» de Dovifat, considerándole sólo tres elementos: cita, sumario y cita.

En el caso de la información en radio, la primera cita equivaldría a la entrada o arranque; el sumario, al lead más la narración, y la segunda cita, al cierre. Evidentemente, ésta no es una fórmula cerrada ni definitiva, pero es, en cualquier caso, un intento de estructuración básica que se adapta al estilo de la radiodifusión.

En la redacción de una información radiofónica hay que considerar, además de su estructura, una serie de elementos redaccionales que contribuyen a dar mayor objetividad, autenticidad y claridad a la lectura y recepción.

#### 6.1.4.5. Actualizar las noticias

El término no supone exclusivamente hablar de «ahora», «en estos momentos», etc., sino también una labor redaccional: añadir nuevos datos a noticias que ya se dieron y que aún mantienen un interés.

Esta labor de actualización se da fundamentalmente en los flash, que, por su naturaleza, siempre admiten ampliación de datos en los boletines horarios y en los de resumen. Los servicios principales van a las noticias más «hechas». La actualización constante de las informaciones les da un aire siempre nuevo, y es un índice del trabajo informativo de la redacción de la emisora.

#### 6.1.4.6. Citar las fuentes

Con frecuencia se suele omitir la cita de las fuentes de noticias en la información radiofónica. Sin embargo, con

vistas a una actuación lo más objetiva posible, las fuentes noticiosas deben ser citadas siempre. La fuente es un factor de credibilidad importantísimo, al que el oyente, de acuerdo con sus esquemas, le atribuye un valor determinado. «Asegúrese siempre de que la fuente de información está absolutamente clara para el oyente», recomienda la UPI a los redactores de su sección de radio.

Como regla general, cada noticia debe ir acompañada de su fuente. Sólo en el caso de los boletines horarios, donde la información es fundamentalmente de teletipo, pueden citarse de un modo genérico al principio y al final del programa (información elaborada sobre los despachos de las agencias France Press y Reuters, por ejemplo).

Para citar las fuentes de información en radio son útiles estas sugerencias:

- Citar la fuente en el lead, siempre que sea posible.
- Citar la fuente al principio de frase, siempre que se pueda.
- Evitar colocar la fuente al final de una frase o párrafo.
- Evitar identificar la fuente dentro de una frase, a menos que sea necesario para evitar la repetición de largos períodos.
- Cuando la información arranque con una cita textual, la fuente deberá ir inmediatamente después para evitar que el oyente identifique la frase con el punto de vista de la redacción.

#### 6.1.4.7. *Nombres y cargos*

Parte fundamental de la noticia es el nombre del protagonista —o protagonistas— de los hechos. Los nombres personalizan un suceso, dan credibilidad a la noticia, identifican al personaje y dan su relevancia a la información.

Por eso deben ser completos —nombres y apellidos—, siempre que el personaje no sea suficiente conocido, y estar correctamente situados dentro del texto de la información.

Los nombres de los personajes famosos conviene colocarlos al principio de la noticia. Atraen la atención y dan interés al hecho.

Cuando presente dificultades, junto al nombre debe escribirse la pronunciación correcta entre paréntesis.

Si la persona a que nos referimos tiene un cargo, conviene colocar éste antes del nombre.

Cuando el personaje es suficientemente conocido, no es necesario incluir el cargo ni el nombre completo.

Si el nombre es realmente complicado y el personaje tiene un cargo, es mejor citar éste que aquél.

#### 6.1.4.8. *Abreviaturas*

Con pocas excepciones, las abreviaturas están desterradas de la información radiofónica. Así, no podemos escribir E.E.U.U., sino Estados Unidos; como tampoco U.R.S.S., sino Unión Soviética.

Como excepciones pueden figurar las organizaciones internacionales suficientemente conocidas: ONU, OTAN, etc.

#### 6.1.4.9. *Cifras*

Los números presentan especiales dificultades de comprensión por parte del oyente. Por ello es necesario «tratarlos» adecuadamente: evitar su uso siempre que se pueda, procurando incluirlos como primera palabra de la frase de entrada —a menos que sea necesario— y redondear las cifras y pronunciarlas con claridad. En los casos de números telefónicos, conviene darlos uno a uno y repetirlos en períodos.

Así:

- 490.650 ptas. ... serán «casi medio millón de pesetas».
- 516.233 ... .. serán «algo más de medio millón».
- 1.536.876 ... .. serán millón y medio.

El número telefónico 23 58 93 pasará como: 2-3-5-8-9-3, y repetido: 2-3, 5-8, 9-3.

#### 6.1.4.10. *Espacios, cronometraje y correcciones*

Una primera aproximación al guión del programa informativo nos indica que el texto debe ser escrito a 65 pulsaciones por línea y a triple espacio, con el fin de facilitar las correcciones del texto. El margen derecho del texto estará lo más próximo posible al margen del papel, de modo que quede un amplio espacio a la izquierda, con el fin de

anotar allí las indicaciones necesarias para el control, caso de haberlas.

En ningún caso las palabras podrán dividirse al final de una línea; deben ser completas para facilitar la lectura. Tampoco una oración o un párrafo pueden pasar de página; induce al locutor a frecuentes errores. Si la información sigue en otra página, debe indicarse con una flecha o el signo que tenga convenido la emisora.

Escribir el texto a 65 pulsaciones por línea tiene la ventaja de poder realizar un cronometraje de la duración de la información redactada. Normalmente, un locutor lee 16 líneas de 65 pulsaciones en un minuto. De todas maneras, el ritmo de lectura depende del locutor, y el redactor debe conocer las posibilidades propias —si ha de leer su texto— o las del locutor del programa, como ya se indicó.

#### 6.1.4.11. Consideraciones finales

Una vez que la información ha sido redactada y corregida, el redactor debe plantearse todavía algunas cuestiones:

- ¿Responde la información al despacho de la agencia?
- ¿Se han respetado las normas éticas y jurídicas de la información?
- ¿Se ha hecho todo lo posible para una mejor comprensión de la noticia?
- ¿Está asegurado el interés del oyente?

Si puede responder positivamente todas las cuestiones, la información será emitida.

## 6.2. El reportaje

Desde un punto de vista exclusivamente técnico, el reportaje es el género que, por sus características, presenta mayores posibilidades de adaptación a los distintos medios de comunicación. Es un género flexible en su concepción, rico en el lenguaje, de gran impacto si se elabora correctamente, y aceptado gustosamente por los receptores informativos. Hasta tal punto es flexible su estructura que, *a priori*, no existe un reportaje perfecto. De él pueden estudiarse sus notas más características a base de generalizaciones, enumerar los distintos tipos y dar unas reglas básicas para la realización técnica en cada uno de los medios.

Reportaje, según Albertos, es «una narración periodística de una cierta extensión y estilo literario muy personal en la que se intenta explicar cómo han sucedido unos hechos actuales, aunque no constituyan propiamente noticia». A esta definición habrá que añadir una consideración estética como parte integrante de la narración de los hechos. La transposición del género al medio radiofónico lleva estudiar de sus notas distintivas.

### 6.2.1. SUS NOTAS

Una vez más, resulta obligatorio referirse a la rapidez con que la radio puede actuar. Esta circunstancia condiciona, como vimos, su carácter, y obliga a unas determinadas medidas de actuación en todos los terrenos, y muy especialmente en la información.

El reportaje radiofónico está *ligado a la actualidad, fundamentalmente*. No se trata, en principio, de elaboraciones exentas del nerviosismo informativo, ni de largos procesos de creación, aunque en ocasiones así suceda. Como forma pura nace y vive ligado íntimamente a la actualidad más urgente, hasta el punto de que, con frecuencia, el reportaje radiofónico *narra los hechos mientras están sucediendo*.

En función del contenido a comunicar, el reportaje es ocasional y, por tanto, desaparece una vez cumplida su misión. Pero considerado dentro de la programación informativa, aparece como el componente principal de la más óptima forma publicista del mensaje radiofónico: la información. De hecho, el reportaje figura como el género más cotizado, digno de ser tenido en cuenta a la hora de elaborar la programación total en las más importantes estaciones radiodifusoras. Considerada esta circunstancia y la labor que el reportaje cumple en una programación informativa diaria ligada a las características del mensaje radiofónico, puede afirmarse que, frente a una consideración ocasional en función del contenido, nos encontramos ante una auténtica continuidad de actuación que le perfila como *una unidad programática* de entidad suficiente dentro de la programación informativa total.

Por su vinculación a lo más nuevo, el reportaje en radio *aproxima al oyente la realidad del momento*; cumple un papel de *testigo* de los acontecimientos a la vez que facilita un *testimonio* de la realidad del modo más completo posible, aportando una mayor autenticidad al mensaje informativo.

Periodísticamente, el reportaje es una narración de hechos —actuales o no—, y, por tanto, su finalidad es *aportar todos los datos posibles* del modo más objetivo que se pueda. La transcripción del género al medio supone la necesidad de que esos datos hagan referencia a todo, por supuesto, pero de un modo fundamental a los datos de tipo humano. Estos pueden ser completados de un modo más efectivo de lo que lo son en prensa. Por mucha «garra» que tenga una narración literaria, difícilmente podrá igualar el impacto de una voz protagonista de los hechos recogida en su ambiente, o reproduciendo éste en el estudio. El tono, la modulación, el vocabulario de un personaje aportan una cantidad de datos suficientes para que el oyente se forme una imagen lo más real posible.

La narración requiere ser hecha desde un punto de vista muy distinto al del reportero de prensa. Es preciso despersonalizarse al máximo en la narración radiofónica para relatar las cosas como en realidad desearía estar viéndolas el oyente. Ello supone una subjetividad tan extrema que conduce, directamente, a una *objetividad máxima* para que cada oyente encuentre en el relato «su forma» de ver las cosas. Ese narrar objetivo, necesario ya de por sí en función del medio, lleva a enfocar el reportaje en un punto muy cercano a la novela behaviorista.

## 6.2.2. ESTILO LITERARIO

Por las mismas características del género, el estilo es muy narrativo y creador. El lenguaje debe ser sencillo y claro, pero muy exacto, de manera que facilite al máximo la comprensión por parte del oyente. Para poder cumplir adecuadamente su finalidad de tratar ambientes deberá ser objetivo, adecuado con el gusto del momento e incluir el mayor número posible de expresiones comunes de una conversación diaria.

