

# Miel y salmuera | Periodismo y narrativa

Por: Ana Cristina Chávez Arrieta

En tiempos de redes sociales y de inteligencia artificial donde la inmediatez marca la pauta y los textos parecen responder a recetas que enganchen a lectores fácilmente influenciables por el poder de la imagen, el periodismo se reinventa y perfecciona su capacidad de contar historias además de informar.

Con herramientas propias de la crónica como género, la idea es relatar acontecimientos y mostrar a sus protagonistas desde una perspectiva más humana, empleando un lenguaje próximo, que genere empatía y esté lo suficientemente sustentado con datos verídicos, lo que implica una investigación rigurosa.

Los expertos afirman que los primeros cinco segundos son primordiales para captar la atención del público, y es en ese período cuando la voz de quien ejerce el periodismo debe resonar con fuerza, exhibiendo su habilidad para narrar, recordar, sugerir, generar sensaciones, propiciar nuevas preguntas y el interés necesario para quedarse allí, frente a ese texto escrito, esa pieza sonora o ese audiovisual.

Desde el inicio debe aflorar el estilo propio, definido como el tono particular, la huella digital que caracteriza a quien comunica, lo que se traduce en verbo-identidad, en mirada personal y en la manera peculiar de ver el mundo desde distintos enfoques, desplegando habilidades discursivas y literarias.

Así, lo que se conoce como nuevo periodismo, periodismo narrativo, crónica, lacrónica -en palabras de Martín Caparrós- se mimetizan en el actual *storytelling* del mercadeo y publicidad en redes sociales, cuyo punto en común es el saber contar historias reales con elementos propios de la literatura. ¿Pero qué contar? Es aquí donde la capacidad de discernimiento del periodista cumple una función primordial: ¿debe dejarse llevar por la marea informativa de lo trivial o nadar en las aguas profundas de las realidades comunitarias y sociopolíticas de los territorios históricamente olvidados e invisibilizados?

Al respecto, Caparrós plantea lo siguiente: «El periodismo de actualidad mira al poder. El que no es rico o famoso o rico y famoso o tetona o futbolista tiene, para salir en los papeles,

la única opción de la catástrofe: distintas formas de la muerte. Sin desastre, la mayoría de la población no puede –no debe– ser noticia. A menos que se funda en esa forma colectiva, aglomerada, que llamamos estadística.

La información –tal como existe– consiste en decirle a muchísima gente qué le pasa a muy poca: la que tiene poder. Decirle, entonces, a muchísima gente que lo que debe importarle es lo que les pasa a esos. La información postula –impone– una idea del mundo: un modelo de mundo en el que importan esos pocos. Una política del mundo. Lacrónica se rebela contra eso –cuando intenta mostrar, en sus historias, las vidas de todos, de cualquiera: lo que les pasa a los que también podrían ser sus lectores. Lacrónica es una forma de pararse frente a la información y su política del mundo: una manera de decir el mundo también puede ser otro.»

De este modo, los profesionales de la comunicación debemos aprender a afinar nuestra mirada, observar, comprender y contar lo realmente importante, lo útil, lo transformador, en alianza con las voces colectivas ubicadas en las periferias del poder, que hacen fuerza en contracorriente y que urgen ser narradas y escuchadas desde sus propios alientos.