

Entre la Formación y la Comunicación

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

J. M. GÓMEZ Y MÉNDEZ (edición)
J. ÁLVAREZ MARCOS - M^a. 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 17

**Las crónicas
desde el medio rural.**

AURELIO DE VEGA ZAMORA

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

Informar -dice el Diccionario de la R.A.E.- es enterar, dar noticia de una cosa. Y en segunda acepción apunta que es formar, perfeccionar a uno por medio de la instrucción y la buena crianza. De donde se desprende que los periódicos enseñan. Eso ya lo veía yo cuando iba a mi escuela de enseñanza primaria y el maestro -mi padre- llevaba la Prensa diaria a clase y nos hacía trabajar con ella.

Siempre algo interesa a alguien. Las noticias son como la calderilla del periodismo. ¿Qué pasa en el mundo? ¿Qué es noticia? ¿Qué es lo que nutre los periódicos? Sintetizando, noticia es lo que interesa al lector y, por tanto, debe interesar al periodista. Sin pararnos a analizar lo que es *periodístico* y lo que es *noticiable*, vamos a referirnos a la crónica, que podemos definir como un artículo periodístico o información radiofónica/televisiva sobre temas de actualidad... En este concepto, todo es crónica y todo periodista que trata de o informa de la actualidad '*es cronista*'.

El profesor Martínez Albertos llama a la crónica 'género periodístico híbrido' y dice de ella que es un vocablo absolutamente equívoco en su posible translación de unos países a otros y que, en líneas generales, puede afirmarse que se trata de un producto literario predominantemente latino y desconocido con estas características en el periodismo anglosajón.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

Sobre la mesa del periodista van acumulándose una cantidad indeterminada, desordenada de datos, informes, opiniones, declaraciones, etc., que llegan por los más diversos canales y constituyen la documentación con la que hay que trabajar. Viene, a partir de ahí, una labor de selección, valoración, investigación, contraste de fuentes y otros aspectos que incidirán en la crónica o artículo que ha de redactarse para su posible publicación.

Es imposible hacer una relación de los tipos de crónica que en el periodismo han sido -siguen siendo-, porque hay una subdivisión de géneros y clases de crónicas que hacen muy difícil señalar caracteres válidos para todas. La crónica tiene una doble finalidad. De un lado, es una narración de hechos y, de otro, no puede olvidarse una valoración e interpretación de los mismos. La crónica no tiene un estilo propio; su 'estilo' debe ser directo y fácil, objetivo y no exento de rasgos literarios y personales del autor.

Lo fundamental en una crónica es la noticia, sin ella, sin información de algo, no hay crónica, será un relato valorativo y de opinión. Tampoco la crónica es un reportaje, ni un artículo literario. Para Rafael Mainar la crónica es comentario y es información, es la referencia de un hecho en relación con muchas ideas, es la información comentada y el comentario como información... Para Manuel Graña lo que distingue a la verdadera crónica de la información es el elemento personal que se advierte -va firmada casi siempre- y, aunque sea informativa, el autor suele poner un tono característico, que es su propia esencia¹.

Las crónicas se caracterizan por una cierta continuidad, bien por la persona del periodista, bien por la persona del cronista y por los temas y ambientes tratados; crónicas de enviado especial, crónicas de guerra, crónicas deportivas o taurinas, etc. Esta continuidad y regularidad establece

¹ Recogidos ambos por MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Redacción Periodística*. Ate, Barcelona, 1974, pág. 125.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

generalmente un vínculo como de familiaridad entre el cronista y sus lectores, vínculo que no suele existir en los otros géneros informativos o, en todo caso, se da en un grado mucho menor. Esta familiaridad y confianza permite escribir en un tono directo, llano y desenfadado, como si se tratara de una especie de correspondencia epistolar entre viejos conocidos, de una parte; de otra, la continuidad en la persona, el tema o el ambiente da pie de forma casi obligada a que el periodista intente explicar los hechos de que habla y se permita juicios orientadores acerca de los sucesos que describe.

Parece que se estableciera una ‘relación comunicativa’ entre periodista y lector. Las crónicas hay que escribirlas con un estilo libre, personal, pero sujetas al hecho que da pie a la noticia -que es la que manda- aparecida en la crónica. Aunque debe haber libertad de expresión, no puede admitirse que tenga un estilo editorializante, para que no se convierta en comentario. Repetimos que es un género con obligación de informativo, noticioso y valorativo. La fórmula es narrativa y, a este respecto, sigue diciendo Martínez Albertos: *“El cronista es mucho más que un reportero ocasional que describe un acontecimiento o narra una acción. Es como un confidente del lector. De hecho, el lector no se siente movido a la lectura de las crónicas -dicho sea esto con ánimo generalizador- si previamente no experimenta cierto movimiento de simpatía y atracción hacia las ideas o el estilo literario del cronista habitual. Estas circunstancias contribuyen a perfilar el carácter curioso y particular de muchas crónicas. Los cronistas, en este caso, se aureolan con el mismo parecido carisma que da fuerza atractiva a los comentaristas o escritores de artículos sobre temas de actualidad. [...]*

“El cronista no tendrá que someterse a la preocupación de la 'pirámide invertida', ni es para él indispensable seguir el orden descendente, características casi definitorias de la estructura formal de la noticia. En este sentido se inclina Augusto Assía: "Cada corresponsal tiene su técnica y su procedimiento. Algunos comienzan por hacer copiosas notas, otros trazan primero un borrador y luego lo pasan en limpio y los más lo escriben directamente, improvisando". Quizá deba admitirse que de hecho las crónicas que se publican en los periódicos españoles no respondan a ningún esquema

previo, sino que se hacen como dice Assía, 'directamente improvisando'. Pero no es esto lo aconsejable”².