## 6.2.3. TIPOS DE REPORTAJE

En la programación, el reportaje viene determinado por su mayor o menor grado de actualidad. Hay noticias que necesitan del complemento urgente de un reportaje para explicar algunas de las circunstancias motivadoras de los hechos, desconocidas a través de los simples despachos de agencia o de los comunicados recibidos por otras fuentes.

Del mismo modo, determinado tipo de hechos —casi siempre previsible en su acontecer— son una magnífica oportunidad para servir un reportaje a los oyentes.

Este tipo de actuación, muy ligado a la noticia del momento, caracteriza el reportaje: retratar acontecimientos sobre la marcha, del modo más rápido posible; se actúa sobre hechos sin concluir, sin terminar.

Cuando el reportaje no está ligado a la noticia de un modo radical, sino que surge de entre los temas actuales, su forma de actuación es bien distinta. Normalmente, se trata de reportajes más pensados sobre acontecimientos que, de algún modo, están «terminados».

El grado de enlace con la noticia nos da, pues, dos tipos de reportajes ampliamente caracterizados que, por su forma de tratamiento, presentan distintas variantes.

Podemos hablar de reportajes condicionados por la noticia del momento y de trabajos informativos actualizados, tratados con técnica de reportaje. Los primeros tienen su campo de acción principal en la calle, mientras los segundos son reportajes que podemos calificar de «mesa», de acuerdo con la terminología profesional.

### 6.2.3.1. Reportaje de calle

Su carácter se define por estar totalmente ligado a la noticia de última hora, de tal modo que el propio reportaje cuenta la noticia, en ocasiones. Es un trabajo de urgencia, cuya finalidad principal es difundir los hechos lo más rápidamente posible, actuando así como una *información de alcance*, las más de las veces.

Por su naturaleza, el reportaje de calle cuenta los hechos siguiendo su ritmo de evolución en el tiempo, viviéndolos en cada momento, y, muchas veces, *mientras se producen*. El tipo de narración es, pues, lineal en todas sus ocasiones, ya que, de otro modo, no tendría sentido. Por eso al reportaje de calle se le puede encuadrar, por su estructura narrativa, dentro de los *reportajes de acción*, ofreciendo una visión dinámica de los hechos (mientras se producen), y *desde dentro*, como protagonista, más que como testigo presencial.

Ese narrar *mientras se producen* los acontecimientos marca dos características diferenciadas básicas con respecto del reportaje de prensa. Por un lado, el diagrama típico de pirámides invertidas entrelazadas no es aplicable al reportaje radiofónico de acción, ya que su desarrollo es lineal.

Por tanto, el diagrama —caso de querer establecer alguno— tendría las mismas características del acontecimiento en sí: momentos de interés creciente y situaciones de bajo interés, que el reportero radiofónico *está obligado* a salvar en la medida de lo posible. Es, por tanto, un reportaje que «se hace» segundo a segundo y, por ello, imprevisible las más de las veces en el desarrollo, lo cual es factor importante de interés (suspense).

«Hacer el reportaje» segundo a segundo supone *improvisar* la narración. Aquí reside una de las mayores dificultades de este tipo de reportajes: contar con buen estilo, con claridad y sencillez mientras se producen los hechos, es una prueba que no todos los reporteros superan brillantemente.

Aunque el desarrollo del reportaje radiofónico de acción sea lineal, cabe marcar una estructura básica a partir de la cual puede actuarse; estructura que está ligada a las fases de una narración generalizada: entrada, desarrollo, resumen o cierre.

La *entrada* de cualquier reportaje de acción en radio supone una puesta en contacto con el auditorio, al que hay que descubrirle rápidamente el escenario de los hechos y la motivación que ha llevado al reportero hasta allí. Trata de dar una visión lo más completa posible de lo que va a suceder, aportando los antecedentes necesarios (caso de que los haya) para la comprensión de los hechos. No es un lead clásico; juega con una serie de elementos —acción, escenario, personajes— para introducir al auditorio en el ambiente.

Una vez que estos términos han quedado claros comienza la segunda fase: relato, más que desarrollo, de los hechos; «trasladar» lo que está sucediendo del modo más fiel posible, aportando todos los datos significativos, supone una doble acción simultánea de *selección y valoración*. En este sentido, el relato resultará interesante en la medida en que la selección efectuada sea justa. El reportero deberá actuar teniendo en cuenta aquellos otros datos —también seleccionables y susceptibles de valoración— que reconstruyan el ambiente en el que la acción se está desarrollando.

En el reportaje de acción, *resumir* hace referencia, únicamente, a los hechos expresados durante la narración. Aquí la técnica a emplear puede ser la de un lead: no debe faltar ningún dato importante del relato mientras el escenario ocupa un segundo lugar, pero igualmente eficaz.

Como máxima expresión de este tipo de trabajo informativo radiofónico puede citarse el reportaje en directo de dieciocho horas de duración realizado por la Cadena SER

con motivo del asalto al Congreso de los Diputados, entre los días 23 y 24 de febrero de 1981.

De acuerdo con el mayor o menor grado de inmediatez que posea un reportaje de acción —calle—, puede subdividirse en *directo* o *diferido*.

#### 6.2.3.1.1. Reportaje en directo

El término *directo* se utiliza para significar que el relato de los hechos se ofrece mientras ocurren. Esta inmediatez caracteriza al reportaje: totalmente ligado a la noticia, tiene un desarrollo lineal en su narración e improvisado en su realización. Es, por tanto, la forma más pura de reportaje radiofónico como género periodístico, aunque actúe preferentemente sobre hechos previsibles. En el terreno de lo imprevisible, la actuación es también eficaz, dada la gran movilidad de los equipos técnico-radiofónicos, pero con un carácter distinto con respecto de la noticia: en ocasiones se asiste al final de los acontecimientos, se buscan nuevos datos sobre lo sucedido, se interrogan testigos y se describe el escenario.

##### a) Su lugar en la programación

La distinción entre hechos previstos o no, se refiere fundamentalmente a aquel tipo de acontecimientos que, por su magnitud o interés, es posible atraigan también a la televisión (encuentros deportivos, paradas militares, etc.). Sin embargo, una programación informativa flexible mantiene en la calle un equipo de reporteros cuya finalidad es buscar la noticia (verificarla caso de haberse producido), retratar el ambiente de la ciudad y llevar hasta el oyente un panorama más amplio de la realidad diaria. En este tipo de actuación tiene mejor acomodo el reportaje radiofónico en directo y marcha también su acento de máxima capacidad para la transmisión instantánea de los hechos.

Visto así, el reportaje en directo pasa a la programación informativa no sólo de una forma esporádica —acontecimientos previstos—, sino con la misma fluidez de producción de los hechos; siguiendo el «ritmo de vida» apuntado en capítulos anteriores; ensamblado, en definitiva, en el total de la programación del medio.

### b) *Notas del reportaje en directo*

En general, lo son todas las citadas en el reportaje radiofónico, y especialmente en el de calle. A éstas debemos añadir: mayor grado de *credibilidad* por parte del oyente; saber que los hechos se nos cuentan desde el lugar en que ocurren, y mientras ocurren, elimina en el oyente la sospecha de un tratamiento deformador de las situaciones. En general, el mensaje radiofónico es fiable, pero si es *inmediato* en su comunicación, el grado de credibilidad es total. Este hecho actúa de un modo decisivo sobre la disposición del oyente: concentra su atención más fácilmente ante esta forma dada al contenido.

El «directo» actúa, a la vez, como un notario de lo que está sucediendo. Los sonidos de un «escenario» desde donde contamos la historia —sonidos ambientales, murmullos y la voz de los protagonistas— actúan como testimonio *simultáneo* en la retransmisión. Por ello importa que el reportero examine bien el tipo de micrófonos que llevará a la calle. Un micrófono excesivamente direccional impedirá que llegue hasta el oyente ese otro tipo de datos que facilitan y testimonian la reconstrucción del ambiente en el auditorio. Del mismo modo, un micrófono «omnidireccional» —que capta todos los sonidos— puede entorpecer el reportaje al dar demasiados datos mezclados con la voz del periodista, hasta hacerla ininteligible. Por ello es aconsejable llevar micrófonos de ambiente y micrófonos para el relato. Estos últimos deben ser *autónomos*, para facilitar los movimientos del reportero.

### c) *Ante el directo*

Antes de abandonar la emisora, el reportero debe tomar unas precauciones mínimas que aseguren la correcta recepción de su trabajo.

Verificará, con la ayuda de un técnico, el estado del equipo que debe llevar: tipo de micros, funcionamiento de los mismos, si los cables son suficientemente largos, si los auriculares están en condiciones para recibir órdenes desde la emisora, si son necesarios magnetófonos o no; en caso afirmativo, si se dispone de cinta suficiente, etc. Este tipo de precauciones son necesarias porque cualquier fallo en los elementos técnicos puede ser catastrófico (imposibilidad de comunicarse con el control de la emisora, exceso de ruidos en la retransmisión, falta de material para grabar una en-

trevista interesante, etc.). Asegurarse de que los elementos técnicos están en condiciones cubre un tanto por ciento muy elevado de posibles riesgos. Una vez en la calle, difícilmente podrá encontrar solución a estos problemas.

Si el reportaje a ofrecer pertenece al grupo de «acontecimientos previstos», las precauciones ya no son sólo técnicas. Es necesario hacerse cargo del tipo de trabajo que se pide: duración del mismo, momento de entrar en antena, aspectos que más pueden interesar del acontecimiento, cuál es la visión que del reportaje tiene el redactor jefe para, de esa manera, no actuar sobre aspectos innecesarios y conseguir una mayor eficacia. Saber exactamente qué es lo que se pide es tener medio trabajo hecho, aunque la decisión final esté en sus manos.

De acuerdo con las instrucciones, el reportero deberá acudir al archivo para conocer cuáles son los antecedentes del tema a tratar, caso de que existan y sean necesarios. Por mucho dominio del tema que se tenga, el archivo revelará aspectos nuevos, curiosos, olvidados, útiles en el momento de comenzar a «hacer» el trabajo segundo a segundo.

