



 PORTADA

 INFORMACIÓN GENERAL

 CONSEJO EDITORIAL

 ENVÍO DE ORIGINALES

 NÚMEROS ANTERIORES

 INDEXACIÓN BASES DE DATOS

 CREATIVE COMMONS

 BÚSQUEDAS

 CONTACTO

Google DENTRO DE C&S

OK



 Reseña /

Francisco SANCHO CRESPO

En el corazón del periódico

Eunsa, Pamplona, 2004, 209 pp.

Francisco Sancho deja claro el objetivo genérico de su libro en las primeras páginas: "Una de las principales carencias generales en los planes de estudio sobre periodismo, incluyendo los de postgrado, es la de la formación de Jefes de Redacción [...]. En este libro se trata de suplir –modestamente– en parte esa carencia, abordando la jefatura de redacción del modo más genérico posible, a través de unas ideas que puedan servir a jefes y futuros jefes de un medio impreso, independientemente del nivel del mando y del tamaño o la función de su equipo" (p. 27).

Y desmenuza, a continuación, y por capítulos, los objetivos concretos de su texto: sobre el papel del periódico, cuál es su razón de ser; sobre el perfil del periodista, qué distingue al profesional competente del incompetente; sobre el perfil del periodista digital, sus peculiaridades con respecto al profesional del "papel"; sobre el perfil del jefe, las características que pueden hacer de él un líder; sobre el papel del jefe, las virtudes profesionales que le deben adornar; sobre la administración de recursos, las claves para lograr la eficacia; sobre la lectura de periódicos, los puntos esenciales para su análisis.

El lector no se verá defraudado por las expectativas. El libro del profesor Sancho desmenuza con tino todas esas claves que apunta y lo hace con la autoridad que le proporcionan una vasta experiencia profesional (más de 20 años en redacciones de diarios españoles y otro lustro como consultor) y una labor docente también fructífera.

El corazón del texto se dedica al análisis de la figura del jefe. Y es ahí donde la mezcla entre la experiencia personal del autor y las referencias a algunos de los teóricos del mundo de la comunicación da sus mejores frutos. Porque el resultado son páginas amenas, que invitan a la reflexión sobre las estructuras organizativas de los diarios y ayudan al replanteamiento de las políticas de recursos humanos de las empresas periodísticas. Además, Sancho no se limita a diseccionar, va más allá y realiza propuestas concretas aplicables en cualquier medio. Así esboza un organigrama tipo, aconseja sobre la manera de conducir las reuniones, descubre las claves para gestionar el trabajo en equipo, y recoge hasta 77 recomendaciones concretas para que cualquier periodista, al que le acaba de caer la responsabilidad de conducir como jefe a un equipo de periodistas, recorra el "camino a la excelencia".

Y todo ello de manera amena. Los diarios –los buenos diarios– admiten un doble nivel de lectura: un primer nivel de titulares, subtítulos sumarios, despieces... que facilitan la esencia de la información, y un segundo nivel de lectura reposada, de sillón, de disfrute de un texto informativo, riguroso y bien escrito. Lo mismo ocurre en el texto del profesor Sancho: hay primer nivel, porque el libro admite –en función del interés personal de cada cual– la entrada por capítulos e incluso por "ladillos" dentro de cada capítulo, y hay un segundo nivel, porque el libro también se puede disfrutar "de un tirón", al igual que se paladearía un buen reportaje.

No se trata de un libro estrictamente académico, pero tampoco estamos ante un libro de memorias. Quizá esa sea su mayor virtud: la combinación del rigor y la experiencia sin caer en la teorización abstracta ni en la casuística. Porque, en el fondo, el objetivo del libro, como indica el propio autor es "hablar y reflexionar, entre todos, sobre el periodismo en general y el impreso en particular. Como no es una ciencia exacta –afortunadamente– el lector no encontrará recetas ni fórmulas cerradas sino, todo lo más y desde la sincera humildad, sugerencias" (p. 24).

Un libro, en suma, fundamental para el estudiante e igualmente útil para el profesional. El primero encontrará en su páginas muchas de las claves que podrán ayudarle a ser un buen periodista; el segundo, argumentos abundantes para el replanteamiento, la reflexión y consecuentemente, el crecimiento profesional.

Jesús ZORRILLA RUIZ
jzorrilla@unav.es

 arriba