El catedrático Martínez Albertos ha desarrollado una 'teoría de los géneros periodísticos', que está enraizada también en las formulaciones de la retórica aristotélica, según recoge José María Casasús, que -hablando de la razón de los géneros- escribe: *“Los géneros son útiles, como ha señalado el catedrático Lorenzo Gomis (1989), como instrumentos de la pedagogía del ejercicio profesional, pero son necesarios porque cada género cumple una función específica que responde a diferentes necesidades sociales y a la forma de satisfacerlas. Según su teoría de los géneros, muy próxima a la del doctor M. Albertos, la función de la información es diferente de la función del comentario porque ambas permiten alcanzar finalidades diferentes y satisfacer diferentes necesidades sociales, y esto nos permite distinguir y clasificar los textos periodísticos sin que sea un obstáculo el hecho de que una información vaya cargada de opiniones o incluso que transmita esencialmente una opinión -como es el caso de la noticia de la declaración de un presidente de gobierno-, ni que una noticia aparezca sesgada porque favorece una opinión respecto a otra”³.*

La función de la noticia puede distinguirse de la del reportaje y la de éste, de aquella que cumple la crónica. Al escritor y periodista catalán Josep Pla le oímos una vez por radio que la rutina de la producción periodística le obligaba -decía- a ver la vida en forma de artículos...

² *Ibíd*em, pág. 126.

³ CASASÚS GURÍ, José María: "Análisis del sistema teórico de los géneros periodísticos" en *Estilo y géneros periodísticos*. Ariel, Barcelona, 1991, pág. 91

CRÓNICAS REGIONALES Y LOCALES.

Sin llegar exactamente a ver la vida de esa manera, sí es lo cierto que cuando uno está sometido a la obligada rutina de llenar un par de folios cada día, todo 'se ve' bajo un prisma y con una perspectiva que acerca la actualidad a cada momento y todo te parece que puede ser objeto de información. En mis años de corresponsal o colaborador de Prensa y Radio solía decir que "un viaje sin crónica es viaje perdido..." El periodista encuentra en cada pueblo, en cada acción, en cada sitio o actos a los que asiste, un motivo para informar, para decir algo a los demás, para contarlos, en suma.

Tenidas en cuenta todas las consideraciones anteriores y muchas más que pudieran hacerse, venimos en concluir que hay varias clases de crónicas, que no podemos detenernos a analizar: crónicas de sucesos, crónicas judiciales, de sociedad, deportivas, taurinas, de cine, viajeras, de corresponsales en el extranjero, corresponsal de guerra, enviado especial, corresponsal en un pueblo, corresponsales regionales, etc.

Según los casos, los cronistas y los corresponsales llegan a ser verdaderos especialistas en sus áreas, tienen buenas relaciones con las fuentes, van haciéndose de una notable documentación, manejan bases de datos y una nutrida agenda de contactos, gozan de notable prestigio y algunos han alcanzado fama de escritores brillantes, como los taurinos Corrochano, Cañabate o los más cercanos Vicente Zabala y Joaquín Vidal.

Aunque en este estudio habremos de llegar a la información local en general, y en el medio rural en particular, queremos pararnos en unas breves consideraciones acerca de un fenómeno importante en el periodismo como es la 'crónica local', tanto de pueblos como de la ciudad en que el periódico se edita. Para ello volvemos a Martínez Albertos, que en este capítulo comienza hablando de que la crónica es como la glosa a la vida cotidiana del pueblo o de la ciudad: *"Dice Luis Marsillach que "lo que importa en un buen cronista local es que interprete los hechos con un sentido de universalidad, sentido que ha de*

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

estar en la hondura de los conceptos, sin que aflore a la superficie, a no ser con una leve sugestión que el lector inteligente se encargará de penetrar".

*"Esta función de glosa o comentario a la pequeña actualidad ciudadana se caracteriza por las siguientes notas: 1) referencia directa a noticias del día publicadas en otro lugar de ese mismo periódico, normalmente la misma página; 2) continuidad en cuanto al ambiente y al cronista; 3) periodicidad fija, diaria; 4) el cronista suele ser un reportero que desdobra su actividad: después de haber recogido las noticias del día, realiza una labor de síntesis en forma de pequeño comentario de la vida loca".*⁴

Este profesor analiza aspectos de las distintas clases de crónicas locales y sobre las últimas que trata -las crónicas 'desenfadadas'- remarca que tuvieron mucha aceptación sobre todo en la prensa de la tarde, en relación con acontecimientos de la vida frívola y noctámbula. De aquellos escritores Alfonso Sánchez, en "Informaciones", fue durante muchos años el mayor y mejor cultivador del género.

En cuanto a las crónicas de corresponsales en la Prensa de provincias, habría que distinguir entre periódicos nacionales, regionales y provinciales, cuya particularidad se entiende perfectamente por el ámbito que abarcan. Los periódicos nacionales tienen corresponsales en capitales de provincia y los regionales, los sitúan en las distintas capitales de la región cubierta por el periódico. En cuanto a los periódicos provinciales se limitan a una provincia y hacen las veces de periódicos locales...

"Lo característico de estos periódicos es la 'crónica de pueblos'. Estos informadores son normalmente corresponsales aficionados, sin una profesionalidad definida, y suelen tender más a la literatura que al periodismo: maestros, sacerdotes, estudiantes de los últimos años de bachillerato, carteros, empleados municipales, etc. Otras veces el corresponsal informativo es el mismo corresponsal administrativo del periódico y en esos casos es difícil saber

⁴. MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis: *Redacción periodística*. Ob. cit., pág. 130.

dónde termina la información de actualidad y dónde empieza la publicidad comercial del periódico.

