

160



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

PROGRAMA

TITULACION POR TESINA

Metodología Práctica Para La Elaboración del Reportaje

T E S I N A

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE: LICENCIADA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION COLECTIVA

P R E S E N T A

ANGELICA TREJO MEDINA

Director de tesina: MAESTRO GUILLERMO TENORIO HERRERA



Ciudad Universitaria 2002



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

## **A QUIENES HAN CAMINADO JUNTO A MI:**

Por permitirme seguir viva y darme la fortaleza para seguir adelante ante todas las adversidades de mi vida, a Dios, gracias por no soltarme de la mano cada vez que he sentido caer.

A mis padres por ser el apoyo, el sustento, la fuerza, la entereza, el regocijo, el llanto, la alegría, la tristeza, la responsabilidad, los guías, los formadores de mi vida, pero sobre todo, por darme la vida y luchar por ella, gracias por estar aquí, junto a mí.

A Ponchito por el desvelo en rescribir la tesis, por su sueño compartido en este trabajo.

A mis hermanos, Tío Alfredo y Tía Lourdes por impulsarme en cada momento para finalizar este proyecto.

A Bernardo, simplemente porque fue mi compañero en los desvelos durante la carrera.

Dicen que a los amigos se les cuenta con una sola mano, a ellos por su apoyo incondicional en todas las circunstancias que hemos compartido.

**" No arruines el presente, lamentándote por el pasado, ni preocupándote por el futuro"**

**Ángeles Mastreta**

## ÍNDICE

	Páginas
<b>INTRODUCCIÓN</b>	4
<b>1.- ANTECEDENTES</b>	
1.1 ¿Qué es el reportaje?	7
1.2 Metodología Periodística	12
<b>2.- EL REPORTAJE Y SU METODOLOGÍA</b>	
2.1 Características, tipos y estructura del reportaje	27
2.2 Metodología práctica para elaborar reportajes	35
<b>3.- JORGE CAMPOS Y LA COMERCIALIZACION DE SU IMAGEN (REPORTAJE)</b>	50
<b>4.- CONCLUSIONES</b>	64
<b>FUENTES CONSULTADAS</b>	67

Falta

Página

3

## INTRODUCCIÓN

Para lograr algo en la vida es necesario establecer metas, las cuales alcanzamos batiendo diversos obstáculos y situaciones que están fuera de nuestras manos.

Al tener una meta se empieza a ver una vereda que nos va a guiar, pero que nosotros debemos convertirla en un camino firme y seguro.

Cuando ingresé a la Universidad Nacional Autónoma de México, en específico a la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, fijé una meta, para ser sincera, la meta inicial era aprender y conocer el mundo de la publicidad, quizá la mala información en cuanto a la orientación vocacional que en la preparatoria nos transmiten, me llevó a descubrir que en la Facultad no se impartía esa carrera.

Al principio sentí frustración, pues no había más que una sola materia de publicidad, y eso, hasta el séptimo semestre. La condición económica no era la ideal para buscar algo en alguna escuela particular, sin embargo la UNAM, me daba la oportunidad de seguir mis estudios, lo cual valoré y valoro hasta la fecha; por lo que decidí quedarme y esforzarme por mi carrera, la cual al paso de los años de estudiante, fui tomándole cariño hasta declararles hoy, que la carrera de Ciencias de la Comunicación es para mí, una de las más fascinantes profesiones que existen en nuestro país.

Y no lo digo por quedar bien, simplemente que durante la carrera y los años de experiencia laboral, me han enriquecido, dejándome satisfacciones y un buen sabor de boca.

Durante mi época de estudiante, aprendí a tomarle el cariño a cada una de las asignaturas, en especial a Géneros Periodísticos, todos en general, ninguno en particular, sin embargo, varios de mis compañeros y yo misma, llegábamos a temblar cuando los profesores nos pedían realizar un reportaje, ¿por qué se preguntaran?, pues simplemente porque nos recalaban, ¡basándose en el método científico y de investigación!, ahí empezaban los problemas.

Y si que eran problemas o mejor dicho complicado, tedioso y pesado elaborar la justificación, los objetivos, la hipótesis, sobre todo el marco teórico, etc; pero eso sí, sin lugar a dudas, necesario y la mejor vía para desarrollar un buen trabajo periodístico sustentado y respaldado en temas relevantes.