El reportero debe tener buen cuidado de acudir al lugar desde donde debe realizar su trabajo con antelación suficiente —una medida de prudencia es tomarse el doble del tiempo necesario—. Allí le interesa: *a)* reconocer el escenario y ver qué dificultades plantea desde el punto de vista técnico; *b)* hablar con los protagonistas o personas especialmente cualificadas antes de comenzar la retransmisión; *c)* concretar con aquellas que sean especialmente interesantes una breve entrevista, a realizar durante el reportaje (valoran el trabajo y testifican los hechos); *d)* por último, verificará el equipo ya instalado y pedirá control de sonido a la emisora.

### d) *Ante el micrófono*

La imagen de un reportero ante un micrófono para realizar un reportaje en directo es la de un hombre solo, por muy arropado que se encuentre de su «equipo» —caso que cuente con él— y aunque esté rodeado de una gran multitud. El reportero cuenta únicamente con su voz y talento para conseguir que el oyente pueda llegar a formarse una idea exacta de lo que sucede, para que tenga un relato puntual, instantáneo y veraz. Cuando esté «en antena», cada palabra es decisiva, y todo cuanto diga ante el micrófono —parece obvio indicarlo— llegará a cada uno de los miles de perso-

nas que le estén escuchando. Sin embargo, estos aspectos se olvidan con demasiada frecuencia.

Si para cualquier reportaje no pueden darse unas reglas abstractas, ni decir *a priori* qué reportaje es perfecto, en el radiofónico directo todavía existen menos posibilidades de estructuración. Puede hablarse de unas reglas mínimas de la estructura —entrada, narración, resumen—, de unas medidas prácticas —verificación de equipos, idea del trabajo, archivo, etc.— y, sobre todo, de cualidades personales del reportero.

Son exigibles, además de las cualidades comunes de cualquier periodista, una *gran facilidad de palabra* (es el único medio que tiene de comunicarse con el oyente), enorme *capacidad de improvisación* para salvar dificultades que se presenten durante el trabajo, *rapidez de reflejos* para seguir la acción, *capacidad de síntesis* que le permita seleccionar y valorar datos sobre la marcha, *conocimiento del tema* que trata y, sobre todo, una enorme *cultura verbal* que le permita llegar de un modo sencillo y claro al oyente.

Si junto al relato de los hechos el reportero sabe introducir «telones de fondo» en el momento oportuno —datos sobre el ambiente y el escenario— y maneja hábilmente las entrevistas (concertadas de antemano o las que pueda conseguir una vez finalizada la acción), el reportaje tendrá asegurado el éxito.

#### 6.2.3.1.2. Reportaje diferido

Se llama *diferido* al programa —radiofónico o televisivo— cuya emisión no se realiza en el mismo momento en que ocurren los hechos. Ello supone la utilización de técnicas de conservación del sonido o la imagen; esto es, grabaciones en cinta magnetofónica o en cinta de video.

El reportaje de calle diferido es grabado en lugar del suceso mientras se producen los hechos, pero se emite con posterioridad. Esta circunstancia priva al *diferido* del carácter de máxima actualidad que comporta el *directo*. Pese a ello, sigue siendo un trabajo altamente relacionado con la noticia y, por tanto, participe también de ese carácter de urgencia que tiene el reportaje de calle en general.

El *diferido* participa del mismo lugar en la programación informativa que el *directo*, salvando la diferencia en grado respecto de la actualidad más estricta. También para el reportaje de calle *diferido* son válidas las consideraciones ex-

puestas con respecto al *directo*, en cuanto a preparación, desarrollo y medidas prácticas a tomar en cuenta. Por eso aquí sólo se indican las notas características y detalles técnicos complementarios.

##### a) Notas

Por su realización instantánea, se trata de un reportaje improvisado con carácter de menor urgencia, que añade la posibilidad de un *trabajo más elaborado*, susceptible de una *valoración* de cada elemento del reportaje.

Supone, pues, una *labor técnica de montaje* en el estudio y posibilidad de añadir, posteriormente, un texto redactado, perfeccionando aquellos aspectos que lo requieran después de oída la grabación original.

También se cuenta con la posibilidad de añadir otras fuentes sonoras distintas a las originales; es susceptible de una dramatización o escenificación mínima, si lo requiere. Todo ello en un plazo limitado de tiempo, porque *diferido* no significa, forzosamente, de hoy para mañana o la semana próxima. El *diferido* nace de su menor interés con respecto al programa que está en antena, pero puede introducirse inmediatamente después. Es posible montarlo, siempre que no se trate de rehacer todo el trabajo.

##### b) Montaje

Cualquier manipulación técnica requiere la existencia de un material básico sobre el que actuar. En el caso del reportaje diferido, conviene que el redactor escuche la grabación inmediatamente después de realizada, sobre el propio terreno del suceso y tras cada intervención. Con ello se asegurará de si la grabación se realizó o no —fallos en el equipo— y la calidad de la misma y del contenido.

Ya en la redacción, interesa escuchar el total de lo grabado para corregir o mejorar la calidad del trabajo y comprobar si el material se ajusta al tiempo que tiene asignado.

Ante la grabación, el reportero debe pensar que la cinta no es algo de una naturaleza tan monolítica que no admite tratamiento de ninguna clase. Al contrario: una grabación magnetofónica es algo flexible, susceptible de ser tratado en todas sus partes. La cinta magnetofónica, siempre que se actúe con el suficiente conocimiento del medio y del material, admite prolongar su duración, recortar determinados pasajes excesivamente largos, suprimir los que parezcan inapropiados e incluso mejorar la calidad del sonido, en oca-

siones. Naturalmente, todas estas operaciones no se pueden realizar en un trabajo que comporta una urgencia relativa o inmediata. El reportero debe llevar una idea de su trabajo cuando va a realizarlo y pulirla durante el desarrollo, *de manera que la manipulación posterior sea mínima*. Pero no siempre se actúa con la fortuna suficiente como para que no necesite retoque.

La primera preocupación ante el material es comprobar la duración del mismo —*minutarlo*— para saber si se ajusta al tiempo adjudicado, pasa o falta.

El segundo paso es ordenar la narración de acuerdo con un esquema lineal en el orden que se produjeron los hechos, caso de que no se haya efectuado así durante la grabación.

Ordenado el material de acuerdo con el desarrollo, puede fijarse objetivos concretos dentro del reportaje: cortar unas declaraciones, suprimir unos centímetros de cinta que tienen mala calidad de sonido, dar un equilibrio a los bloques o introducir un texto complementario al tema.

Para realizar estas operaciones deberá tenerse en cuenta siempre que:

— Los sonidos originales de ambiente deben ser respetados siempre que sea posible; añaden credibilidad y autenticidad.

— Determinadas reacciones del público son una valoración preciosa, y suprimirlas, cuando son la expresión de un sentir o de una emoción, equivale a condicionar el mensaje.

— Las declaraciones de los personajes, a menos que sean improcedentes, son insustituibles y, por tanto, deben darse siempre que sean interesantes, aun cuando tengan mala calidad de sonido y mientras sean inteligibles.

— Aquellas partes menos interesantes de unas declaraciones pueden ser resumidas en un texto que se adjuntará a la grabación o suprimidas totalmente, siempre que sea necesario.

— Todas las partes del reportaje deben guardar un mismo nivel de sonido.

— Deben conservarse todos los elementos que contribuyen a dar mayor realidad y autenticidad, claridad y objetividad.

### 6.2.3.2. Reportaje de mesa

Este tipo de reportaje viene caracterizado, primordialmente, en función de un contenido que no está vitalmente ligado

a la noticia del momento, sino que surge de entre los temas que son actuales o de alguna manera actualizados. En una segunda observación se liga a la noticia de un modo excepcional y, entonces, presenta unas características distintas de acuerdo con la programación.

En el primer aspecto podríamos incluir los reportajes *ex-temporáneos*, de contenido vario, que puede constituir por sí mismo un programa informativo en una proporción mínima, si se considera de un modo estricto. En el segundo, los reportajes especiales o grandes reportajes, con una motivación directa en la actualidad.

El reportaje de mesa se plantea como narración de hechos ya conocidos y «terminados» en su desarrollo, sobre los cuales es necesario insistir en razón de la actualidad, o que son tratados para cumplir una finalidad de «entretener» o «cultivar» utilizando este género. Si tenemos en cuenta que «cultivar» o «entretener» fueron propuestos como *finés conexos* del mensaje radiofónico, el relato de los hechos ligados con la actualidad se nos presenta como la forma más pura de entre los *reportajes de mesa*.

Así considerado, el reportaje de los hechos concluidos, cerrados, sobre los que ya cabe una perspectiva, corresponde con el *reportaje de acontecimientos* de Albertos —relato objeto de los hechos, según Dovifat, o «fact story», de Carl Warren—. Y ello por buscar una clasificación lo más ajustada posible del género en radio. Porque ni su estructura ni su desarrollo coinciden con su antecedente en prensa.

### 6.2.3.2.1. Notas

El reportaje «de mesa» es siempre *diferido*, lo cual es tanto como decir que es un trabajo no *improvisado*, sino todo lo contrario: preparado hasta sus últimos detalles. Aquí conviene hacer hincapié en el concepto *diferido*: supone una grabación, pero, sobre todo, una relación temporal con el momento en que se produjeron los hechos. De modo que también puede considerarse *diferido* de un reportaje que se emita en el momento de la *producción*. Para este tipo de programas con diferencia temporal respecto de los hechos, pero inmediata en cuanto a su producción y emisión, se utiliza el término *en vivo*. La diferencia es importante, porque supone que muchos de los programas con respecto de la producción pueden ser *en vivo*, pero no directos; o, lo que es lo mismo, *en diferido* con respecto del momento en que



se produjeron los hechos. En cualquier caso, la aparición de las técnicas de conservación de sonido marcan un momento histórico en la producción técnica radiofónica, dando paso a la época del *diferido*, que asegura la ausencia de fallos en la emisión, una mayor claridad y una fórmula insustituible para una planificación programática.