*Los servicios suministrados por estos corresponsales se pueden agrupar en cuatro apartados: 1) rutinas, hechos que vienen dados inexorablemente por el calendario: fiestas locales, romerías, mercados...; 2) corrientes, hechos hasta cierto punto inesperados, pero no extraordinarios en la vida del pueblo: muerte de famosos, viajeros ilustres, ciclos culturales...; 3) exclusivas, hechos insólitos, inesperados, que pueden constituir noticias de carácter regional o nacional; 4) sucesos, accidentes, inundaciones, crímenes, hechos extraños”.*⁵

Las informaciones rutinarias y corrientes llegan al periódico por correo ordinario o en mano de los propios corresponsales que van o trabajan en la capital. Las otras, por teléfono o por fax. Alguna vez, el corresponsal llamará al periódico para que manden un fotógrafo y/o un enviado especial. En algunas corresponsalías, aunque sean de pueblo, puede haber ya -a estas alturas de los avances informáticos- una conexión directa vía internet, aunque serán los menos.

En el capítulo siguiente hemos de abordar ya más en concreto cómo ha de indagarse y estructurar la información más cercana al lector (oyente y telespectador, también) y cómo las necesidades informativas de los colectivos del medio rural hacen que los Medios de Comunicación estén teniendo ahora el auge y el predicamento de que disfrutaban, en la medida en que se preocupan de sus asuntos noticiables. Que lo local interesa, lo demuestra el hecho de que las audiencias de los medios locales (radio, televisión y prensa) se mantienen estables y en determinados ámbitos superan incluso a los de difusión nacional.

Se ha hablado del *sacerdocio* del periodismo local, de cómo hay que improvisar, las más de las veces, los elementos y útiles para poder trabajar y muchos informadores de pueblos han tenido que aprender solos y rápido, buscarse fórmulas para poder atender y hasta *‘pagar’* esta clase de *Periodismo*,

⁵. *Ibíd*em, pág. 134.

a la vez que compatibilizarlo con un trabajo rentable, remunerado, que les permita vivir dignamente.

INFORMACIÓN DE LOS PUEBLOS.

Los Medios de Comunicación constituyen una realidad social, una propuesta que puede ser aceptada, o no, por los usuarios, que son los destinatarios de la información. Las audiencias tienen cada vez más dominio de los contenidos, muchos de los cuales pueden despertar su interés. La función de la Prensa es darles lo que demandan y en los pueblos todo parece ser inmediato (en el tiempo y en el espacio), cobrar más relieve. Vemos un argumento que presentan Rodríguez Rad y Caro González, referido a que cada vez más las empresas informativas tratan de satisfacer necesidades de grupos de población homogéneos y reducidos, y que se complementa con lo siguiente: *“Actualmente la búsqueda de segmentos de población específicos hace que los medios de difusión regional se encuentren en auge. En el subsector de la prensa diaria el mayor crecimiento de audiencias se ha producido en los diarios de difusión regional, provincial y local. Los diarios de difusión nacional tratan de acercarse a las distintas comunidades y regiones sumando a la edición nacional ediciones regionales con información de carácter autóctono”*⁶.

Enlazando con el párrafo anterior, queremos resaltar la importancia de la información más cercana al receptor. La que se hace para ellos y también la que se elabora 'junto a ellos', hablando de sus cosas: narrando sus valores, analizando sus problemas... No es posible entender la construcción de los discursos de los Medios sin considerar el espacio y la sociedad en que se producen. Hay que tener en cuenta sus circunstancias y pensar que el proceso de

⁶. RODRÍGUEZ RAD, Carlos y CARO GONZÁLEZ, Francisco: "El mensaje informativo como producto", en GÓMEZ Y MÉNDEZ, J. M. (Ed.). *Información y Ciencia. Pliegos de Información 2*. Equipo de Investigación, Análisis y Técnica de la Información. Universidad de Sevilla, 1995, pág. 12.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

la comunicación social es un proceso de construcción sociosemiótica y de producción discursiva. Así se expresa Rodrigo Alsina: *“De acuerdo con su propia visión del mundo, el destinatario puede reconstruir una nueva realidad social a partir de la que es transmitida por los 'media'. En segundo lugar, el individuo tiene a su alcance otros modelos de realidad social. No hay que caer en la falacia de la hiperrealización de la realidad social por los 'mass media'. El hecho de que pudiéramos aceptar la realidad social de los 'mass media' como la dominante, no nos puede hacer creer que es la única. Así, el grado de contribución de los 'media' a la construcción de la realidad social del individuo está en función, principalmente, de su conocimiento de otros modelos de realidad social y de su visión del mundo. Aunque no hay que olvidar que los medios de comunicación tienen también una función de socialización”*⁷.

Cabe pensar que cualquier lector puede poner en duda una información concreta porque tiene otras referencias o porque hace una interpretación distinta de los hechos. Es una especie de contrato, donde una de las partes es la que hace la propuesta... Por eso es tan importante la credibilidad de los Medios y de los que informan en ellos. Es posible que algunos no quieran solo hacer saber, sino también 'hacer sentir'. La Prensa sensacionalista o la Prensa no objetiva puede, a veces, proporcionar informaciones, noticias o comentarios que no sean del todo ciertas, con lo que eso supone de rechazo por parte de los lectores. Seguimos con el profesor Alsina: *“Desde el punto de vista del receptor, la noción de objetividad se basa en un extraño juego que consiste, más o menos, en lo siguiente: un discurso sobre unos acontecimientos de actualidad será considerado objetivo cuando el receptor tenga la sensación de que, si él hubiera estado allí donde los acontecimientos se produjeron, los habría descrito más o menos de la misma manera. Es decir, que nos encontramos ante una negociación de subjetividades o intersubjetividad”*⁸.

