

## **Entre la Formación y la Comunicación**

**Créditos:** “*Créditos de la edición*”. Págs. 1-4.

---

---

**J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ** (edición)  
**J. ÁLVAREZ MARCOS - M<sup>a</sup>. Isabel ÁVILA**  
**José Antonio ÁVILA - Julián ÁVILA - María Luisa CÁRDENAS**  
**Carla CASTILHO - Juan MAESTRE**  
**Juan Luis MANFREDI - Sandra MÉNDEZ**  
**Ricardo RÍOS - Teresa ROJO - Aranzazu ROMÁN**  
**Nieves ROMERO - Francisco RUBIALES**  
**H. M. SÁNCHEZ GONZALES - Aurelio de VEGA**

# **Entre la Formación y la Comunicación**



**Huelva, 2005 COLECCIÓN INVESTIGA**

---

---

**Capítulo 7**

**Historias con minúscula: los  
ciudadanos protagonistas de la  
información.**

**María Luisa Cárdenas Rica**

## 1. HACIA UN PERIODISMO SOCIAL.

**P**ara hablar del periodismo del siglo XXI hay que conocer las distintas etapas por las que ha pasado. Los géneros y los contenidos que hoy aparecen en los periódicos son fruto de la evolución que han experimentado sus páginas con el discurrir del tiempo. El objetivo perseguido en este capítulo es demostrar que los diarios continúan transformándose y actualmente lo siguen haciendo. Entre las últimas novedades destaca el incremento de la intervención de los ciudadanos en sus páginas, bien como protagonistas de la información o como fuente informativa. Y es que los contenidos sociales cada vez adquieren más fuerza, y aunque los políticos siguen siendo el punto de mira de los directores de periódicos, otros protagonistas, en este caso desconocidos, personas de a pie, comienzan a ser tenidos en cuenta, y se empieza a recoger sus voces en las secciones de mayor relevancia.

El periodismo moderno surge a inicio del XIX con la primera industrialización. A partir de aquí ha sufrido distintos cambios en su evolución histórica, determinados por el desarrollo de los avances tecnológicos y por las funciones y los objetivos que se le atribuye o adopta. Hasta el siglo citado no se puede hablar de periodismo, pese a que en el XVII y XVIII ya se difundían

---

---

---

## ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

---

papeles impresos cuyo contenido literario se parecía a lo que actualmente se reconoce como tal; sin embargo, no ejercían la repercusión social que van a tener los periódicos del XIX con la aparición del telégrafo (1844), ferrocarril (1830) y la rotativa (1846)<sup>1</sup>.

Aunque el periodismo actual viene determinado por tres etapas, como puede observarse en distintos manuales de redacción periodística: periodismo ideológico, informativo y de explicación<sup>2</sup>; habría que sumarles una cuarta apoyada por los profesores Casasús y Núñez Ladevéze, denominada periodismo social, que será donde surjan estos nuevos contenidos, objetos de este estudio. No obstante, aunque a continuación se establecen unas fechas, atendiendo a las investigaciones de Luisa Santamaría<sup>3</sup>, éstas sólo son indicativas, su división no es clara porque hay tipos que persisten en la fase siguiente a pesar de que vaya cambiando la marcha general de la historia periodística.

La primera etapa de periodismo ideológico dura en todo el mundo hasta final de la Primera Guerra Mundial. Es un periodismo racional y moralizador, al servicio de las ideas políticas y religiosas. Una prensa opinante que responde a un período histórico de partidismos políticos. En ella el comentario domina sobre la noticia. Hay tanta falta de información como exceso de comentario. En esta época se consolida el género periodístico que los anglosajones dominan *comment* y que traducimos al castellano por comentario o artículo en sus diversas variantes. Se induce al lector a un determinado pensamiento.

---

<sup>1</sup> MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *El Lenguaje periodístico*. Paraninfo, Madrid, 1989, pág. 102-103.

<sup>2</sup> MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Curso general de redacción periodística*. Thomson, Madrid, 2004, págs. 264-266.