Sin embargo, a través de la experiencia laboral que he tenido, caí en cuenta de que nunca fue tan difícil, aburrido y fastidioso elaborar reportajes bajo un método científico o de investigación; en primera instancia, el reportaje es, en un punto de vista particular, el género del periodismo más completo y que más satisfacciones nos deja, por lo rico que llega a ser en su contenido y por que nos permite desarrollar todos nuestros sentidos, dándole el toque personal al escribirlo con vena.

Así pues, para todos los estudiantes de Ciencias de la Comunicación, presento una propuesta que les permitirá elaborar reportajes de manera más sencilla, mostrándoles que desde el momento en que piensan: ¿de que hago mi trabajo?, están cumpliendo con el primer punto que estrictamente pide el método científico, es decir, con el tema de investigación y así sucesivamente.

Debido a que la metodología existente, no se haya en un solo texto, es importante proponer un modelo sencillo operativo para elaborar reportajes, basándonos principalmente en el aprendizaje obtenido mediante la práctica y la ejecución del mismo, dentro de los centros de trabajo, de esta manera los estudiantes que gusten de este género periodístico, tendrán una opción más para su desarrollo profesional.

De esta manera mostraremos los elementos que incluye un modelo para elaborar un reportaje, mediante el cual los futuros especialistas del periodismo, puedan detectar cada una de las partes que lo integran, ya que el toque y el estilo será, el que cada uno de ellos escriba o exprese en cada frase, aún siendo televisión o el mágico mundo de la red, todo lo que se apoyará en el paradigma ó modelo referido presentado.

Lo anterior, agradeciendo de antemano a todos nuestros profesores que en base a su experiencia nos han impartido y compartido sus conocimientos adquiridos a través de los años de labor profesional y periodística.

Con la presentación de esta monografía de investigación sobre la Metodología Práctica para Elaborar un Reportaje, consolido mi formación como Licenciada en Ciencias de la Comunicación aclarando que esta, no terminará de completarse, pues esto lo lograré a través de las diversas experiencias que adquiera dentro de las diferentes empresas donde preste mis servicios profesionales y serán ellos quienes tengan el mejor veredicto al respecto, sin olvidar que las Ciencias de la Comunicación es una carrera en la que todos los días se aprende algo nuevo.

## **1. ANTECEDENTES**



## QUE ES EL REPORTAJE

Uno de los géneros periodísticos de mayor amplitud es sin duda alguna en reportaje, no sólo por su extensión y capacidad de conjugar y reunir otras técnicas y líneas del periodismo, sino también por su interés de profundizar en las raíces, los terrenos y las proyecciones de los hechos y plasmarlos a través de una prosa que atrape al lector.

Este Género del periodismo, es tan rico en su estructura y contenido, que nos lleva a viajar en el tiempo, espacio y sentimientos que en su momento encontramos al realizar un documento de esta índole. Al tratar de definirlo, varios autores han trazado sus conceptos; veamos sólo algunas de esas aproximaciones.

Para Gonzalo Martín Vivaldi, el reportaje es un relato periodístico "esencialmente informativo, libre en cuanto a tema, objetivo en cuanto a modo y redactado preferentemente en estilo directo en el que se da cuenta de un hecho o suceso de interés actual y humano"<sup>1</sup>.

En su opinión, suele ser una narración informativa con vuelos literarios, pues en su elaboración el reportero goza de la mayor libertad para exponerlo.

En esa postura, es importante hacer referencia en la definición que propone el Nóbel Gabriel García Márquez para el reportaje:

"Es el cuento de lo que pasó. Un género literario asignado al periodismo para el que se necesita ser un narrador esclavizado a la realidad"<sup>2</sup>

Por su parte, Vicente Leñero y Carlos Marín aseveran que en tal género es posible contemplar "las revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevistas, las notas cortas de la columna y el relato secuencial de la crónica, lo mismo que la interpretación de los hechos, propia de los textos de opinión"<sup>3</sup>

Asimismo sostienen que el reportaje se distingue por profundizar en las causas de los hechos, explicar pormenores, examinar caracteres y describir ambientes.

Desde un punto de vista que coincide, Horacio Guajardo plantea que el referido género representa una investigación:

---

<sup>1</sup> Vivaldi Martín Gonzalo. Géneros periodísticos, Prisma, México, pág. 394.