⁷. RODRIGO ALSINA, Miguel: *Los modelos de la comunicación*. Ed. Tecnos, Madrid, 1995, pág. 87.

⁸. *Ibíd*em, pág. 161.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

Habría que articular una organización comunicativa en la que convivan los grandes y los pequeños Medios de Comunicación, defendiendo cada uno sus parcelas y sus intereses y abarcando las áreas que les sean propias. La transformación de los actuales medios y las cadenas de comunicación, el cambio de objetivos informativos y la mejora de estructuras para una parte de los servidores de estos medios, es, hoy por hoy, muy problemática. En cambio, la proliferación de medios pequeños y no profesionalizados responde a necesidades concretas de grupos sociales muy concretos, por lo que está resultando un hecho normal y esperanzador. Hay una conciencia colectiva de ese sentimiento de necesidad bastante elaborada, dice el profesor Ruiz del Árbol, que añade: *“La impresión escrita, radiofónica, filmada, informatizada de contenidos de carácter inmediato, supone por parte de quien la realiza, primero, un alto grado de elaboración teórica en torno a los propios sucesos y marcos circunstanciales a que se refiere la información; segundo, un fuerte deseo de comunicar o compartir colectivamente tal información; tercero, una capacidad mecánica importante para plasmar la información y también para distribuirla; y por último, desde luego, un enorme interés en el objetivo que se persigue para reproducir esta operación periódicamente, o de modo constante, si se trata de medios instantáneos. [...]*

Como efecto secundario de la capacidad para emitir mensajes, expresiones articuladas de su vida cotidiana, por parte de los grupos sociales, se encuentra el desarrollo de idéntica habilidad, pero no solo de cara a la creación de medios propios, sino también con el objetivo de permeabilizar los medios masivos. De igual modo que los partidos políticos, las empresas industriales, mercantiles o financieras, las confesiones religiosas, organizan su capacidad de emisión de los propios mensajes a través de gabinetes de prensa, o los hombres públicos promueven su imagen con agentes especializados en relaciones públicas, las asociaciones cívicas con una mínima capacidad comunicativa, adquirirán habilidad para romper la censura..”⁹.

⁹. RUIZ DEL ÁRBOL, Antonio: *Diez años de Prensa Local madrileña*. Consejerías de Gobernación y Cultura de la Comunidad de Madrid. Madrid, 1987, pág. 18.

UTILIDAD DE LA PRENSA.

En la idea de abandonar el papel y la visión tradicionales de la Prensa, venimos a convenir que -aunque sigue siendo un buen Medio de Comunicación-, en el contexto de una sociedad del ocio parece cierto que hay que concederle categoría de futuro, y no solo histórica. Algo muy serio, que nada tiene de anécdota y sí debemos prestarle una atención de acuerdo con su importancia. A este respecto, el profesor Guillaumet se pregunta...: *“La prensa, ¿qué es y para qué sirve? La prensa ya es historia, pero sirve para el futuro. La prensa ya no es anticipación, sino documentación; ya no es el medio de comunicación por excelencia, pero es la invitación constante a la reflexión. La vitalidad de la prensa y su incidencia social será cada vez más un instrumento de precisión para medir el nivel de cultura y de capacidad crítica de las sociedades del futuro.*

*“Cuando más superada puede parecer en sus medios y en sus recursos, la prensa ofrece un mayor despliegue de usos y funciones, de posibilidades: la información diaria profundizada, analizada, contrastada; las lecturas semanales de frivolidad, cultura o grandes temas; la comunicación profesional, asociativa, científica; la guía utilitaria y, también, la participación individual y colectiva para hacer de la prensa un instrumento propio. Prensa sobre todo y para todos, ¿por qué no? En el trabajo, en el barrio, la ciudad o el ocio... en la escuela. ¿Por qué no?”*¹⁰

Alude el autor a Prensa de intereses generales, de intereses sociales y sectoriales y Prensa de servicios. En grandes ciudades y en poblaciones medianas, el aumento de la oferta en Prensa registra novedades sugestivas, desde las revistas dedicadas a vídeos o informática, hasta periódicos en fotocopias o publicaciones gratuitas que se sufragan con la publicidad. Toda esta fiebre comunicacional, junto a la revolución tecnológica, está abriendo

¹⁰. GUILLAMET, Jaune: *Conocer la Prensa. Introducción a su uso en la escuela.* Gustavo Gili, Barcelona, 1988, pág. 35.

campos a los periodistas, sobre todo los jóvenes, que con ideas y entusiasmo trabajarán en algo fascinante.

Jaume Guillamet dice que primero hubo periodistas que periódicos y que fue antes la función que el órgano. Recalca que ‘periodista’ es el que hace y escribe en los periódicos (algo, esto último, que habría que matizar) y que los primeros historiadores de la prensa y del periodismo en el siglo XIX no dudaron en considerar a aquellos anónimos y lejanos informadores, a los antiguos cronistas, a tantos pioneros, como los primeros periodistas: *“Periodista es "quien profesa el Periodismo", dirán en sentido lingüístico estricto las enciclopedias como primera definición. Y del periodismo dirán, a su vez, que es "el ejercicio o profesión de periodista", cerrando el círculo de las evidencias con que a menudo obsequian a sus lectores los textos más ortodoxos.*

“La actual revolución tecnológica, sorprendente, vertiginosa y aún no exenta de novedades espectaculares para el futuro, está devolviendo al periodista al principio de su largo ciclo profesional. En el principio eran un periodista y un impresor, incluso a veces la misma persona. Al cabo de cinco siglos el periodista vuelve a estar más cerca que nunca de la imprenta, ha sustituido incluso al viejo linotipista, sentado ante la pantalla informática con que ha sustituido a la más moderna máquina de escribir.