<sup>3</sup> SANTAMARÍA, Luisa: *Géneros para la persuasión en periodismo*. Fragua, Madrid, 1997, págs. 18-19.

---

---

---

## ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

---

La segunda etapa se corresponde con el periodismo informativo, aparece hacia los años 1870. Se mantiene con la anterior de una manera residual, pero a partir de 1920 la prensa de información se impone en todo el mundo occidental. La progresiva tecnificación de la industria periodística tiene una importancia decisiva en este cambio y su influencia se mantiene hasta el final de la Segunda Guerra Mundial. Su momento cumbre se sitúa entre 1920 y 1950. Se trata evidentemente de un periodismo de narración de los hechos, lo que los anglosajones llaman *story*, con una gama de especialidades que dan origen a los géneros periodísticos informativos: información, reportaje y crónica, con sus correspondientes variantes cada uno de ellos.

La tercera etapa se establece a raíz de la paz de 1945, años en el que el periodismo se reviste de un nuevo carácter: la profundidad. A partir de entonces aparece el periodismo de explicación, interpretativo o en profundidad. Éste utiliza equilibradamente el comentario y el relato, pero los sitúa en una nueva perspectiva en la que el lector encuentra los juicios de valor situados al lado de la narración objetiva de los hechos. En ocasiones, los comentarios aparecen situados incluso dentro de la propia narración o relato, tipográficamente distintos unos de otros, *stories* y *comments*. Dentro de este género están las variantes del reportaje, llamado reportaje en profundidad, y la crónica, género intermedio, a mitad de camino entre relato objetivo de los hechos y el comentario valorativo que tales hechos merecen al periodista. El periodismo interpretativo utiliza equilibradamente relato y comentario, pero los coloca en una nueva perspectiva, favoreciendo la práctica de situar los hechos en un contexto, en un background significativo, con un fuerte andamiaje de documentación<sup>4</sup>.

En la cuarta etapa se desarrolla el periodismo social. José M<sup>a</sup> Casasús y Luis Núñez Ladevéze<sup>5</sup> lo ubican a finales de 1970 y lo denomina también

---

<sup>4</sup> *Ibíd.*

<sup>5</sup> CASASÚS, J. M., y NÚÑEZ LADEVÉZE, L.: *Géneros y estilos periodísticos*. Ariel, Barcelona, 1991, págs. 34-35.

---

---

periodismo de servicio o periodismo de bienestar social. Las características que resumen esta nueva forma de hacer periodismo son las siguientes: consolidación de las ideas profesionales universalistas; asuntos de interés humano y de la vida cotidiana, profundización en las técnicas del periodismo de precisión y del de evaluación; aparición de nuevos géneros periodísticos como el análisis, informe, la noticia de situación, el infográfico, y la información visual.

Este nuevo modo de hacer periodismo es definido por Casasús y Núñez Ladevéze como uno de lo más radicales de los últimos tiempos. Este modelo comenzó con el *USA Today* y hoy lo imitan los periódicos españoles. Su aparición se apoya en el profundo cambio tecnológico experimentado en los Medios y se va a reflejar en las técnicas de redacción periodística que han optado, como bien predijeron los dos autores citados, en apoyarse en la gracia, en la serenidad y en la precisión. “Porque los lectores, aturdidos por el diluvio de imágenes que caerá sobre ellos (...) buscarán en el texto periodístico el efecto sedante. La prensa periodística será para ellos un refugio, un descanso, un sueño, un placer”<sup>6</sup>. Añaden que también los porcentajes relativos a cada uno de los contenidos que ofrecen los diarios cambiarán, de acuerdo con las exigencias y demandas del público. “Habrá menos política y más vida. Se dará prioridad a las buenas noticias”<sup>7</sup>. Pronosticaban para este siglo contenidos que se han transformado en realidad. Se buscará la precisión y la exactitud en el lenguaje, la erudición leve y el gusto y la sabiduría en la adjetivación.

También Pilar Diezhandino<sup>8</sup> investiga el periodismo de servicio y lo define como “la información que aporta al receptor la posibilidad efectiva de acción y/o reacción. Aquella información ofrecida oportunamente, que pretende ser del interés personal del lector-oyente-espectador; que no se limita a informa

---

<sup>6</sup> *Ibidem*, pág. 35.