<sup>2</sup> Roura Víctor, El cuento de lo que fue", artículo publicado en El Financiero del 13 de septiembre de 1995, pág. 70.

<sup>3</sup> Leñero Vicente y Marín Carlos, Manual de periodismo, Grijalbo, México D.F., 1986, pág. 315.

"Lleva noticias y entrevistas, reúne en su desarrollo a todos los géneros periodísticos; constituye el examen de un tema en el que se proporcionan antecedentes, comparaciones, derivaciones y consecuencias de tal manera que el asunto queda trazado con amplitud y en forma cabal"<sup>4</sup>.

Para la elaboración de los reportajes debemos realizar una investigación bien sustentada y cuidadosamente escrita, por lo que debe cumplir con ciertas características, es decir, indagar los antecedentes, repercusiones, desarrollo, etc., de un tema específico, para de esta forma, cuando es leído aporte datos a quien o aborda.

Por lo anterior, tomemos en cuenta lo que Raymundo Riva Palacio, comenta acerca de tema "un reportaje bien investigado aporta contexto, origen y efecto de los mismos eventos, al entregar una visión más de conjunto, a distancia, sobre un tema en particular, resaltando así su propia importancia"<sup>5</sup>.

Aquí es necesario hacer hincapié que el Reportaje, desde sus inicios se ha vinculado entre periodismo y literatura, debido a que en ellos encontramos actualidad, claridad, interés, personalidad, colorido, narrativa y vivencia personal, por lo que Javier Ibarrola sostiene:

"El buen reportaje informa, describe, narra, investiga, descubre y educa"<sup>6</sup>.

Basta ejemplificar los escritos de Ernest Hemingway, los cuales cumplían con una serie de elementos del hecho que podrían parecer insignificantes, pero que ilustran bien una atmósfera, un momento, llevando inmersa una nota informativa, porque era una cosa que se había recogido un día y al otro día ya estaba en un diario, ¿qué es necesario? sensibilidad ó una mirada imaginativa en lugar de declaraciones directas de los personajes involucrados, al igual que lo hizo Truman Capote o Gabriel García Márquez.

Como lo expresa René Avilés Fabila en su texto La Incómoda Frontera entre el Periodismo y la literatura en donde nos dice: "Novelar un conflicto grave no es algo privativo de nuestra época ni de Ernest Hemingway, Truman Capote y Gabriel García Márquez, es algo natural en los escritores, en la búsqueda de temas, en ese sentido tanto el literato como el periodista viven a la caza de grandes temas para sus obras"<sup>7</sup>

<sup>4</sup> Tomado de Ibarrola Javier, El reportaje, Ed. Gémika, México D.F., 1988, pág. 135.

<sup>5</sup> Riva Palacio Raymundo, Más allá de los límites, Ensayos para un nuevo periodismo, Fundación Manuel Buendía y Gobierno del Estado de Colima, México, 1995, pág. 236.

<sup>6</sup> Ibarrola Javier, Op. Cit.

<sup>7</sup> René Avilés Fabila, La incómoda frontera entre el periodismo y la literatura, Ed. Fontamara y UAM-X, México D.F. 1999, pág. 8.

El debate acerca de las relaciones entre la literatura y el periodismo es bastante antiguo y ha sido analizado desde diferentes perspectivas; es vieja la discusión de que el periodismo no cumple los requisitos que podrían ubicarlo al lado de la literatura, como se menciona anteriormente, ¿en verdad existe una frontera entre éstos dos géneros?.

Pero el periodismo, en un punto de vista personal ofrece muchas tablas y posibilita muchas cosas; los periodistas son quienes informan y difunden los hechos, situaciones y acontecimientos de un día, como periodista se tiene la posibilidad de presenciar un hecho determinado, de tener la vivencia cercana y eso ayuda enormemente para escribir una novela.

Tan es así, que Alberto Dallal establece que hay obras periodísticas que trascienden superando su propio género para insertarse en la literatura como lo han sido descripciones cercanas al reportaje de ahí que muchos grandes reportajes se han convertido en obras literarias<sup>8</sup>.