“La imprenta de Gutenberg ha vivido un desarrollo técnico e industrial que difícilmente habría podido concebir su creador, y en este fin de siglo está cerrando su ciclo tecnológico. Del sistema mecánico de composición de textos y montaje de páginas, se ha pasado a un sistema fotográfico y electrónico. Se mantiene lo esencial del sistema de reproducción impresa sobre el papel, con un largo y complejo recorrido también desde la primera prensa manual hasta las velocísimas rotativas de offset”¹¹.

Tampoco el periodista es el mismo. Habla Guillamet del actual licenciado universitario con la pomposa titulación de "Profesional de la Información". Al periodismo se accede también desde otras disciplinas universitarias y aun desde

¹¹. Ibídem, pág. 38.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

el propio ejercicio, siguiendo una muy vieja y arraigada costumbre, cada vez más minoritaria.

EN EL MEDIO RURAL.

Abandonamos este tema, al que podrían sacarse tantos argumentos como páginas, para recalcar en el medio rural, en la labor que puede hacer un periodista en un pueblo perdido en una serranía cualquiera. Bien entendido que el cronista local ha de estar metido y viviendo intensamente la vida de ese pueblo, pero pensando también que fuera de su término municipal no se acaba el mundo. Debe tener sentido de la medida. Cada uno tendrá su estilo peculiar, propio, que va depurando con la reiteración del oficio. Escribir pensando en los demás, en sus paisanos -receptores próximos-, pero sin olvidar que también van a aprender otras personas, de otros ámbitos. Decía Luis Marsillach: *“Si el pueblecito tiene un cronista, a través de cuanto él escriba y comente, hallaremos la explicación de todo lo que haya ocurrido en el pueblo y de lo que ocurre fuera de él y que no se menciona ni alude en el texto [...] Lo que importa a un buen cronista local es que interprete los hechos con un sentido que ha de estar en la hondura de los conceptos, sin que aflore a la superficie, a no ser como leve sugestión que el lector inteligente se encargará de penetrar”*¹².

El periodista debe analizar y penetrar en todo el poder de las palabras, porque lo que escriba ha de ser cabal, serio y profundo, tanto por su buen nombre como por el sentido periodístico que ha de manifestarse en el tema y en la manera de contarlo. Esto se nota más en la información más concretada y más próxima. Brevedad, agilidad, síntesis, precisión literaria, veracidad y otros apelativos más. Pero, claro, en todos los pueblos los periódicos no encuentran un corresponsal que reúna las condiciones idóneas para un trabajo que consideramos de importancia. Los profesores Orive y

¹². MARSILLACH, Luis. “Teoría y práctica de la crónica local”. En *Enciclopedia del Periodismo*. Noguer, Barcelona, 1966, pág. 386.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

Fagoaga dicen: *“El periodista profundizará en todo ese poder de connotaciones, de denotación, de intención y en sus funciones significadoras, expresivas y apelativas. Pero no por efectos estéticos -que esto ya lo hacen irremplazablemente la literatura y sus creadores-, sino por eficacia comunicadora.*

*“El estilo mantendrá sus condiciones de acción tal y como se encuentra en los grandes reporteros, pero será también más riguroso. Estilo vivo, pero no exagerado en su dimensión humana; no más prosa trágica que roce lo grotesco por dramatizar, ni que personalice demasiado lo que trate. Un nivel más elevado permitirá el publicar textos sencillos, pero no simplistas. El afán de analizar e investigar del diario de masas reclama un estilo conforme a esta materia. El mezclar, el hacer un cóctel de hechos -anécdotas, ficciones- no tiene ya sentido en la prensa escrita”.*¹³

Los elementos fundamentales que hacen que el trabajo del corresponsal o informador local estén marcados por la objetividad y el bien hacer son la interpretación de unos conceptos expuestos con el estilo preciso, sin condicionamientos y ateniéndose al estilo del medio en que escribe. La relación entre el periodista y sus destinatarios es como un contrato que ha ido forjándose por el uso social de esos medios como transmisores de la realidad y que llevan a cabo una continua práctica de autolegitimación.

LOS DESTINATARIOS.

La información es un producto puesto en juego por la comunicación. Las noticias y la cultura se transmiten por los medios de comunicación. Siempre que hay un emisor o un difusor, es porque hay alguien que recibe lo que aquel hace circular por un soporte que lo hace llegar al receptor, al destinatario. Los medios son los que crean la realidad social, ya que los acontecimientos son conocidos

¹³. ORIVE, Pedro y FAGOAGA, Concha: *La especialización en Periodismo*. Dossat, Madrid, 1974, pág. 131.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

gracias a ellos. Muchas veces los medios construyen esta realidad sin tener en cuenta a la audiencia. El citado profesor Rodrigo Alsina puntualiza: *“Debe quedar bien claro que la construcción social de la realidad por los ‘mass media’ es un proceso de producción, circulación y reconocimiento. Pensemos que la actividad periodística es una manifestación socialmente reconocida y compartida. Incluso históricamente se han producido variaciones en la producción periodística que el consumidor va conociendo. Como nos recuerda Vázquez Moltalbán “fue Herald quien introdujo sistemáticamente la crónica directa, el embrión del reportaje en los diarios, proporcionando al lector la ilusión intelectual de que ‘asistía’ al acontecimiento, del mismo modo que la interviú proporcionaba la ilusión de que ‘veía’ al personaje”.*¹⁴

A los periodistas se les reconoce la facultad de recoger las noticias, los acontecimientos y darles un sentido, una importancia informativa -"noticia es lo que es digno de ser publicado", decíamos- y elaborarlas, hacerlas publicables.

