

Lecciones de creatividad para jóvenes reporteros

MARCELA ESCOBAR*

DIRECTORA DE ESTUDIOS, PERIODISMO, UFT

—“No se me ocurre”.

La frase que se escucha a diario en las salas de redacción periodística.

La frase que tortura la cabeza de reporteros y redactores, obligados por este oficio a proponer nuevas historias, nuevas noticias, aspectos desconocidos de una realidad que nunca es tan múltiple y se presenta cada vez menos lejana.

Salir de la frase “no se me ocurre” es la única manera de sobrevivir en el periodismo, estés en la trinchera en la que estés. Como reportero y redactor —el rol que he asumido por años—, el desafío es todavía mayor si se trabaja en prensa escrita. Lo sabemos: el mundo cambió, internet tiene la culpa. Las noticias están más cerca y más rápido en la retina de nuestros lectores. Y esos lectores, hoy, se han convertido en tiranos a los que nunca les vemos las caras pero que asumimos voraces, fugitivos, ávidos de sorpresas.

Reinventarse, entonces, es la única salida. Y la creatividad resulta indispensable para alimentar un oficio que —ya lo sabrán nuestros alumnos— termina de aprenderse en la práctica. Golpeando puertas, aplanando calles.

¿Existen estrategias para hallar temas que sean originales y que conduzcan, entonces, a la creación de una pauta periodística propia, creativa? Formalmente, no. Al menos, no aparecen en libro alguno enunciadas de modo tan evidente. Hay, sin embargo, algo parecido a un entrenamiento, a la discipli-

na, emparejada al sentido común y a la curiosidad por el prójimo, ese otro que nos rodea, que conforma nuestra realidad periodística y que termina siendo, siempre, el material de nuestras crónicas.

Enfrentado a explayarse sobre el desafío que la prensa escrita enfrentaba en los albores del siglo XXI, el argentino Tomás Eloy Martínez (aquel maestro del periodismo que murió en enero de este año) señalaba: “Todas las mañanas, en cualquier latitud, los editores de periódicos llegan a sus oficinas preguntándose cómo van a contar la historia que sus lectores han visto y oído decenas de veces en la televisión o en la radio, ese mismo día”.¹ Proponía entonces —y su propuesta está todavía vigente— que las noticias debían permitir que el lector se identificara con la realidad. Que, para ello, había que “individualizar” los contenidos. Que lo creativo estaba, a fin de cuentas, en la búsqueda de la mejor de las historias, ésa capaz de servir de metáfora.

Buscar historias es parte del entrenamiento constante al que se someten los periodistas, independiente que trabajen en diarios, televisión, radio o alguno de los nuevos medios nacidos al alero de internet. Incluso ésta ha potenciado “la historia” por sobre “el dato”: la proliferación de los blogs o bitácoras electrónicas —hace dos años se estimaba que existían más de 133 millones de estos diarios de vida postmodernos— han convertido las historias personales, los gustos, las obsesiones del ciudadano corriente en contenido informativo. Lo que

no es otra cosa que una capacidad inmensa de persuasión: que otros consuman, cada día, aquello que a mí me interesa.²

En esta batalla, la opinión, al parecer, le está ganando terreno a la información.

Otra buena lección para periodistas: si usted no es un extraterrestre, es altamente probable que aquello que lo obsesiona también obsesione a otro. Hágase caso, joven reportero. Esa idea que se atropella en su cabeza es una buena idea. Pero no lo sabrá si no la lleva a cabo.

Pelearle a la ineditéz

Porque es un hecho que las buenas ideas mueren todos los días en las cabezas de quienes temen a sus propias buenas ideas. El periodismo está lleno de no-escritores que nunca terminarán la gran novela que han pensado por años. Lleno de no-cineastas que quieren filmar su propia película jamás estrenada.

La periodista Cherie Zalaquett demoró años en dar con su primer libro, ese conjunto de estre-mecedoras crónicas agrupadas bajo el título *Sobrevivir a un fusilamiento*. Y en las páginas que sirvieron de introducción a esos relatos escribió: "Yo estaba en ese momento en una gran deuda conmigo misma. Tenía mi biblioteca abarrotada de textos inéditos: cuentos, proyectos de novela, composiciones, fragmentos acumulados durante una vida; repensados y reescritos. Pero el libro, mi libro, no cobraba forma"³.