Contrapuesto al reportaje de calle, el de mesa supone, pues, una *preparación total*; el aporte de una idea o noticia que deberá desarrollarse después de haber *investigado* sus orígenes, evolución y desenlace, convenientemente estructurado y valorado a la vista de sus consecuencias.

Otra característica es el empleo de la *dramatización* de un modo generalizado. Lo que en ocasiones falta de actualidad a este tipo de trabajos hay que darlo en emoción, en acento, en aportación de hechos o datos. Por ello, la dramatización se presenta como la técnica ideal, ya que supone una actualización de momentos pasados y una presentación lo más adecuada posible, al medio y sus características; escenificada para ser recibida en presente.

Por su referencia al tiempo adjudicado a este tipo de programas, puede decirse que cuentan siempre con una mayor duración que un reportaje de calle. Su extensión y preparación pueden calificarlos también como *reportajes en profundidad*, lo que les autoriza, por así decirlo, a incluir en el reportaje una cierta valoración de fondo, en busca de una solicitud de opinión. Responden, en definitiva, a un nivel informativo superior a la mera comunicación de hechos, e incluso a estadios más elevados, como pueden ser los propios «magazines». Sin embargo, la consideración dominante es la de un mensaje de gran definición estética, dada la flexibilidad del género, el carácter del medio y las posibles motivaciones del contenido.

#### 6.2.3.2.2. Tipos

En su aspecto más profundizador de la información radiofónica, y con el empleo de la dramatización como técnica, puede decirse que el reportaje de mesa encuentra sus orígenes —y a la vez sus mejores realizaciones— en los reportajes de Edward R. Murrow, de 1940, titulados *London after Dark*, o en la serie radiofónica de la CBS *We Hold These Truths*, realizada en 1941. De ellos arranca un tipo de reportaje que por su *monumentalidad* puede ostentar el título de *documento o documental*; en la doble vertiente de investigación

de hechos recientes, actuales, o reconstrucción de acontecimientos históricos.

Un grado *por debajo del documental radiofónico* se encuentra el *gran reportaje de actualidad* ligado al momento por la aparición de una noticia de excepcional interés. En este sentido, hechos como los asesinatos de los dos Kennedy, o el fallecimiento de De Gaulle, Winston Churchill o del Sha Reza Pahlevi, han dado lugar en toda la radiodifusión mundial a la preparación de grandes reportajes. Analizados en sus últimas consecuencias, estos reportajes así promovidos no son sino una parte del desarrollo *secuencial* de la programación informativa. Su finalidad es inmediata, y su aparición ocasional en función del contenido. En casos como los citados, el reportaje tiene también mucho de improvisado —en cuanto que debe prepararse en el menor tiempo posible—, pero elaborado tanto por el material de base anterior (archivo) como por la investigación rápida de los acontecimientos.

En el último lugar nos hallamos con un tipo de *reportaje* que constituye, también, un programa, pero cuyo contenido bien está ligado con la actualidad de un modo muy débil —*actualizado*— o pretende una finalidad de «distraer» o «cultivar». Por su tratamiento más superficial de los temas no puede incluirse dentro del llamado «documental», de características bien distintas. Esta técnica del reportaje actualizado en contenido es también, básicamente, la de los programas informativos semanales, cuya pretensión es resumir una semana de actualidad para el oyente (cfr. complementos a la Programación Informativa).

#### 6.2.3.2.3. Lugar en la programación informativa

Dada la distinta motivación de los tres tipos principales de reportaje de mesa, puede establecerse una distinción fundamental con respecto a la periodicidad: fijos y ocasionales.

Al primer grupo pertenecerían los llamados *documentales radiofónicos* y los *reportajes actualizados*, e incluso las *revistas semanales de resumen*. De los tres, el primero tiene una entrada difícil en la programación diaria con periodicidad fija; un buen documental radiofónico es tan costoso de producción como uno cinematográfico o televisivo, porque su base más importante es la *investigación y reconstrucción* en un sentido científico. A ese tiempo debe añadirse el de la producción material (redacción del guión, selección de

documentos sonoros, fondos musicales, etc.) y del montaje. Por tanto, un documental radiofónico es un tipo de reportaje de los que pueden producirse pocos en un año, excepción hecha de las emisoras con gran potencial económico.

En cambio, el reportaje actualizado cabe perfectamente en la programación semanal e incluso en la diaria. De hecho, este tipo de reportajes están presentes cada día en muchas emisoras, con diversos títulos. En aquellos cuya finalidad es el resumen de una unidad de tiempo superior, es lógico que su programación sea semanal.

Al segundo grupo —*ocasionales*— pertenecen los grandes reportajes (*emisiones especiales*), cuya aparición está directamente ligada a una noticia del día de carácter excepcional. Por tanto, no cabe una relación a la periodicidad, sino una política informativa que dé entrada a este tipo de reportajes tan pronto como una noticia lo requiera. Es evidente que el indicar «una noticia de carácter excepcional» no se supone que dicha noticia esté directamente relacionada con un gran personaje o con una catástrofe. Simplemente se hace referencia a aquel tipo de contenidos que revistan un interés muy marcado, bien sea en un ámbito local, regional o nacional.

#### 6.2.3.2.4. Ante el reportaje

La naturaleza del documental y el gran reportaje de actualidad (necesidad de una investigación efectiva), y las técnicas que en ella se emplea, los configuran como auténticas *producciones radiofónicas* de corte informativo. Por ello, antes de acometer un gran reportaje es preciso conocer a fondo o, al menos, tener ideas muy claras sobre *la técnica de la expresión radiofónica*. Resulta necesario porque en el desarrollo de este tipo de trabajos deberá utilizarse con frecuencia, si se quiere obtener un impacto proporcionado al esfuerzo que supone. Ligar los bloques entre sí, las partes de cada bloque, hacer distorsiones en la narración —adelante o atrás—, decidir qué tipo de fondo musical se necesita, etcétera, requieren una técnica que es tan precisa en radio como en cine y televisión, pero, a su vez, libre para ser creada en cada momento.

Por ello, el «reportaje-producción» no es labor de un redactor o de una persona aislada, sino el resultado del trabajo de todo un equipo, cuya finalidad es conseguir el mejor producto por el costo relativamente más bajo.

Antes de iniciar la producción de un reportaje de este tipo deben conocerse los siguientes extremos:

— Tema exacto del reportaje, lo cual hace referencia no sólo al tema genérico, sino al especial enfoque que se le quiere dar, efectos y fines que se quieren conseguir.

— Tiempo total adjudicado al reportaje, de modo que se puede realizar una labor lo más exacta posible en el desarrollo de todas sus partes. La duración condicionará cada una de ellas, e incluso la fuerza que sea posible imprimir a los aspectos fundamentales del reportaje.

— Tiempo máximo de producción, es decir, día en que deberá ser entregado —caso de producciones a largo plazo— u hora en que deberá estar en antena —caso del reportaje ocasional—.

— Presupuesto para la producción, número de elementos técnicos, la calidad de los mismos y posibilidad de incorporar, ocasionalmente, a especialistas de prestigio reconocido en el tema de que se trata.

— Equipo humano con el que se cuenta para la producción.

— Fuentes de documentación propias —archivo de contenido y sonoro— y ajenas: posibilidad de acceso a las mismas y de colaboración con otras emisoras o entidades.

De todas estas consideraciones —de fácil comprensión, por otra parte—, la única que merece una mención especial es la del equipo humano que ha de poner en marcha el reportaje.

Por la naturaleza, es lo más parecido a las grandes producciones radiofónicas no informativas —creación, teatro del aire, etc.—. Un equipo así constituido podríamos dividirlo en dos grandes sectores: aquellos cuyo cometido es investigar, documentar, redactar el reportaje, en definitiva, y aquellos otros cuyo fin es realizar materialmente la producción.

La función del director o redactor jefe (no hay una terminología exacta) consiste en dirigir la realización informativa: desde la investigación de los hechos, hasta el guión listo para grabar, o emitir, caso de un programa en vivo. Según las emisoras y los países el director periodístico suele hacer también las veces de *realizador*, dirigiendo en los estudios el montaje del programa; o bien se establece una división entre el cometido del redactor jefe y el del realizador en el estudio, a cargo, pues, de dos personas distintas. De

modo conjunto o separado, la responsabilidad recaerá sobre ellos de modo total o parcial.

Entre los redactores podemos distinguir aquellos que tienen una función exclusivamente redaccional y los que se ocupan de la investigación de hechos, archivos y documentación.

En los estudios, y para el montaje del programa, encontramos al *realizador* —caso de no ser el mismo redactor jefe— el *sincronizador*, o encargado de control, que combinará con la máxima perfección todas las fuentes sonoras, el *operador de discos* —conocedor exacto de cada uno de los elementos musicales previstos en el guión—, el *sonorizador* que habrá elegido los efectos especiales y los fondos musicales, y, por último, los *actores*, caso de existir partes que necesiten su actuación.

#### 6.2.3.2.5. Selección y valoración

La producción de un reportaje informativo de este tipo, en cualquiera de las variantes estudiadas, supone la acumulación de una enorme cantidad de material que es necesario seleccionar, y valorar adecuadamente para que pase a formar parte del programa. De este modo, además de la selección de datos y documentos escritos, se presentará también la necesidad de elegir entre los testimonios sonoros con que se cuente —grabados especialmente para el reportaje o conseguidos en la fonoteca de la emisora—, además del problema de encontrar una música «que vaya» exactamente con el texto y de unos sonidos especiales necesarios en determinados momentos; afortunadamente, en este último caso se contará con la colaboración del personal especializado de la emisora.

¿Con qué criterios debe realizarse la selección y valoración del material? Evidentemente con los criterios subjetivos propuestos al iniciar el trabajo por el redactor jefe o director, en cada caso. Pero tanto, para los datos, los textos y los testimonios, valen criterios objetivos de acuerdo con la mayor proximidad a la noticia o hecho que provoca el programa; así se elegirá lo más nuevo, junto a lo más desconocido, la opinión más autorizada junto al documento más sorprendente y, todo ello, con la mejor calidad de sonido posible.