*“La relación entre el periodista y sus destinatarios está establecida por un contrato fiduciario social e históricamente definido. Este contrato se basa en unas actitudes epistémicas colectivas que se han ido forjando por la implantación del uso social de los medios de comunicación como transmisores de la realidad social de importancia pública. Los propios medios son los primeros que llevan a cabo una continua práctica de autolegitimación para reforzar este rol social”.*¹⁵

Más adelante habla el mismo autor de los 'acontecimientos' y dice que las noticias se nutrían de ellos, que el centro generalmente era el hombre. Las noticias se limitaban a notas sobre hechos sociales o políticos de alguna importancia. Hasta que Benjamín Day llenó su periódico (el "Sun") con noticias de otro carácter, que la gente demandaba por considerarlas excitantes,

¹⁴. RODRIGO ALSINA, Miguel: *La construcción de la noticia*. Piados. Barcelona, 1989, pág. 31.

¹⁵. *Ibíd.*

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

entretenidas o divertidas. El paradigma del acontecimiento es el suceso, viene a decir. Y añade: *“La sociedad de los media se podría definir como una sociedad 'acontecadora'. Ha habido una multiplicación de los acontecimientos tanto en cantidad como en tipo. Tudesq afirma que esta multiplicación se manifiesta en tres aspectos:*

“a) La rapidez de información acelera el proceso morfológico del acontecimiento; esto hace que la opinión de la información actúe sobre el propio acontecimiento.

“b) La rapidez de la información también tiene un efecto espacial, ya que se amplía a nivel mundial. El acontecimiento puede hacer referencia a cualquier parte del mundo.

“c) Se da asimismo una diversificación de tipos de acontecimientos deportivos, económicos, de sucesos, técnicos, etc.

“Sin embargo, frente a esta diversidad temática, se da una homogeneidad formal. El acontecimiento, en general, se aproxima al tipo de acontecimiento de sucesos. [...] El acontecimiento viene definido por la importancia del mensaje”¹⁶.

Todo acto comunicativo se realiza para que llegue a los destinatarios y estos deben implicarse en los contenidos de los mensajes, ya que si esta complicidad y aprehensión del mismo no se produce, el efecto de lo que se publica o se le dice será nulo. El destinatario debe mostrarse con un espíritu y una actitud receptivos a los mensajes emitidos.

“Cada consumidor de comunicación de los ‘mass media’, personal y subjetivamente, puede otorgar la mayor implicación a unas noticias a partir de

¹⁶. *Ibíd*em, pág. 89.

múltiples peculiaridades personales. Evidentemente, cada acontecimiento-noticia tendrá un grado de implicación determinado.

“Los grados de mayor a menor implicación podrían ser:

“1. Implicación directa y personal. Son aquellas noticias que afectan directamente a la vida cotidiana del individuo. Por ejemplo, la subida de los impuestos.

“2. Implicación directa y no personal. Afecta directamente de forma emotiva o ideológica, pero no tiene una incidencia relevante en la vida cotidiana de la persona. Por ejemplo, la victoria de un equipo de fútbol de que es simpatizante.

“3. Implicación indirecta. No afecta directamente al individuo, que percibe la noticia como algo que sucede en otro tiempo o lugar y a otras personas. Por ejemplo, la victoria de otro equipo de fútbol.

“4. No implicación. El individuo se siente indiferente a la información recibida. Por ejemplo, la baja de cotización de Siemens en la Bolsa de Francfort.

“Hay que advertir inmediatamente que todos estos grados de implicación se dan en relación a un sujeto específico. [...] Podemos establecer que algunos ciudadanos perciben algunos temas como más importantes que otros y una serie de características pueden condicionar la importancia del tema: la proximidad, la espectacularidad, la anormalidad, la imprevisibilidad, etc.”¹⁷

La producción periodística puede explicarse como un proceso de circulación del saber. El periodismo es una actividad que permite satisfacer la afición, el ocio y -hasta- el negocio... En nuestra sociedad hay varios factores

¹⁷. *Ibíd*em, págs. 103 y 104.

que contribuyen al conocimiento, pero los medios de comunicación tienen un papel muy importante. Eso deben saberlo tanto el periodista 'de mesa' de una gran ciudad, como el periodista 'de a pie' del más alejado pueblecito. El informador debe estar muchas veces en función del receptor. El profesor Rodrigo Alsina recoge, en otra de sus obras, lo siguiente: *“El trabajo periodístico solo tiene su culminación con éxito cuando se produce la publicación de la información en el medio. Es decir, cuando el saber y el hacer narrativo se convierten en un hacer comunicativo, en un hacer saber. Aunque la publicación de la noticia será también objeto de negociación del periodista con sus superiores.*

“Por lo que hace referencia a este saber, parece que hay acuerdo entre las distintas corrientes sociosemióticas. Landowski señala: ‘El discurso no reproduce lo real, lo construye; no refleja lo social, sino que lo produce. [...] Bien que mal, es verdad que el diario nos informa; incluso si lo que él dice no es necesariamente verdad, da al menos una forma a nuestra manera de imaginar nuestro propio presente’.

“Para Verón ‘es en la semiosis donde se construye la realidad de lo social. El mínimo acto-en-sociedad de un individuo supone la puesta en práctica de un encuadre cognitivo socializado, así como una estructura socializada de pulsiones. El análisis de los discursos sociales abre camino de esta manera al estudio de la construcción social de lo real’.

“Por mi parte, considero que los ‘mass media’ construyen un modelo de realidad social, cuya diferencia con la que construimos nosotros diariamente está en su carácter público. Este saber periodístico posee una característica insoslayable: que es un ‘rol’ institucionalizado. Es decir, hay un reconocimiento público de la función cognoscitiva del periodista y de la relación entre periodistas y sus destinatarios”¹⁸.