Fueron años, dice, antes de que el libro la encontrara a ella. Antes de que se diera cuenta de que en esa suma de papeles que se acumulaban sobre su escritorio había historias que merecían ser contadas. Los que estaban ahí, los que sobrevivieron a la oscura época de la dictadura militar, no eran los protagonistas habituales de las noticias. No eran importantes ni, menos, poderosos. Pero el ojo

creativo de Cherie Zalaquett vio algo en ellos. Y lo convirtió en libro.

Jamás dejar morir una buena idea es, probablemente, uno de los mandamientos de la creatividad periodística. Y quizás más: jamás dejar que una buena idea muera porque no hay tiempo para escribirla. Cherie Zalaquett demoró al menos dos años desde que publicó el reportaje que inspiró su libro hasta que escribió el conjunto de crónicas que la sacaron de la "ineditez". Multiplicar el tiempo como quien multiplica panes o peces debe ser parte de este código no escrito del oficio. No más quejas, entonces. Más ingenio.

Cuéntame una historia original

Buscar nuevas historias para contar, y convertirlas, así, en parte de una pauta original, distintiva, pasa no sólo por hallar qué contar, sino también por cómo contarlo. El profesor de periodismo Norman Sims, quien todavía hace clases en la Universidad de Massachussetts y fue el que antologó los reportajes del libro *Los periodistas literarios o el arte del reportaje personal*, dedicó espacio en ese libro justamente para profundizar en las formas que definían, según él, un buen reportaje. Cuestiones como la inmersión (permanecer un buen tiempo sumergido en la realidad retratada), la estructura (que los hechos transcurran en progresión dramática, con un comienzo, desarrollo, clímax y final), la exactitud (lo que ocurre es cierto, cuestión no menor en periodismo), la responsabilidad (en la misma línea: hacerle el quite a la ficción) y, especialmente, la voz (el estilo de quien escribe) permiten que haya periodistas que se conviertan en autores, porque desarrollan una ética de trabajo propia que abarca la elección original de los temas, una cobertura creativa a modo de reporte, y el despliegue de herramientas de lenguaje capaces de elevar un texto periodístico a la categoría de obra narrativa de excelencia.⁴

Así, sin encontrarlas reunidas en un instructivo para periodistas creativos ni en un compendio de ideas ingeniosas para llenar los diarios, el entrenamiento que requiere este oficio supone profesionales despiertos, curiosos, con ingenio. Capaces de abrirse paso donde no hay lugar. Y esto no sólo referido a convencer al entrevistado difícil que no quiere hablar con nadie, sino que también a no descansar en el lamento “no existe un lugar donde pueda publicar las historias que me interesan” o “no hay trabajo para tantos periodistas”. La creación de nuevos formatos, por ejemplo, que permitan que algunas revistas se transformen en objetos de colección (las hay), incluso en artefactos; o la generación de espacios propios que a la larga se convierten en referentes, como lo que muy bien ha hecho el chileno Juan Pablo Meneses y su *periodismo portátil*, hablan de un escenario (para rehuir la horrible palabra “mercado”) necesitado de nuevas ideas, de periodistas a los que les funcione el cráneo más que el dedo pulgar para hacer clic en el mouse. Periodistas despiertos, que jamás se detengan cuando la página, o la mente, quedé en blanco.

* Marcela Escobar Q., Directora de Estudios Escuela de Periodismo.

¹ Martínez, Tomás Eloy. *La otra realidad*. Buenos Aires, Editorial Fondo de Cultura Económica, 2006. P. 232.

² El dato del número de blogs fue publicado en el informe “El estado de la blogósfera 2008”, del sitio especializado Technorati.com.

³ Zalaquett, Cherie. *Sobrevivir a un fusilamiento*. Santiago, Editorial El Mercurio-Aguilar, 2005. P. 26.

⁴ Sims, Norman. *Los periodistas literarios o el arte del reportaje personal*. Bogotá, El Áncora Editores, 1996. P. 15.