<sup>7</sup> *Ib.*, pág. 35.

<sup>8</sup> DIEZHANDINO, M<sup>a</sup> del Pilar: *Periodismo de servicio*. Bosch, Barcelona, 1994.

---

---

*sobre sino para*; que se impone la exigencia de ser *útil* en la vida personal del receptor; psicológica o materialmente, mediata o inmediatamente, cualquiera que sea el grado y el alcance de esa utilidad: la información cuya meta deja de ofrecer datos circunscritos al acontecimiento, para ofrecer respuestas y orientación”<sup>9</sup>.

Antonio López<sup>10</sup> divide el concepto servicio en tres grandes bloques. En el primero incluye todas aquellas secciones publicadas en la prensa escrita enfocada a suministrar determinados servicios al lector (agenda, programación de televisión y espectáculos, el tiempo, etc.). En el segundo bloque tendrían cabida los textos de información útil en los que el periodista cuenta cómo afectará la información a su vida privada. Las repercusiones que tendrán sobre su entorno familiar, su economía, etc. En un tercer apartado se agrupan los textos eminentemente informativos pero en los que se incorporan una serie de datos que tienen como finalidad ayudar al lector. En caso de un temporal informar sobre las vías alternativas, las carreteras cortadas, teléfonos de interés, etc.

Atendiendo a los contenidos, Diezhandino<sup>11</sup> recoge la temática general del periodismo de servicio, entre ellas vuelve a citar las historias con rostro humano: temas que se enfocan partiendo de historias personales, con un protagonista de la calle en primer plano, para luego proceder con datos generales. También señala el perfil, el retrato de alguien que puede ser útil y servir como referencia al lector.

---

<sup>9</sup> *Ibíd*em, pág. 89.

<sup>10</sup> LÓPEZ HIDALGO, Antonio: *Géneros periodísticos complementarios*. Comunicación Social, Sevilla, 2002, págs. 242-243.

<sup>11</sup> DIEZHANDINO, M<sup>a</sup> del Pilar: *Op. Cit*, pág. 97.

---

---



## 2. LA INFORMACIÓN CREATIVA Y SU ESTÉTICA.

Para dar forma a estos nuevos contenidos periodísticos, cuyos protagonistas son los ciudadanos de a pie, los diarios optan por la información creativa, que tiene como objeto informar, transmitir el acontecer de un hecho actual y, además, como expresa Martínez Albertos interese a un público que puede considerarse masivo. La noticia de creación pertenece al denominado periodismo informativo de creación, que según Mar de Foncuberta<sup>12</sup> suele cumplir tres objetivos: a) entretener al lector; b) complementar la información de la noticia directa; y c) incorporar nuevas formas de narración y lenguaje en el periodismo. La noticia de creación rompe la estructura de la noticia y su contenido cuenta con una gran libertad de expresión, para ello hace uso de anécdotas, descripciones, diálogos, etc. Esta forma de contar la actualidad sigue la tradición de los relatos novelados que tuvieron un gran auge en los Estados Unidos a finales del siglo XIX. En un principio, se consideraba así la llamada prensa de entretenimiento y tenía como temas los sucesos curiosos, de interés humano, hechos menores descritos de forma amable y relajada (los denominados *features* en el periodismo anglosajón). Sin embargo, con la influencia de la prensa alternativa y, sobre todo, la aparición del Nuevo Periodismo<sup>13</sup> hacia 1965, la noticia de creación entra en el campo de la noticia directa y pasa a narrar todo tipo de temas.

Pese a lo que se pueda pensar, Chillón y Bernal<sup>14</sup> estiman que el periodismo informativo de creación no pertenece a las últimas tendencias del periodismo, ni tampoco se trata de una moda perecedera. Reflejan una práctica del mejor periodismo escrito presente a lo largo de toda su historia, desde que

---

<sup>12</sup> FONCUBERTA, Mar de: *La noticia. Pistas para percibir el mundo*. Paidós, Barcelona, 1993, pág. 86.