Hablaba el maestro Nicolás González Ruiz de la '*descripción*', que dividía en directa, pictórica, topográfica y cinematográfica. Parece lógico que los corresponsales de pueblo deben llegar al destinatario con unas '*descripciones*'

¹⁸. RODRIGO ALSINA, Miguel: *Los modelos de la comunicación*. Ob. cit., pág. 154.

que no serán demasiado largas y sí objetivas. El periodista debe 'ver' lo que va a contar, ya que no se describe bien lo que no se conoce...: *“El ideal nunca alcanzado de la descripción es que ésta sea tan completa y tan viva que pueda el lector conocer el objeto descrito con tanta seguridad como si lo hubiese visto. Y digo 'ideal nunca alcanzado' no solo para marcar la imposibilidad de llegar a describir tan perfectamente como este ideal parece reclamar, sino porque la descripción que pudiéramos llamar objetiva no opera sobre la imaginación con bastante fuerza como para despertar auténticas imágenes por medio de cifras, y la descripción bella y subjetiva, si no guarda un gran equilibrio puede llevar al que lea hacia imágenes deformes muy alejadas, en consecuencia, de la realidad descrita”*.¹⁹

ESPACIOS LOCALES.

Hace más de un siglo que se produjo una evolución informativa, un gran salto en el incremento de la comunicación social y de la propaganda a través de la prensa. Según Jesús Timoteo Álvarez, este nacimiento y desarrollo se fundamenta en tres puntales o unidades. En primer lugar, consolidación definitiva de sistemas informativos nacionales; en segundo, dominio del mercado informativo por medios cuantitativa y cualitativamente distintos, y tercero, que la información en el siglo XX se cimienta sobre una organizada red de circulación informativa mundial²⁰.

Era previsible, dice el autor, que desde tales factores definatorios se produjese una rápida expansión y, luego, la concentración de emisores. El Estado influía en el sector informativo, cosa que ya -al final de la pasada centuria- fue remitiendo ante la proliferación de medios que escapan a cualquier

¹⁹. GONZÁLEZ RUIZ, Nicolás: "Redacción periodística". En *Enciclopedia del Periodismo*. Ob. cit., pág. 121.

²⁰. ÁLVAREZ, Jesús Timoteo: *Del nuevo orden informativo*. Ed. Actas, Madrid, 1991, págs. 169 y 170.

control. Sobre este tema tiene un pormenorizado estudio Juan Maciá Mercadé, en que alude a un Seminario Internacional sobre Prensa (Universidad de Navarra, septiembre de 1988), donde se apuntó la falta de protección que tiene la prensa frente a presiones gubernamentales y de otro tipo.

En dicho Seminario, *“el profesor Bertrand lamentó no observar entre los profesionales y la opinión pública de Europa una preocupación militante para proteger a la prensa contra el dominio del Gobierno y de los medios de negocios. La única forma de garantizar su libertad y su independencia es asegurar su calidad y su reponsabilidad de cara al público. Debe servir adecuadamente al público y darle explicaciones de su actuación. El profesor Urabayen dijo que la prensa diaria estaba en trance de desviarse peligrosamente del camino. [...] "La ausencia de ética en las organizaciones informativas se traducirá, a corto o medio plazo, en una pérdida de autonomía. Se debilitan las defensas ante las presiones externas de los poderes sociales y se enturbian las relaciones entre propietarios, directores y redactores”, afirmó Carlos Soria*²¹.

Unas páginas más adelante, Maciá Mercadé se refiere a los espacios locales y a los aspectos relacionados con ellos, para descender a la prensa de menor dimensión-proyección, recalando en los ámbitos geográfico y de inmediatez, más vinculados con las fuentes y con los destinatarios-receptores. Y respecto a la 'vocación' -que subraya- dice: *“Este es el impulso motor que entendemos caracteriza a la 'prensa de regiones', de un modo más acusado que en el caso de la prensa nacional, y que precede al objetivo meramente comercial o mercantil y es superior al estrictamente ideológico.*

“Existe una vocación de servicio público informativo a la comunidad más humana y socialmente abarcable, sea regional, provincial, comarcal o local. De otra parte y en función del aspecto cualitativo, recordemos que el profesor Nieto reconoce que estos periódicos de ámbito más reducido pueden

²¹. MACIÁ MERCADÉ, Juan: *La comunicación regional y local*. Ed. Ciencia, Madrid, 1993, págs. 110 y 111.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

tener una penetración ideológica nacional, [...] se hacen acreedores a que se les preste eco en otras publicaciones que se editan en ciudades distantes. [...]

“Este es un fenómeno que se da en algunos diarios de nuestro país y concretamente en aquellos que cuentan en la plantilla de su redacción a buenos profesionales. Se trata pues de diarios de difusión local y penetración ideológica nacional”²².

En una mesa redonda sobre la problemática de diarios y revistas, organizada por AEDEMO a principios de 1988, se dijo que no había periódicos verdaderamente nacionales, pues los que así se llaman venden muy por debajo del periódico local. Reseñando el acontecimiento dice el mismo autor que hay que entender 'local' en sentido amplio, es decir, el diario regional, provincial o local con el que se compite en una determinada y delimitada área geográfica. Prosigue: *“Esto obedecía a que los periódicos de gran difusión son a su vez de gran dispersión. Y se abundó en que en muchas Comunidades el diario nacional es el segundo, utilizado como complemento a la información local, siempre entendiendo que se trata de prensa nacional de élite.*

“Por nuestra parte, precisamos que el fenómeno señalado de que el periódico nacional sea 'el segundo', con menor difusión que el predominante en cada región, se produce en quince de las diecisiete Comunidades autónomas españolas.”²³

¿Dónde radica la fuerza de la prensa local? Fundamentalmente, ya dijimos, en la inmediatez y en la proximidad geográfica. "Cerca y antes", sería el lema... Importa más lo próximo, lo que tenga relación con lo que conocemos. Para un periódico local no será noticia que muera un teniente en Bosnia, eso ya lo dicen los periódicos nacionales. Pero sí será noticia de primera la muerte de un cabo primero que es de la comarca. Ni la muerte de un millón de chinos, frente al accidente de un minero del pueblo. Importa la farmacia de guardia, el

²². Ibídem, pág. 153.