El profesor Julio del Río Reynaga le atribuye una importancia fundamenta a la noticia en los términos del género aquí descrito:

"El reportaje no es una noticia, pero es su conyuntura. Es su fundamento y por lo mismo se rige por los factores que determinan el valor de la noticia y los elementos de interés noticioso. A partir de una noticia, trasciende el suceso. Busca lo que hay detrás de la noticia (sus causas) y adelante (su proyección)"<sup>9</sup>

Desde ese punto de vista, podemos decir que dentro del reportaje, también podemos indagar, estudiar y presentar las diferentes líneas de un asunto y su contexto.

Eduardo Ulibarri asegura que más allá de significar un esfuerzo de escritura y organización, el reportaje es ante todo investigación y razonamiento, además de que conforma el género más apropiado para mediar realidad y creatividad.

"De la ciencia debe tomar la práctica sistemática, el afán de comprobación, la voluntad de ahondar en la realidad, el escepticismo constante; del arte, su gusto por el asombro, su atrevimiento, su irreverencia, su fascinación"<sup>10</sup>.

---

<sup>8</sup> René Aviles Fabila, Op. Cít.

<sup>9</sup> Del Río Reynaga Julio, Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, Diana, México, D.F., 1991, pp. 284.

<sup>10</sup> Ulibarri Eduardo, Idea y vida del reportaje, Ed. Trillas, México, 1994, pág. 281.

En coincidencia Alex Grijelmo recuerda cuando el periodista Javier Martín publicó en *El País* un reportaje donde una vaquilla – manejando la técnica de la personificación – narraba algunos de sus viajes de pueblo en pueblo. Los datos allí referidos eran verdaderos, pero el reportero hubo de exponerlos en primera persona cual si hablase la vaquilla. Y el reportaje, según Grijelmo, fue magnífico <sup>11</sup>

Aquí es válido evocar lo que el periodista Manuel Blanco apuntaba sobre las fronteras entre la realidad y la fantasía en el periodismo:

“Contra lo que pueda creerse, al periodista actual tampoco la está negando el desbordamiento de su imaginación, ni la suposición de lo acontecido, siempre y cuando no falte a la verdad” <sup>12</sup>

Pero se aprovechen a no tales ventajas, lo cierto es que en el reportaje suelen integrarse los tres tiempos: el pasado al indagar los antecedentes y causas; el presente al detectar, exponer y examinar implicaciones, conexiones y significaciones coyunturales del tema abordado y el futuro al prever, en función de las tendencias, probables repercusiones <sup>13</sup>.

Desde un punto de vista muy particular, el Reportaje es el Rey de los Géneros Periodísticos más rico en estructura y forma, pues a través de él, podemos llevar la fantasía a la realidad y viceversa, donde el juego de palabras puede ir de lo más soez a lo más refinado; es el género que alberga a todos los géneros del periodismo e inclusive puede tomar aspectos literarios, históricos y de investigación, todo ello incurriendo siempre en hechos reales sin distorsionarlos y principalmente respetando y haciéndolo atractivo al público.

“El reportaje es el que responde el por qué y para qué, satisface todas las exigencias del lector contemporáneo. Si los medios del periodismo de opinión han sido el editorial, el artículo de fondo, la crónica, la entrevista y la nota informativa, los del periodismo informativo, ahora para el explicativo está el reportaje” <sup>14</sup>.

Tan amplio y rico ha sido el reportaje desde su aparición en medios impresos, radio y más tarde en televisión que ha ido evolucionando a través de los años, tan es así, que en la actualidad podemos disfrutar de él en diferentes medios de comunicación, como es Internet, el cual cumple con ciertas características de acuerdo a las necesidades que implica.

De acuerdo a las diferentes definiciones que los autores nos presentan, podemos agregar que un buen reportaje no depende del tema a desarrollar, sino de su elaboración y por supuesto de la creatividad del reportero.

---

<sup>11</sup> Grijelmo Alex, *El estilo del periodista*, Ed. Taurus, Madrid, España, 1997, pág. 660.

<sup>12</sup> Blanco Manuel, *Periodismo y cultura*, Dega Editores, México, D.F., 1998, pág. 67.

<sup>13</sup> Ulibarri Eduardo, *Op. Cit.*

<sup>14</sup> Del Río Reynaga Julio, *Op. Cit.*

De esta forma podemos comentar que existen diferentes tipos de reportaje, ya que es importante indicar cual es su metodología y los pasos a seguir para su elaboración de acuerdo a la forma tradicional que ha existido en conjunto con lo que es la metodología periodística, punto que veremos en el capítulo dos del presente trabajo de investigación.