<sup>13</sup> WOLFE, Tom: *El nuevo periodismo*. Anaframa, Barcelona, 1998.

<sup>14</sup> BERNAL, Sebastián y CHILLÓN, Albert: *Periodismo informativo de creación*. Mitre, Barcelona, 1985, pág. 101.

---

---

---

## ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

---

en el siglo XVIII y posteriormente en el XIX se generalizó la difusión colectiva de informaciones a través de la prensa. Los trabajos informativos de creación son textos eminentemente informativos, confeccionados y transmitidos a la audiencia con la finalidad primordial de informar acerca de los acontecimientos de actualidad periodística. La diferencia, como bien aclara Foncuberta<sup>15</sup>, con los convencionales se centra en que los PIC están escritos con una preocupación importante por la estética del lenguaje, cuidan la calidad narrativa y resultan más amenos.

A pesar de que se tratan todo tipo de temas, lo cierto es que los diarios tendían en un principio a ubicar esta información en las secciones que no se estimaban fundamentales como las páginas dedicadas a Cultura, Espectáculo, Contraportada, Sociedad y suplemento dominical. En la actualidad estos contenidos ocupan todas las secciones y el día que más se publican son los domingos.

No existen fórmulas específicas para escribir noticias de creación; sin embargo, Foncuberta establece dos requisitos previos: conocer a fondo el lenguaje y saber narrar. A ello habría que sumar dominar la información de la que se habla. “Una característica fundamental es que esté construida como un todo en el que cada elemento de la historia desempeña un papel preciso, no tan determinado por la estructura externa como por la coherencia interna del relato. Una noticia de creación ni rehuye los datos ni los colecciona. El único objetivo es conseguir interesar al receptor e introducirlo en el relato”<sup>16</sup>.

---

<sup>15</sup> FONCUBERTA, Mar de: Op. Cit, pág. 88.

<sup>16</sup> *Ibidem*, pág. 89.

---

---

### 3. HISTORIAS CON MINÚSCULA.

Entre los contenidos que recoge estas creativas formas de redacción periodística se encuentran las que hemos denominado historias con minúscula, artículos en sus más variadas formas cuyas fuentes son los ciudadanos de la calle. Hemos recogidos tres modos en los que esta opción periodística se manifiesta, artículos que giran en torno a uno o varios ciudadanos, noticias que se sirven de sus voces para nutrir sus contenidos y las historias de vida, biografías de personajes populares.

#### 3.1. Los ciudadanos protagonistas de la información.

El periodismo cada vez trata de huir más de la información convencional, junto a las noticias que surgen del acontecer diario, cuyos protagonistas pertenecen al mundo de la política, artes, ciencias varias, etc., se encuentran otros personajes, ciudadanos de la calle que viven la actualidad en primera persona. Individuos que nadie identifica y que no tienen posibilidad de comunicarse con el resto de forma global para informar de lo que piensa o de la repercusión que tienen los eventos en sus vidas.

El periodismo impreso actual trata de buscar nuevos contenidos para hacer frente a los nuevos adversarios mediáticos, prensa gratuita e Internet, y a los ya antiguos, radio y tv. Los periodistas trabajan para ofrecer nuevas narraciones haciendo uso de voces no oficiales. No hablamos de la historia de los personajes reconocidos ni siquiera de los que no lo son pero sus profesiones los hacen distintos y por ello noticiables (historias de vida). Nos referimos a los que viven la actualidad en primera persona, los que fueron víctimas de atentados, participaron en las revueltas en Francia o son los hijos de una pareja gay. Son aquéllos que contribuyen a construir la historia con minúscula.

Estos temas cada día más frecuentes en los periódicos aún no son analizados en los manuales de redacción periodística. Es cierto que los géneros

---

---

en los que se narran sus historias y se recogen sus declaraciones si han sido estudiados, se trata especialmente de reportajes, aunque no se han investigado las particularidades que estos nuevos contenidos les proporcionan.