²³. Ibídem, pág. 339.

semáforo o la obra del casino. En referencia a la prensa cercana escribe Mercadé: *“En los últimos seis años (1980-86) no se detecta una tendencia a la concentración, sino que -paralelamente a un cierto tirón de la prensa nacional e interregional- se ha producido una aceleración mayor en la prensa 'mediana' y 'pequeña', con gran proliferación de nuevos títulos y empresas periodísticas de ámbitos provinciales y comarcales.*

“Es decir, que la 'regionalización' de España potencia no principalmente a la prensa de objeto y vocación regional, sino que el espíritu regionalista aviva y fomenta la actividad informativa y todavía más próxima a sus unidades menores: la provincia, la comarca, la localidad”²⁴.

REGIONALIZACIÓN. LOCALIZACIÓN.

La prensa cercana incluye la difusión provincial , comarcal y local. Y aún llegamos más lejos, abarca también las nuevas modalidades, que aparecen con fuerza: prensa municipal, de barrio y gratuita. Con aportaciones de periodistas en ejercicio y nuestra propia experiencia -a lo largo de muchos años- trazamos ahora -para finalizar- unos apuntes breves de lo que se entiende por regionalización, provincialización y localización de las distintas informaciones que se hacen desde los pueblos, en los pueblos y para los pueblos.

Decíamos que la Prensa regional está en auge, aunque algunas cabeceras se encuentren en una etapa de cierto estancamiento en cuanto a difusión, pero no podemos olvidar que el interés de los lectores sigue estando en lo que ocurre a la puerta de sus casas. Alguien ha dicho -sabemos- que demasiadas veces los periodistas se olvidan de que no trabajan para ellos, ni para ‘el amo’, sino que su trabajo está dirigido a los lectores, oyentes o espectadores...

En una escala descendente habría que empezar por aquella Prensa que, con independencia de donde esté ubicada su sede de edición, su difusión supera

²⁴. Ibídem, pág.583.

ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

el ámbito de la región y abarca a otras regiones, en todo o en parte, y su intencionalidad y contenido son suprarregionales: Prensa interregional.

Cuando la Prensa se difunde preferentemente dentro de la región en que se edita, aunque el periódico no se haga físicamente en su capital administrativa, y su intencionalidad y contenido sean de ámbito regional, estamos ante la Prensa regional.

Si el periódico se tira en una ciudad o capital de provincia y su difusión supera los límites geográficos de esa provincia para adentrarse en parte de las más cercanas, tenemos una Prensa interprovincial, que abarcará contenidos de carácter multiprovincial.

La que se difunde en la provincia donde se edita y su intencionalidad y contenidos se limitan a temas provinciales y relacionados con las instituciones y organismos de la provincia es Prensa provincial, aunque no se haga en la capital.

Por último, los periódicos que se difunden en una comarca y/o ciudad, con sede editorial en cualquier pueblo de dicha comarca, es Prensa local o comarcal.

Puede variar según los casos, porque sus contenidos estarán referidos a la zona que su propio nombre indica. Sin olvidar que también la Prensa local puede tener informaciones regionales o nacionales. Un ejemplo muy claro en esta suerte de informaciones, la mezcla que se produce en los distintos estamentos de la secuencia relatada, lo tenemos en la ciudad de Sevilla y, por supuesto, también en otras. ¿Es el *ABC* un periódico nacional? ¿Es regional? ¿Local? Los que llamamos periódicos ‘locales’ pueden ser multilocales, ya sean de pueblos grandes o de ciudades pequeñas, como se quiera.

No podemos entrar en más jardines... Solo concluir que -sobre todo en estos periódicos- concedemos una gran importancia al corresponsal desde el

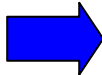
ENTRE LA FORMACIÓN Y LA COMUNICACIÓN.

medio rural, a aquel que hace sus crónicas desde el pueblo y satisface la necesidad que el lector o el oyente tienen de una información próxima, que les hable de su tierra y de sus cosas. Y para el tema que nos ocupa, esta información interesa que sea hecha por personas que conozcan los temas y los lugares en que se producen.

Corresponsal, según el Diccionario de la RAE, es una persona que habitualmente y por encargo de un periódico, emisora de radio, cadena de televisión, etc., envía noticias de actualidad desde otra población o país. No hablamos aquí de los corresponsales o enviados especiales de los grandes medios -todos ya en la rueda de internet-, sino del aficionado a ser periodista, al que gusta escribir y contar cosas de su pueblo, que las vive de primera mano y a las que concede una extraordinaria importancia (que alguna, sin duda, tienen).

(Este texto forma parte de los capítulos “2.7. *La crónica*” y “2.8. *Información de los pueblos*” de su Tesis Doctoral, aún inédita titulada “*La información de la Comarca Serrana en la Prensa de Huelva*”, defendida en el mes de junio de 2003 en la Universidad de Sevilla y calificada Sobresaliente “cum laude” por unanimidad).

(ir al inicio del capítulo)



(ir al índice)