#### 6.2.3.2.6. Estructura y desarrollo

El reportaje, en general, es definido como una «narración» informativa de una cierta extensión y estilo literario muy personal, desprovista, muchas veces, de los módulos estrictamente periodísticos para poder «contar» de un modo fluido.

Por su carácter de narración —flexible, además—, el reportaje en esta modalidad, requiere la estructura básica de «entrada», «desarrollo» y «resumen», «cierre o desenlace». Por suponer la narración del hecho, considerado con cierta perspectiva y rodeado de sus circunstancias, entraña la aparición de varios hechos paralelos en su discurrir temporal. Cuando el reportaje toma alguna de las formas anteriormente expuestas —de modo especial el gran reportaje y el documental—, es necesario e inevitable la inclusión de hechos adyacentes o paralelos si se quiere dar una visión lo más completa posible.

Esta consideración marca de modo aproximado la estructura, y sobre todo el desarrollo, de los reportajes radiofónicos de mesa en sus dos categorías o tipos principales. Consideraciones que, por otra parte, son básicas en la estructura y desarrollo de la narrativa literaria más tradicional, pero válidos también en cuanto a la radio se refieren. Y ello no sólo en el reportaje que suponga una cierta dramatización, sino también en otras formas publicísticas del mensaje radiofónico, como la creación.

Por tanto, a la hora de estructurar y desarrollar un reportaje de estas características, deberá tenerse en cuenta si la «historia» principal objeto del reportaje comporta a su vez *historias adyacentes*, necesarias para la comprensión de los hechos. Si la historia es simple —sin adyacencias temáticas—, nos encontraremos ante un *empleo lineal del tiempo de la narración*. En realidad esta circunstancia se da muy raramente en trabajos de cierta profundidad; es mucho más propio de la noticia, de la pura información, o del reportaje directo.

Si, por el contrario, además del tema principal, es necesario abordar otras historias —acontecimientos paralelos—, entonces nos veremos obligados a desarrollos cuyo *tiempo de narración sea pluridimensional*; esto es, a desarrollos *sucesivos* como si se tratara de un campo visual en lugar del auditivo. Este desarrollo temático, esta utilización del tiempo, es, en realidad, la única limitación que puede ponerse a la *simultaneidad* del campo auditivo, aunque, en realidad,

se trate mucho más de la limitación del *campo intelectual*, que del auditivo: de *inteligibilidad más que de simultaneidad*.

Por otra parte, el empleo de un *tempo* pluridimensional, puede añadir, como es bien conocido, interés e intriga a la narración. El empleo de los hechos o factores «a-b-c» en su orden (tiempo lineal) o su uso pluridimensional (b-c-a o c-a-b, por ejemplo), pueden aportar una nueva significación, comunicar emoción al relato. Es, en definitiva, la *deformación temporal* del desarrollo retratada por Leo Vygotski: «La disposición misma de los sucesos en una narración, la combinación de las frases, imágenes, acciones, actor, réplica, etc., obedece a las mismas leyes de la construcción estética a las cuales obedecen las combinaciones de sonido en la melodía o en la palabra en verso».

Por tanto, en un reportaje radiofónico, la carga estética —frecuentemente menospreciada y desaprovechada dada la flexibilidad del género—, es muy importante. Estética que comporta un triple aspecto: *de la estructura y desarrollo temático* (estética de la narrativa), *de las patos simultáneos del mensaje radiofónico y de los elementos simultáneos del mensaje radiofónico* (estética de la expresión radiofónica). De otro lado, la base principal de adecuación del montaje musical en radio —utilización justa de elementos sonoros—, se encuentra precisamente en el hallazgo de esa correspondencia estética entre los elementos de la narración y las «combinaciones de sonido en la melodía».

### *Desarrollo lineal*

Supone la inexistencia de historias o ramificaciones paralelas y la exclusión voluntaria de una deformación temporal por parte del autor. En este caso nos encontramos ante un reportaje de características «tradicionales». Es decir, se recurre a formas clásicas:

- Utilización de una cabecera del programa que deberá cumplir las condiciones de presentación, créditos de autor, director, actores, montadores, etc., planteamiento del tema y definición del tono del programa.
- Bloques rígidamente separados.
- Resolución formal, etc.

Este tipo de desarrollo presenta una dificultad fundamental en radio; la linealidad en la historia supone una

*escucha total de principio a fin*, con un elevado grado de interés por parte del oyente. Esta «cronología» interesante en la información es, sin embargo, difícilmente aconsejable en el reportaje, a menos que la calidad de la dramatización sea capaz de superar la monotonía lineal.

### *Deformación temporal narrativa*

Busca un impacto desde el principio: no existen módulos fijos; la careta y la resolución son mucho más informales; incluso los mismos bloques tienen otra coherencia y grado de unión entre sí. En la narración con «deformación temporal» es mucho más fácil introducir distintos puntos de partida que, elaborados convenientemente, permitirán al auditorio incorporarse a la narración en cualquier momento.

Por otra parte la variedad de las historias adyacentes prestará mayor interés a la narración. La técnica para la introducción de estas historias adyacentes puede ser la misma de la narración literaria:

- *Encadenamiento*, o yuxtaposición de varias historias; terminada una comienza la otra.
- *Inclusión* de una historia dentro de otra.
- *Alternancia*: las historias se interrumpen unas a otras.

### 6.2.3.2.7. Estilo de la narración

En cualquiera de los dos tipos de desarrollo podemos distinguir al menos tres elementos: los monólogos del narrador o presentador, los diálogos de los personajes entre sí, y los diálogos de los personajes con el periodista.

Los monólogos del narrador suelen corresponderse con la descripción de situaciones o el relato de hechos. Por tanto, el estilo debe ser objetivo en alto grado, próximo a la llamada *novela objetiva*.

Sin embargo, cuando los personajes protagonistas del hecho dialogan con el informador se mezclan dos estilos: el primero correspondiente a la presentación de los personajes, que comporta una descripción del protagonista por que interesa retratarlo al estilo de la novela tradicional. El segundo, declaraciones del protagonista o diálogo con él, se vuelve objetivo hasta convertirse en puramente testifical; esto es, un simple traslado de las palabras al oyente. También el diálogo de los personajes entre sí puede tener la

doble vertiente de «declaraciones», o escenificación. En ambos casos se trata de un estilo tan subjetivo como la «narración en primera persona».

#### 6.2.3.2.8. Continuidad

A todas las consideraciones hechas debe añadirse una nota sobre la *continuidad* en el producto-reportaje. Bajo ese término se indican todos aquellos elementos que contribuyen a dar unidad a un determinado programa o a un conjunto de emisiones, enlazándolos con otros.

Desde un punto de vista formal la *continuidad* puede conseguirse a través de varios elementos, pero fundamentalmente de:

— Un narrador, locutor principal o de continuidad, que actúa como elemento de enlace entre las distintas situaciones o bloques.

— La música: la utilización de un tema dominante —*central*—, contribuye a homogenizar el total del trabajo.

— Los efectos sonoros, las ilustraciones musicales, y el mismo «tono de sonido» son otros elementos que pueden favorecer la continuidad de un buen reportaje de las características tratadas.

#### 6.2.3.3. Modalidades del reportaje. La entrevista

Como modalidad del reportaje, la entrevista presenta sus mismas características en cuanto a flexibilidad de estilo y adaptación al medio y popularidad entre los receptores de la comunicación. Es una fórmula informativa muy «vendible» cuya finalidad inmediata es presentar un personaje a la consideración del público. Con origen en la prensa, la entrevista ha pasado con «vida propia» a la radio y la televisión, evolucionado con el desarrollo de los medios audiovisuales y adquirido nuevas dimensiones en el fenómeno de los libros-entrevista. Según Edgard Morin, la entrevista, es una *comunicación personal provocada por un estado de información*.

##### 6.2.3.3.1. Notas

Este carácter de *comunicación personal* le viene dado por la puesta en contacto entre el entrevistado y la audien-

cia. Las palabras de aquél van directamente al oyente, de manera que la entrevista tiene una fuerte carga de interés humano, de «calor humano», como apunta Albertos. Por ser una comunicación personal quedan descartadas de la entrevista las frecuentísimas «declaraciones oficiales» que suponen un monólogo, una comunicación unilateral y no personal. La radio y TV han utilizado tan frecuentemente la entrevista que, como apunta el propio Morin, la ha convertido en un *género familiar y, casi íntimo*. La entrevista, en lo audiovisual, supone un *acercamiento máximo* al personaje, que antes permanecía como un mito inalcanzable. La radio, y principalmente la TV, han conseguido aproximar tanto al personaje, que éste ha perdido leyenda y mito, mientras el espectador transfiere al entrevistador sus sentimientos anteriores hacia el protagonista. Es el entrevistador la «estrella» del espectáculo. Ello ha dado un nuevo giro a la entrevista: tradicionalmente la auténtica entrevista ha sido la «de personalidad», la que se centra en el personaje y no en sus declaraciones; ahora importa más la entrevista en sí, lo que se dice. Asistimos así a una revalorización de la entrevista, a una potenciación en profundidad —todo lo relativa que se quiera—, del *cómo* y el *por qué*, en función del *quién*.

Ello obliga a que la entrevista en radio sea cada vez más inteligente, menos futil, más rápida y frecuente en periodicidad. Esa frecuencia es la que marca a través de la entrevista una *individualización* creciente de los *problemas*.

Por otra parte en radio, la entrevista, al igual que el reportaje en directo, ofrecen un mayor aporte de datos sobre el personaje y tiene un máximo nivel de credibilidad al eliminar en el oyente toda sospecha de manipulación técnica. Si el personaje dice algo es él quien lo dice y nadie más.

##### 6.2.3.3.2. Lugar en la programación informativa

Como el mismo reportaje, la entrevista puede estar integrada dentro de un programa o constituir por sí sola una unidad de emisión.

En el primer caso se trata de entrevistas breves, casi exclusivamente de declaraciones, motivadas por la aparición de un hecho del que interesa conocer determinados aspectos, o confirmarlos en la voz del protagonista, o de la persona más cualificada. Estas «entrevistas-flash» se dan normalmente junto con la noticia que las provoca. Por tanto, no puede hablarse de una periodicidad dentro de los servicios

de noticias, ya que es ocasional. Pero sí puede decirse que entra mejor en los servicios informativos principales diarios y en los de «resumen semanal».