### **3.2. Las voces de los ciudadanos como fuente informativa.**

El protagonismo de los ciudadanos no sólo se manifestará a través de los artículos donde ellos son la única fuente, sino también en informaciones donde su opinión contraste con la de los expertos. Ruben Darío Buitrón<sup>17</sup> en una calurosa crítica al anquilosado posicionamiento de los diarios latinoamericanos, denuncia precisamente la escasa participación de los ciudadanos en los Medios. Con la excusa de que no hay tiempo para buscar nuevas voces, y que las que se repiten son cualificadas, conocedoras y expertas, siempre se recurre a las mismas. Denuncia que las opiniones de “los expertólogos se convierten en influyentes oráculos”, y considera que son “un disfraz del medio para editorializar sobre hechos en los cuales hay que simular que se hace información, cuando en realidad se quiere hacer opinión”. Aconseja que en las salas de redacción hace falta pausa en medio del vértigo y desde la tranquilidad renovar la manera en la se escogen las fuentes cuando sea necesario contra con opiniones que contextualicen los hechos. Porque no podemos olvidar que las Redacciones de los Medios tienen el deber ineludible de esforzarse en contar la realidad tal y cómo ocurrió, “sin interpretaciones, filtros o análisis disfrazados de noticia”. Por ello, cuando el Medio ha de recurrir a las fuentes, debe reflejar la enorme diversidad de puntos de vista que estén en la sociedad, en especial cuando los temas son cruciales para la comunidad. Para ello aconseja a los jefes y reporteros que cuenten la realidad con su propia experiencia que salgan a la calle y, de este modo, transmitan los hechos tal y cómo acontecen, sin juicios de valor. A esto habría que sumar o reivindicar que las voces de las que se

---

<sup>17</sup> BUITRÓN, Rubén Darío: “Nuevos desafíos en las salas de redacción” en revista *Chasqui*. <http://comunica.org/chasqui/90/diario90.htm>. Consultado 16/11/2005.

---

alimenten sean las que han vivido o parecido la noticia, la voz popular, la del ciudadano.

Es fundamental mantener una apertura no sólo en los nuevos formatos, sino también en las nuevas tendencias o exigencias que marca la sociedad. Por ello sería necesario ir más allá de lo que dictan las agendas institucionales y bucear en lo cotidiano, en la historia con minúscula, “historias del día”.

### **3.3. Historias de vida.**

Las historias de vida también se incluyen en estos nuevos contenidos. Así las denomina Antonio López en un artículo publicado en la Revista *Ámbitos*<sup>18</sup>, tomada del que él señala como pionero en su uso, Julio Ardiles Gray, narrador, dramaturgo y periodista. Aunque estos artículos no tienen como objetivo fundamental narrar la actualidad, la inmediatez, también colaboran de otro modo en reflejar las vidas de personajes que contribuyen a labrar la historia de los ciudadanos, la que no se recoge ni se estudia.

Ardiles Gay se aprovecha de un fenómeno que se produce en su país, Argentina, que es el narrador popular, y del gran número de historias que se pueden contar, como la de “los inmigrantes europeos, españoles, judíos expulsados, soldados de la del 14, que sabían contar muy bien”. Con ello se dio cuenta que había una mina de oro en Buenos Aires, que hacía a su historia y a su sociología. “Se podían ver las corrientes migratorias e inmigratorias, tanto desde el interior como desde el exterior”. Con todas estas reflexiones se dijo: “Voy a ponerme a trabajar, porque hay muchos protagonistas de la historia del teatro argentino que se nos van a morir y cuyo testimonio se perderá porque no han escrito”. Para su realización recomienda encontrar al narrador, no todo el mundo sabe contar, el secreto radica en que el que narre tenga riqueza oral, “porque esa riqueza oral se trasvasa a la escritura; lo que queda de rico es la

---

<sup>18</sup> LÓPEZ HIDALGO, Antonio: “La “Historia de vida” periodística, un género poco usual en la prensa española”, en revista *Ámbitos*, nº 6, 1er semestre de 2001, págs. 95-106.