## METODOLOGÍA PERIODÍSTICA

Para incurrir dentro del tema acerca de lo que es la metodología del periodismo mexicano, viajaremos por el tiempo, según datos extraídos de la Biblioteca Nacional de Antropología e Historia.

"La historia del periodismo mexicano se inició en 1722, al parecer el primer periódico fue *La Gaceta de México y Noticias de la Nueva España*, los antecedentes como tal, fueron los pregoneros nombrados por el Cabildo para dar a conocer las noticias a los vecinos de la ciudad de México. Se implantó esta modalidad a partir del 4 de noviembre de 1524.

Posteriormente se originaron las "Actas del Cabildo", "Las Hojas Volantes" y los primeros impresos de una a dos hojas. Durante la época colonial no existió la polémica periodística, ésta apareció en la Independencia y alcanzó, durante la Revolución, su aspecto más álgido.

El periodismo del siglo XIX se inscribe en la tradición artesanal como defensor ideológico de los partidos que luchan por el poder y así representa un concepto formador de opiniones y el reflejo más fiel de las contiendas para el poder político, social, religioso y económico.

Como tal, el periodismo del siglo XIX se asocia a la edad de oro del periodismo desde José Joaquín Fernández de Lizardi y Carlos María de Bustamante hasta Mariano Otero, Francisco Zarco y Florencio M. Del Castillo, entre los liberales; Lucas Alamán y Clemente de Jesús Munguía entre los conservadores, sin olvidar a los grandes impresores como Rafael y Vilá, Ignacio Cumplido y Vicente García Torres"<sup>15</sup>

Carlos Alvear Acevedo en su libro *Breve Historia del Periodismo* menciona: "El auge de la tarea periodística apareció como fruto de mayor interrelación del mundo, de las grandes pugnas políticas, del crecimiento de las personas alfabetizadas, en la superación de las comunicaciones que a través del siglo XIX se fueron produciendo"<sup>16</sup>.

De acuerdo a lo referido en la historia del periodismo, hemos podido observar que el ser humano ha tenido la necesidad de mantenerse informado de los diferentes sucesos a través de los recursos y medios de su época.

Al respecto Carlos Marín lo define de la siguiente manera "los seres vivos han tenido que valerse de una determinada información para evolucionar en las distintas especies, de acuerdo a los hechos de su interés"<sup>17</sup>.

<sup>15</sup> Hemeroteca Nacional de Antropología e Historia, Tomo I, pág. 4

<sup>16</sup> Alvear Acevedo Carlos, *Breve Historia del periodismo*, pág. 223.

<sup>17</sup> Leñero Vicente y Marín Carlos, Op. Cit.

Sin embargo, para Domenico de Gregorio, el periodismo nace con el surgimiento del periódico, "El cual inicia con las primeras hojas periódicas impresas en el siglo XVII y se desenvuelve gradualmente en épocas sucesivas hasta alcanzar en el siglo pasado las dimensiones que hoy conocemos y que hacen de él una de las formas más representativas y características de la civilización contemporánea" <sup>18</sup>.

El periodismo es una rama de las Ciencias Sociales que basándose en los medios de comunicación colectiva da a conocer información relevante para el público; todos ellos con una metodología base para su elaboración.

En esta línea, es importante recalcar que el periodismo no se refiere únicamente a la prensa escrita, sino a todo lo que las Ciencias de la Comunicación encierra, es decir, los medios masivos de información como es: la radio, la televisión, cine, teatro e Internet.

En primera instancia y tomando en cuenta las necesidades de la sociedad en que vivimos, encontramos que parte de la metodología a seguir es detectar las carencias que existen dentro de los medios de información para buscar la forma más apropiada para comunicar de manera oportuna, veras, acertada y creíble los hechos de interés público.

Basándose en esto, diremos que la forma más adecuada de llegar a ese auditorio, es atacando de lleno lo que ocurre en el entorno de los individuos la vía más certera son los medios masivos de comunicación; los cuales abarcan temas de información, entretenimiento y cultura, sin embargo, para desarrollar los contenidos, es importante detectar las herramientas que el periodismo utiliza para dar a conocer una información.