Cuando la entrevista tiene suficiente entidad por sí, o bien se plantea como fórmula de una unidad de emisión, puede hablarse de programas de entrevistas o de reportajes biográficos. En este caso la entrevista puede entrar en la programación informativa diaria como unidad independiente, o en la semanal, en las mismas condiciones.

La entrevista-flash, por último, está justificada en la programación informativa dentro de los espacios puramente noticiosos siempre que documente, apoye o aclare aspectos de un acontecimiento.

#### 6.2.3.3.3. Modalidades de entrevista

La primera distinción en radio debe marcarse en función de la inmediatez existente entre el momento de realizar la entrevista y el de lanzarla al aire. Por ello las primeras modalidades de entrevista serían la *directa* y la *diferida*.

La *entrevista en directo* emitida mientras se realiza, en el estudio o en la calle, es la que presenta mayores dificultades. La información va directamente al público; ello suele producir un cierto recelo por parte de quien hace unas declaraciones. Eso sin contar con los posibles fallos que cualquier tipo de emisión en directo lleva consigo.

*Diferir* la entrevista supone la posibilidad de un montaje posterior —*editing*— que asegure una mayor naturalidad y la eliminación de todos los posibles riesgos de un directo. Por eso, generalmente, las entrevistas se realizan en diferido, tanto si se trata de entrevistas-flash como de unidades mayores.

Después de esta división elemental pueden señalarse hasta nueve modalidades diferentes de entrevista: declaraciones, personalidad, reportaje biográfico, rito, anecdótica, diálogo, neo-confesiones, mesa redonda y encuesta. Todas ellas tienen una perfecta adaptación a la radio.

La *entrevista de declaraciones* es quizá la modalidad menos representativa. Interesan, como dice Albertos, las declaraciones de un personaje con respecto de un tema y, casi siempre, supone la necesidad de un cuestionario previo. Son, frecuentemente, una manera de camuflar las *declaraciones oficiales* de manera que tengan cierto aire de *comunicación personal* y no de monólogo. Sin embargo,

la entrevista de declaraciones es muy útil ante determinado tipo de temas que necesitan una más amplia comprensión, o de los que se prevén repercusiones.

La *personalidad* es, según Albertos, la forma más auténtica de entrevista: interesa la persona independientemente de lo que diga. En este aspecto coincide con la entrevista «anecdótica», de Morin: es frívola, intrascendente, graciosa; anecdótica, en suma. Es la modalidad más frecuentemente usada.

Del *reportaje biográfico* ya se habló al tratar el lugar que la entrevista ocupa en la programación. Sin embargo, no puede confundirse con las *neo-confesiones*. En el primer caso interesa reconstruir la vida del personaje. En el segundo es el entrevistado quien va a su mundo interior de un modo consciente, provocado por él mismo, para exponer su pensamiento y preocupaciones de un modo más o menos sincero. En definitiva, una mayor profundidad creadora de una relación más intensa que la simple entrevista de personalidad, e incluso que el reportaje biográfico.

Frecuente es también la entrevista *rito*: en ella interesa conseguir una palabra del personaje, diga lo que diga. Es la entrevista de los políticos, de los artistas, deportistas, etc., cada vez que aparecen en público, se van o vuelven de algún lugar. En esta *entrevista-rito*, como dice Morin, todo es grande, bello, etc.

La radio y la TV han creado un nuevo tipo de entrevista: el *diálogo* de personaje y periodista ante un micrófono o una cámara. Es una conversación banal que supone la aparición de la palabra dialogada como una nueva fórmula publicística.

#### 6.2.3.3.4. Ante la entrevista

Al igual que frente a cualquier trabajo periodístico, el reportero debe conocer perfectamente el planteamiento previo: interesa hacer la entrevista en directo, en la calle, en el estudio; cuál es la finalidad perseguida; qué enfoque específico se busca; si forma parte de un programa o es independiente; si es un programa por sí mismo, cuál es el tiempo máximo que se le concede en la emisión, etc.

Al igual que en los demás casos, es preciso que el reportero se documente sobre el tema y el personaje objeto de atención. Por mucho que se domine un tema siempre es conveniente repasar los datos que sobre el mismo o el per-

sonaje existan en el archivo. Conocer las actuaciones anteriores, o simples antecedentes, sus relaciones con otros temas o personajes, repercute directamente sobre la calidad de las preguntas y la totalidad de la entrevista, especialmente si es de una cierta extensión.

#### 6.2.3.3.5. Ante el personaje

El entrevistado —dice Morin—, puede ser una «vedette» o un hombre de la calle. Y los caracteriza: «las «vedettes» son las mejores y las peores entrevistadas. Las mejores por su tendencia a exhibiciones narcisistas, a hablar (mucho y bien) de sí mismas. Las peores, porque tienen creado un sistema muy fuerte de autodefensa». Del hombre de la calle no se espera más que una reacción dentro del conjunto. Pero el entrevistado puede ser también un testigo de determinadas situaciones o acontecimientos, y en esa medida interesa. Saber descubrir al personaje, conocerle rápidamente, es fundamental para el entrevistador, que así podrá formularse un juicio acerca de las posibilidades de la entrevista misma.

Ahora bien, en prensa, el buen entrevistador no usa papel ni pluma; si lo hace «fuerza declaraciones». Esta consideración debe ser tenida en cuenta por el reportero radiofónico. Su actuación lleva, en sí misma, la necesidad de utilización de instrumentos técnicos —micrófonos, grabadoras, etc.—, que las más de las veces fuerzan esas declaraciones. Saber eliminar la tirantez impuesta por los elementos técnicos, despertar confianza en el entrevistado y conseguir que la entrevista vaya por derroteros de naturalidad es la primera preocupación del reportero ante el personaje.

Las entrevistas en *directo* son las que ofrecen más peligro de «declaraciones». Sobre todo si el directo es desde la calle, inmediatamente después de unos hechos, la entrevista fuerza, irremisiblemente, las declaraciones. Por ello habrá que saber escoger el personaje que dé más juego en la entrevista, presentarlo y formularle preguntas concretas y rápidas sobre el tema. Son auténticas entrevistas-flash, en las que las declaraciones son inevitables y, en último caso, el tono depende fundamentalmente del entrevistado.

Si el directo se realiza en la emisora existen posibilidades de no dar simples declaraciones. Se puede conseguir un cierto grado de familiarización con el medio, preparar las preguntas previamente: limitar al máximo, en definitiva, la posible tirantez de unas palabras demasiado solemnes.

Cuando se actúa en *diferido*, y dentro del estudio, las posibilidades son aun mayores. Hay que conseguir una conversación fluida, *un diálogo más que una entrevista*, sobre todo en trabajos de alguna duración. La primera medida del entrevistador será familiarizar al personaje con el medio. Por ejemplo, en este sentido un recorrido corto por las instalaciones antes de pasar al locutorio, puede ser de gran ayuda. El micrófono cohibe, en ocasiones, y en otras sobreexcita; por tanto, el entrevistador debe saber aprovechar su dominio del medio para, de este modo, «llevar» o «frenar» al entrevistado, pero nunca utilizar ese dominio para su propio lucimiento.

Con relación al micrófono, como elemento, debe buscarse aquel que mejor reproduzca la voz del entrevistado y cuidar de que salga del control de mezcla sin modificaciones. La voz del entrevistado es un aporte continuo de datos sobre su personalidad, y elemento de contacto directo con el oyente. Por eso modificarla, a menos que sea rigurosamente necesario, supone atentar contra una realidad objetiva.

Por último, antes de comenzar la entrevista, el reportero tiene la obligación ético-jurídica de advertir al entrevistado que se pueden practicar cortes en la grabación con el fin de ajustarse al tiempo, o a unas normas estéticas del género, y que serán suprimidas por completo aquellas declaraciones que atenten contra principios elementales de educación y convivencia. Pero igualmente se debe advertir que, caso de suprimir determinados pasajes de la conversación, se hará «siempre respetando el sentido y alcance de las declaraciones y la personalidad del entrevistado».

#### 6.2.3.3.6. Cómo preguntar

Si en el conjunto del reportaje no se pueden dar unas normas estrictas que supongan un seguro de buenos reportajes *a priori*, tampoco en la entrevista hay fórmulas establecidas, que den por resultado un «éxito» profesional. Pero debe pensarse siempre que la entrevista se á «exitosa» en la medida que el tema o el personaje lo sea; que será interesante en la medida que sepa llegar al oyente; que el interés humano es base primordial en la entrevista, pero que no debe abusarse de él. En suma, una serie de consideraciones tan larga como eficaz en cada caso concreto. Por ello, al igual que en el reportaje, debe hablarse más de con-

diciones del reportero: conocimientos psicológicos, dominio del medio y del tema, facilidad de palabra, conocimiento del auditorio, etc. En definitiva, la mejor entrevista radiofónica es la que mejor hace llegar al personaje hasta el oyente. Para ello conocer las características del mensaje, y las específicas de la información en el medio, es tan fundamental como tener en cuenta las consideraciones siguientes:

— Es preciso *preparar el cuestionario*. Este debe ser fruto de un conocimiento del tema, pero también de la consulta al archivo, de la documentación. Sobre esa base se puede elaborar un cuestionario que, necesariamente, debe ser: interesante, actual, y que «vaya al tema».

La falta de preparación —total, básica o elemental—, suele ser el mayor fallo de los reporteros que trabajan en radio y televisión. Muchos piensan que, al «no necesitar escribir» —sinónimo para muchos de pensar—, el trabajo es más sencillo y menos profundo.

— Preguntar *por qué y cómo*: no formular nunca preguntas que deban ser contestadas con un «sí» o un «no». La entrevista no es un proceso judicial, ni su técnica la del fiscal, aunque al público le guste sentir cierto tono de acusación contra los personajes que admira.

— Formular siempre *preguntas procedentes*. El tiempo corre y cada segundo tiene una traducción en pesetas; de otro lado, salir del tema equivale a una «resolución» de la entrevista en la atención del oyente.