---

oralidad en la escritura: el color. Lo que va contando, su estilo de narrador...”. Como bien dice Antonio López no es fácil la redacción de una historia de vida, al hallazgo del protagonista hay que sumar la habilidad del periodista que ha de saber escuchar y dejar hablar al entrevistado. “El principal papel del periodista es precisamente saber callar su propia voz para escuchar y dejar impresa la voz del entrevistado. Sólo eliminar muletillas, repeticiones, pero saber conservar su identidad ahora que ha callado, ahora que nos ha regalado sus vivencias”.

#### 4. ESTRUCTURA DE LAS HISTORIAS CIUDADANAS.

Entre los géneros que mejor se adaptan a los contenidos cuyos protagonistas son los ciudadanos son las noticias, entrevistas y reportajes. Las primeras recogerán sus voces y las sumarán a las fuentes empleadas para su elaboración, como proponía Rubén Darío Buitrón en páginas precedentes, esta misma fórmula se utilizará con el reportaje. En las historia de vida, Antonio López expresa que los géneros que se utilizan para la redacción de estos temas son precisamente los biográficos, entre los que incluye la entrevista de creación o entrevista-perfil y el reportaje perfil.

En estas páginas nos vamos a detener en los reportajes que tienen como eje central (el quién de la información) a los ciudadanos como protagonistas de la actualidad, por las particularidades que presentan en la organización de sus contenidos. Se observarán reportajes recientes tomados del periódico “*El País*” y nos detendremos en el título, subtítulo, entrada, cuerpo y cierre.

El título que portarán es apelativo<sup>19</sup>, aquellos que utilizan el lenguaje para llamar la atención sobre un hecho, su uso es propio de las informaciones con contenidos humanos. Los que se citan a continuación no difieren de los empleados en el resto de reportaje. Como se aprecia a continuación no reflejan

---

<sup>19</sup> NÚÑEZ LADEVÉZE, Luis: *Introducción al periodismo escrito*, editorial Ariel, Barcelona, 1995, págs. 60-68.

---

---

## ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

---

el nombre de sus protagonistas, se trata de personas desconocidas y sus nombres no contribuyen a reclamar la atención del lector. Exponen sucintamente el tema que se aborda en el reportaje: 1. Peligro de Muerte en Prisión<sup>20</sup>; 2. Mi colegio es público, ¿qué pasa?<sup>21</sup>; 3. Marcado por una Navaja<sup>22</sup>; 4. La violencia diezma a las mujeres de Guatemala<sup>23</sup>; 5. La última imagen de los desaparecidos<sup>24</sup>.

Portan un subtítulo que ayuda a entender lo expresado en el título (el orden en que se citan se corresponde con el dado a los titulares que aparecen en el párrafo anterior): 1. Treinta presos se han quitado la vida en las cárceles en lo que va de año; 2. En 2004 la cifra de suicidios duplicó la de 2003; 3. Conflictos, aprendizaje e ilusión. Un día en el centro medio de primaria en Madrid; 4. La entrada en un instituto de un menor que apuñaló a otro desata las quejas de los padres en La Línea; 5. Más de 2.000 asesinatos en los últimos seis años aterrorizan el país centroamericano ante el fracaso o la complicidad de la policía; 6. Un preso logró sacar negativos con fotos de víctimas del mayor centro de torturas de Argentina. Un libro las ha recogido.

Como puede observarse, tampoco se citan nombres. El periodista opta por nombrar al colectivo en el que se incluye el protagonista de la información, por ejemplo los presos. En otros reportajes se afina algo más y, aunque sin mencionar quién es, se indica que se trata de un menor. En otro se cita el lugar donde transcurre la narración: centro medio de primaria.

---

<sup>20</sup> ORDAZ, Pablo: diario *El País*, 23 de octubre 2005.

<sup>21</sup> ALFAGEME, Ana: diario *El País*, 20 de noviembre 2005.

<sup>22</sup> JAN, Cecilia: diario *El País*, 20 de noviembre 2005.

<sup>23</sup> RELEA, Frances: diario *El País*, 20 de noviembre 2005.