— La *brevedad en la formulación de preguntas* es siempre una virtud. Al oyente le interesa, sobre todo, lo que dice el entrevistado y no el entrevistador. Por otra parte, las formulaciones largas, complicadas, sobreentendidas, contradicen las reglas elementales del mensaje radiofónico.

— Al preparar el cuestionario piénsese que, como dice Morin, *el auténtico entrevistador es el público*, el oyente, lo cual hará que el reportero pregunte en orden a una explicación de motivos para el oyente y no para satisfacer su propia curiosidad.

— Durante el desarrollo de la entrevista téngase buen cuidado de *seguir atentamente* las contestaciones del entrevistado. Las más de las veces dan lugar a nuevas preguntas, posiblemente más interesantes que las preparadas con antelación. Si se actúa pendiente de las contestaciones, y ellas dan lugar a nuevas preguntas, se conseguirá una mayor *naturalidad, fluidez y suavidad* en la entrevista.

— Si la entrevista es *en diferido*, el reportero debe permitirse ciertas libertades que contribuyen a crear un ambiente más «limpio». Libertades que pueden pasar después en el montaje definitivo siempre que favorezcan el desarrollo, la presencia ante el oyente y el ritmo de la conversación o diálogo, como forma óptima de entrevista en radio.

— Por último, en las entrevistas de cierta duración no debe temerse su fraccionamiento en bloques, ya que si se ha hecho lo anterior de un modo interesante, el auditorio agradecerá unos momentos de descanso —pausa musical, introducción de insertos grabados, e incluso publicidad— para poder concentrar su atención de un modo más óptimo en el bloque siguiente.

#### 6.2.3.4. Encuestas y mesas redondas

Son dos modalidades del reportaje con antecedentes inmediatos en la entrevista. La traducción al medio de estos dos sub-géneros es mucho más difícil en el caso de la encuesta que en el de la mesa redonda.

La encuesta tiene su origen y finalidad principal en las ciencias sociales. Busca comprobar un estado de opinión, fundamentalmente, y en ocasiones la constatación de ciertos elementos que lo componen. Por ello su introducción en los géneros periodísticos ha sido siempre muy forzada. Necesita ser representativa de unas técnicas estrictamente científicas cuya traducción a los medios de información resulta siempre problemática y desprovista de objetividad. Por eso la mayor parte de las encuestas realizadas en radio o TV, carecen del valor de la representatividad necesaria.

La encuesta se basa en una selección previa de la «muestra» y la preparación de un cuestionario común a todos los entrevistados. Realizada esta labor se requiere una segunda fase de elaboración de los datos, y, por último, una interpretación de los mismos. Ya en origen, y en las mismas ciencias sociales, la encuesta presenta dos dificultades fundamentales: superficialidad en el planteamiento del cuestionario o selección de la muestra, e interpretabilidad en función de una profundización excesiva.

La encuesta se basa en una selección previa de la «muestra» y la preparación de un cuestionario común a todos los entrevistados. Realizada esta labor se requiere una segunda fase de elaboración de los datos, y, por último, una interpretación de los mismos. Ya en origen, y en las mismas



ciencias sociales, la encuesta presenta dos dificultades fundamentales: superficialidad en el planteamiento del cuestionario o selección de la muestra, e interpretabilidad en función de una profundización excesiva.

En estas condiciones la encuesta tiene una mayor justificación en los medios impresos: prensa diaria, y, sobre todo, la periódica. En ellos pueden vertirse datos que necesitan de una lectura atenta y resultados sistematizados. Unos y otros son elementos poco traducibles a radio y TV. En la primera se pierden, no llegan a calar en la atención del oyente, o le resultan imposibles de retener. En la segunda, la presentación de los datos es igualmente inadecuada, pero si se pretende darles imagen entonces se cae en la presentación de un periódico fotografiado a distancia por medios electrónicos. En cualquier caso su finalidad principal es la presentación de datos y conclusiones para que el receptor de la comunicación los *retenga* y elabore sus propias conclusiones.

Si hubiera que buscar alguna técnica de encuesta para radio sería imposible fijarle unas características y, tan siquiera, unas normas de actuación. Las respuestas obtenidas deben llevar cada una al nombre de quien las expresó, para que, al menos, sea constatable que no hay opiniones propias o creadas, y dar un montaje tan ágil como sea posible. Mucho más conveniente resulta redactar una información sobre datos y conclusiones de una auténtica encuesta, destacando aquellos aspectos esenciales de la misma.

La encuesta es el intento de constatar un estado de opinión entre los componentes individuales de una sociedad; la mesa redonda suele ser casi siempre el intento de constatación entre los distintos sectores institucionales de la misma sociedad o país. Tampoco en este sentido puede darse muchas oportunidades al intento en radio o televisión. Sin embargo, cabe la confrontación de opiniones si existe una individualización de problemas, un desmenuzamiento en torno a aspectos concretos y muy estrictos. Es decir, el aporte de opiniones de auténticos expertos sobre problemas muy particulares, no generales. En este sentido la mesa redonda, o entrevista a varios, tiene una función en radio.

Sus características y realización son las mismas que las de la entrevista, con la única salvedad de necesitar un «moderador», presentador, o líder, de la ronda de opiniones, para conseguir una actuación interesante y una igualdad de participación a los distintos entrevistados.

### 6.3. La crónica

La etimología del término, repleta de resonancias medievales, demuestra la antigüedad del género. Por ello no es extraño que periódicamente presente una mayor problemática a la hora de trasladarlo a la radio —y, por supuesto—, a la televisión.

En prensa, la crónica supone una narración directa o intermediata, ordenada en el tiempo, con ciertos elementos valorativos, continuidad en el ambiente y la persona, que utilizará un estilo directo, llano y objetivo para contarla. Se pide que el «cronista» sea un testigo presencial, o al menos, un investigador de los hechos sobre el terreno. En este sentido la crónica tiene un valor testimonial e informativo, al añadir datos desconocidos a través de los despachos de agencia. El corresponsal de prensa cuenta con tiempo para elaborar una crónica que se publicará a veinticuatro horas vista, las más de las veces.

En radio, la crónica ha perdido con la práctica valor informativo, convirtiéndose en un híbrido entre la información y la solicitud de opinión. No ha sido pensada «en función de», ni «para» el medio. Simplemente se han seguido los mismos esquemas de la prensa también porque, en muchos casos, el corresponsal —local o en el extranjero— no ha tenido noción previa del medio. En la radiodifusión mundial, la crónica ha retrocedido sensiblemente —ha sido anulada por completo en ocasiones—, o se ha buscado la fórmula para adaptar el concepto al medio. Y ello porque la crónica llegó a convertirse en un trabajo que podía elaborarse perfectamente en la redacción sin necesidad de mayores preocupaciones o desembolsos.

Las causas de esta decadencia hay que buscarlas en función de tres factores: políticos, tiempo y celeridad en la transmisión de las noticias. El factor político es quizá el que más ha contribuido a convertir la crónica general informativa, en una solicitud de opinión próxima al comentario. Sus orígenes, causas y modo de actuación van condicionados por cada circunstancia y no pueden ser objeto de estudio en este lugar.

En la práctica una crónica para radio supone solicitar un trabajo del corresponsal, que sólo dispondrá para elaborarlo de unas pocas horas si la programación informativa de la emisora tiene una cierta agilidad. Transmitida la crónica, debe ser revisada para su montaje, caso que sea necesario, y minutación exacta, y darle un lugar en el pro-

grama para el que se solicita. Otras pretensiones de mayor actualidad son impensables para muchas emisoras por incapacidad económica. De otra parte, la crónica en directo, emitida mientras se recibe dentro del programa, presenta riesgos excesivos (calidad de sonido, posibilidad de interrupciones, etc.). Sin embargo, es posible «cerrar» la crónica lo más próximo a la hora de emisión y completarla sobre la marcha con datos de última hora que se introducirán en la información.

La celeridad en la transmisión de noticias ha perjudicado también a la crónica. Es un hecho que muchas informaciones llegan a la redacción de cualquier medio, antes de que el corresponsal tenga conocimiento de las mismas. Sobre todo en el capítulo de acontecimientos imprevistos y de gran trascendencia, difícilmente un corresponsal podrá recibir la ayuda de un reportero de agencia cuya misión primordial es conectar inmediatamente con su central. De este modo, y en la práctica, en ocasiones es más rápida la información de la redacción que la del propio corresponsal. Lo único que normalmente no es mejor —o no debe serlo—, es la perspectiva que del hecho tiene el corresponsal, por imprevisible que sea (implicaciones del tema en el país o la región, ramificaciones con otros puntos de la actualidad, y todo cuanto esté relacionado con el seguimiento de las noticias de un determinado punto geográfico).

La limitación de tiempo y la celeridad en la transmisión de noticias, condicionan muchas veces el hecho real de que la crónica no sea sino una repetición de los hechos ya conocidos en la redacción, y emitidos con anterioridad al inserto grabado por el corresponsal. Cuando esto no sucede, la crónica se convierte en un comentario de «larga distancia» sin otro valor que el haberlo escrito a miles de kilómetros de la redacción. Este es un hecho constatable en todos aquellos servicios informativos que mantienen un criterio tradicional de la crónica en los medios audiovisuales, y, mucho más, en radio.

### 6.3.1. ESTILO

Sin embargo, la crónica sigue subsistiendo en muchos servicios informativos, sobre todo principales, con criterios valorativos distintos, aunque con formas de alguna adaptación al medio.

La crónica, en radio, es una *narración hablada de hechos*; es decir, lo más próximo a una información de cierta amplitud. Este es su carácter fundamental. El ser hablada la diferencia —volviéndola quizá a su origen—, y le obliga, por tanto, a moverse con unas normas menos estrictas que la información escrita. Pero esa libertad estructural no permite en cambio olvidar extremos elementales: hechos ante todo, aportar una visión sobre el terreno y, una vez reflejado esto con puntualidad, poder establecer una valoración subjetiva si se quiere, pero siempre en relación con los hechos expuestos y sus repercusiones objetivas.

Quizá los mayores obstáculos para la crónica en radio se deriven de la frecuencia con que son omitidas las fuentes de información. Bajo muletillas como «fuentes generalmente bien informadas» y «círculos allegados a» se introducen con demasiada frecuencia valoraciones personales inadmisibles, pero que encuentran justificación cuando se facilitan las fuentes y se refleja el ambiente con objetividad. La omisión de las fuentes de información es el principio para entrar en la pendiente de la crónica-comentario, o, si se prefiere, del comentario solapado de crónica.

La actuación documentada requiere la posibilidad de disponer de más tiempo para realizar el trabajo del que frecuentemente puede conceder la premura informativa en radio. Este ha sido el motivo de que en muchas estaciones radiodifusoras se haya suprimido el género, o bien se le divida en dos «fases»: una «crónica de alcance», y otra «crónica tradicional», pero conservando su carácter fundamentalmente informativo.

Por el tipo de narración, incluso de actuación, la crónica tradicional en radio puede compararse en estilo al reportaje de calle diferido, observando las características expresadas anteriormente.

### 6.3.2. MODALIDADES Y LUGAR EN LA PROGRAMACIÓN

El medio ha actuado de un modo selectivo con respecto del género, y también de las distintas modalidades de crónica. Así, las de «sucesos», «judicial», «social» y «viajera», e incluso las deportivas y taurinas, clásicas en prensa, han llegado a desaparecer por completo. Son precisamente las que respondían a un planteamiento más tradicional del género, en función de un contenido. La necesidad de una selección rigurosa entre el caudal informativo a transmitir, ha

condicionado la desaparición de estas modalidades, sustituyéndolas por la pura información de esos hechos. Sólo cuando el suceso es de una importancia superior a la normal se trata con mayor profundidad, pero con técnica de reportaje o entrevista, preferentemente.

Las crónicas deportivas y taurinas han resistido hasta cierto punto la acción del medio. Pero una escucha atenta de cualquiera de estas «crónicas» nos dará la medida de hasta dónde son realmente mucho más información de cierta amplitud, en las que los hechos dominan casi de principio al fin.

Las crónicas «local y regional» han pasado a la información radiofónica con profundas modificaciones. Del género conservan únicamente el término, pero tras él se ocultan espacios de naturaleza muy distinta.

La *crónica local* en radio ha tomado dos formas principales: la de *boletín de resumen* de la actualidad ciudadana, y *boletín de noticias* de ámbito exclusivamente local. En ambos casos revisten las características apuntadas para este tipo de programas. Por agrupar las informaciones de interés local se les ha denominado «crónicas locales» a unos programas de noticias específicamente locales. Variante intermedia entre las dos apuntadas es la que utiliza técnicas del reportaje para la información local. En estos casos el programa suele ser de menor duración a los anteriores y sin diferencias notables con respecto de un *reportaje de mesa* con periodicidad diaria. Nota distintiva respecto de esta modalidad de reportaje la constituye el tratamiento de varios temas en lugar de una profundización en un solo acontecimiento.

Tampoco la *crónica regional* mantiene una estructura propia del género; bajo este título ha buscado motivaciones en otro tipo de tratamientos. La crónica regional ha quedado reducida a un «espacio» dentro de los servicios principales de noticias de la estación que se adjudica esa visión más amplia de la actualidad con respecto de un punto geográfico. Por ello la «crónica regional», también en este caso, comporta un tratamiento informativo reuniendo distintas informaciones de los corresponsales destacados en diferentes lugares de la región es casi siempre un boletín de noticias reducido, dentro del servicio informativo correspondiente; esto es, un «bloque informativo», más que una auténtica crónica. Como en el caso de lo «local», lo regional suele tratarse con técnica de reportaje diferido.

Por último, la *crónica nacional*, la visión de lo que sucede en «la capital», dada en servicios informativos locales o re-

gionales, se ha inclinado definitivamente al campo del comentario en su más estricta acepción, cuando existe.

Las *crónicas del extranjero* son las que han dado lugar a la reconsideración del género antes apuntado. La crónica del extranjero queda bajo el dominio exclusivo de las emisoras con un potencial económico suficiente para mantener corresponsales diseminados por los centros de mayor interés informativo mundial, o bien se integra dentro de las emisoras de menor alcance como parte de los servicios suministrados por la cadena a que pertenezca, o la agencia de colaboraciones a que esté suscrita. La crónica de *enviado especial*, sometida a las mismas consideraciones que la del *extranjero*, tiene todavía validez en los servicios informativos radiofónicos. Evidentemente, tanto uno como otro tipo de crónicas encuentran su lugar en la programación dentro de los servicios informativos principales.

### 6.3.3. LA AMPLIACIÓN INFORMATIVA

Los factores que han condicionado la decadencia de la crónica como género periodístico en radio, demandan a su vez la necesidad de nuevas fórmulas o tratamientos informativos para cumplir unos fines inexcusables: la mejor información, la más completa, la más variada.

Por ello en aquellas ocasiones en que la «crónica» pasó a ser un título genérico para determinados espacios dentro de un programa intentaron la «crónica de alcance», o, en definitiva, la *ampliación informativa*.

El término es, ciertamente, ambiguo, carente de una definición pero que refleja mejor el nuevo sentido de la crónica. La «ampliación informativa» o «crónica de alcance» pretende, en definitiva, *recuperar el sentido primitivo del corresponsal*, que es un informador, un reportero cuya obligación fundamental es la de suministrar informaciones y noticias de última hora a su redacción. No se trata de una actitud de expectativa ante la noticia que ha de surgir, sino de una labor de búsqueda permanente para ofrecer siempre lo más nuevo y antes que nadie.

Evidentemente esta vuelta al significado primero de la «corresponsalía» entraña una mayor movilidad, un quehacer más vertiginoso, equiparable de algún modo al «reportero de calle» que depende directamente de la emisora.

Sin embargo, este tipo de actividad es cada día más dificultoso en un sentido estricto, sobre todo en ambientes internacionales donde la lucha por la noticia es realmente fuerte.

Por esa dificultad la *ampliación informativa*, además de requerir la última noticia, en cuanto sea posible, busca también y de modo más habitual, *informar con novedad* respecto de los hechos ya conocidos en la redacción a través de los despachos de las agencias, y servir un *testimonio* lo más rápido y completo posible. De esta manera el corresponsal actúa mucho más como un informador con acceso directo a otros géneros periodísticos —información y reportaje—, fundamentalmente.

La *crónica de alcance* busca, en el fondo, la «prueba testifical» del personaje más próximo al escenario de los hechos; esto es, la visión del informador que domina el terreno profesional que pisa, aportando todos los datos nuevos, desconocidos o las reacciones de primera hora.

Así pues, las notas características de esta «nueva crónica» —no tan nueva por otra parte—, están en el *testimonio* de un coprotagonista (porque vive el ambiente), la información más *nueva*, la valoración no personal, sino de acuerdo con las fuentes informativas que posea (dándolas a conocer), y añade a todo ello la «magia» técnica —pese a su poca novedad— de una *conversación* simultánea entre dos puntos geográficamente distantes, cuya finalidad última se liga, de nuevo, con el testimonio directo.

En estas condiciones, la *ampliación informativa* se presenta como un «género» realmente flexible: no supone un ambiente determinado, ni un contenido previo en muchas ocasiones, ni un escenario fijo, salvo en los casos de prolongada actualidad de un tema. La *ampliación informativa* salta, teóricamente, desde el corresponsal a la emisora como puede hacerlo la noticia-flash a la antena, e incluso puede ser conseguida por la redacción con mayor rapidez que la de la crónica tradicional.

Desde un punto de vista de tratamiento de la información este desdoblamiento en dos fases es mucho más perfecto, ya que permite ofrecer la visión nerviosa, actual, viva, del momento primero, para dejar paso después a un trabajo con mayor base y perspectiva que la de los instantes iniciales de un acontecimiento.

#### 6.3.3.1. *Su técnica*

La *ampliación informativa* es, esencialmente, informal, tanto como puede serlo la *noticia-flash* en su redacción inicial, e incluso más. Este tipo de actuación tiene la ventaja de no necesitar una redacción previa, con lo que el proceso

puede ser más corto y, por tanto, siempre más actual. Las «crónicas de alcance» no necesitan tan siquiera conquistar la atención del oyente a la entrada. Es el propio estudio central de la emisora el que se encarga de esa llamada, introduciéndola en el momento oportuno. De manera que el «arranque» o «entrada» de la ampliación se configura como un lead rápido que resume la situación de un modo general o aporta el dato más nuevo. Después de ello el resto de los datos en el orden que requiera la narración para mantener una «tensión» suficiente hasta el momento de la «resolución» o «cierre» de la crónica así configurada.

Sin embargo, este informalismo estructural no supone una vaciedad de contenido, sino un aporte de datos constante —nuevos o complementarios— a los que ya dio la emisora, antes de ponerlo en antena.

La forma de presentación óptima para la «ampliación informativa» —como en general para cualquier otro tipo de crónica—, es el diálogo. El monólogo tradicional es ya suficientemente empleado en el total del servicio informativo a que corresponda como para añadir a esa «monotonía» la lectura rápida, nerviosa muchas veces, y con mal sonido por añadidura, del corresponsal. El diálogo añade interés al mensaje, le da variedad y elimina las imperfecciones de sonido en una buena proporción, ya que las intervenciones del periodista en el estudio serán frecuentes.

Sin embargo, diálogo no quiere decir sistema de preguntas y respuestas concertada de antemano, por supuesto, y colocadas una tras otra. Supone una conversación auténtica, fluida, tan *preparada*, que sea lo más natural posible. Periodísticamente ofrece la ventaja de poder intervenir en un momento determinado para solicitar ampliación o insistir sobre determinados aspectos que, o bien se omitieron en el diálogo previo a la grabación, o bien cobran interés en el momento de efectuarla en función de nuevos despachos sobre el mismo tema.

Terminada la grabación se seguirán los mismos pasos que con cualquier otro tipo de crónica; montaje, caso que lo necesite, minutación (si no se ha efectuado durante la grabación, lo cual siempre es aconsejable), hoja de guión correspondiente (tiempo, orden, línea de entrada y salida), y adjudicación de lugar dentro del programa.

Sobre este último punto, y para todo tipo de crónicas, la técnica más habitual de inclusión, y también la más adecuada, es el situar la crónica inmediatamente después de la noticia a que hace referencia.