<sup>24</sup> MARIRRODRIGA, Jorge: diario *El País*, 20 de noviembre 2005.

---

---

---

## ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

---

Las entradas<sup>25</sup> utilizadas obedecen a las que se emplean normalmente en el reportaje<sup>26</sup>, presentan lenguaje y forma literaria, y su objetivo será captar y mantener el interés del lector. Gracias al uso de distintos recursos adelantan el rumbo que seguirá el relato. En las entradas sí que se menciona al protagonista y se describe. Veamos un ejemplo: *“Manuel era gitano, tenía 27 años y buena mano para el dominó. Había pasado muchas fatigas hasta conseguir desengancharse de la heroína, pero últimamente se le veía muy bien. Echaba un cable en una lavandería y alternaba en el patio con su padre, su hermano, un primo y un tío suyo, todos ellos compañeros de prisión. La semana pasada, Jordi Rosa, un preso de 26 años que ayuda en la enfermería, fue llamado al módulo seis. Durante la noche, Manuel se había ahorcado con una sábana en su celda. De los 1.600 internos de la cárcel de Zaragoza, 70 están siendo sometidos a un control estricto de prevención de suicidios, pero Manuel no era uno de ellos. Al salir con la camilla, Jordi Rosa escuchó a los otros presos despedirse de su amigo gritándole ‘por qué’”*.

Estos reportajes parten de lo particular para luego ofrecer datos generales: arrancan con historias personales, con un protagonista de la calle que se coloca en un primer plano, para luego ofrecer otros datos más amplios. El objetivo es ofrecer una información actual pero proporcionándole un rostro humano.

El cuerpo del reportaje del que antes se transcribía su entradilla obedece a las características citadas. En el primer párrafo parte de un caso concreto el suicidio de Manuel, para luego documentar la historia con otras fuentes como el director de la cárcel donde él se encontraba preso o de la directora general de Instituciones Penitenciarias. Junto a las voces citadas se ofrecen más información referente a las posibles causas y a las cifras de otros suicidios y muertes en otras cárceles españolas, documentación que sitúa al lector en un contexto general.

---

<sup>25</sup>Vid. RÍO REYNAGA, Julio del: *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*. Diana, México, 1991.

<sup>26</sup> Vid. ULIBARRI, E.: *Ideas y vida del reportaje*. Trillas, México, 1994, págs. 169-185.

---

---



---

## ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

---

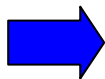
Su contenido coincide con la información creativa, en él se hace uso, como ya anunciase Foncuberta, tanto de la descripción como de la narración y de la argumentación, aunque siguen respondiendo a las W'S fundamentales. Sin embargo, va a romper con la estructura de la pirámide invertida (organizar los contenidos en interés decreciente). Además, se emplean diversos puntos de vista narrativos, como la transcripción del diálogo y la técnica del retrato del personaje y de su entorno. Además se huye del lenguaje estereotipado, siguiendo una escritura frecuentemente innovadora.

Estos reportajes van a suscitar en el lector nuevas imágenes sobre la realidad, presentada desde otros puntos de vista, nunca alejados de los ideales del periodismo cuyo máximo objetivo será transmitir información. No obstante, como bien expresa Foncuberta<sup>27</sup>, el periodista presenta y con ello reivindica su propia subjetividad en cuanto a la exposición de los contenidos, siempre objetivos.

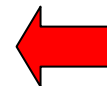
El cierre del reportaje retoma de nuevo al protagonista de la historia y nos devuelve al inicio del reportaje, este modo de finalizar se define como cierre de caso<sup>28</sup>: “*Nadie sabe si fue eso lo que le pasó a Manuel*” (en el párrafo anterior hace referencia a que mucho presos no llevan bien las recientes modificaciones legales que hacen referencia al cumplimiento de las penas integrales y a la dificultad de redimir condena).

El resto de los reportajes seleccionados utilizar recursos similares.

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)



---

<sup>27</sup> FONCUBERTA, Mar de: Op. Cit, pág. 88.

<sup>28</sup> ULIBARRI, E.: Op. Cit., págs. 260-268.

---

---