Es así como en primer término debe existir el periodista, posteriormente el medio de comunicación, después la información y finalmente el público, la función de este proceso será la manera en como el periodismo como tal, se desarrolle.

Domenico Gregorio toma como referencia, para la estructura de la información, la fórmula ideográfica del profesor Fattorello:

**"Sa                    M                    Sr**  
**O**

En la cual un Sujeto activo (Sa) transmite a un Sujeto receptor (Sr) a través de un medio publicitario (M) la forma dada al objeto (O) en el proceso de la información <sup>19</sup>.

<sup>18</sup> De Gregorio Domenico, Metodología del periodismo, Ed. Rrialp, 1966, Madrid, España, pág. 11

<sup>19</sup> De Gregorio Domenico, Op. Cit.

Realizando una comparación con la fórmula que el profesor Franklin Fearing, de la universidad de California, hace de la relación información, esta se manejaría de la siguiente forma:

- Aquellas fuerzas que determinan la producción de los medios de comunicación puestos en juego por el informador (Sujeto Activo).
- Las características de la situación o del sector en el que la comunicación se desenvuelve (Medio).
- La naturaleza del contenido del mensaje, considerando como un factor de estímulos (Objeto).
- Las fuerzas que determinan los efectos del mensaje o lo que es lo mismo, las interpretaciones que proceden de las personas que pudiéramos llamar intérpretes (Sujetos Receptores) <sup>20</sup>.

Aunque en algún tiempo se decía que el periodista se hacía en la práctica y no en las aulas universitarias, hemos visto a través del tiempo y más con los avances de la modernidad, que esta idea es totalmente falsa, pues el periodismo y obviamente quien lo hace, requiere de una larga y cuidadosa preparación.

Más aún con la tecnología actual, la cual ha sido tan impresionante, que muchas veces los periodistas no tenemos la capacidad para entender las innovaciones y aprovecharlas para hacer mejor nuestro trabajo. Un ejemplo claro es la presencia cada vez más amplia de Internet en el periodismo, lo cual podríamos tomarlo como el desarrollo de una nueva casta de periodistas.

Un periodista bien orientado y sabiendo aprovechar las elementales tecnologías interactivas y de multimedia, puede convertirse en un periodista mejor informado, por lo tanto mejor informador- para revalorar su misión dentro del viejo oficio. Podría incluso atreverme a señalar que esta generación Internet representa la tercera generación del periodismo mexicano contemporáneo, la cual viene a imponer un nuevo estilo para recopilar, administrar y presentar la información.

"La naturaleza del periodismo se ha enriquecido a lo largo de su desarrollo, de nacer como un simple medio expresivo es ahora, debido al progreso social y tecnológico, un complejo sistema informativo" <sup>21</sup>

Un punto esencial dentro de la metodología que implica al periodismo, son los comunicadores que deben distribuirse en funciones, cualquiera que sea el medio de comunicación al que se pertenezca, así podríamos mencionar:

<sup>20</sup> De Gregorio Doménico, Op. Cit.

<sup>21</sup> Del Río Reynaga Julio, Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanza de la comunicación, F.C.P. y S., UNAM, 1993, pág. 11.



- 1.- Director
- 2.- Jefe de Información
- 3.- Redactor
- 4.- Corrector de estilo
- 5.- Reportero
- 6.- Reportero Gráfico
- 7.- Articulista
- 8.- Columnista
- 9.- Comentarista
- 10.- Corresponsal

Todos y cada uno de ellos, deberán realizar su trabajo periodístico, sin olvidar las responsabilidades que la profesión implica, así como destacar su habilidad para informar hechos relevantes para la sociedad, por muy complicados que en ocasiones llegan a ser, de esta forma debemos tomar en cuenta:

- Identificar que tipo de trabajo va a realizar, investigar y empaparse del tema, conocer a fondo lo que va a exponer , principalmente sustentar su trabajo.
- Recopilar los documentos y datos del tema a tratar.
- La información debe ser actual, verdadera y con responsabilidad social y profesional, sin dejar de lado la línea política.

Para Tom Wolf el periodismo debe seguir una estructura "para dar a conocer una información debe cumplir con: Intención, Realismo, Veracidad, Ambigüedad y Congruencia"<sup>22</sup>

Otra parte importante dentro del periodismo y para los periodistas es tomar en cuenta la base de la materia, como lo son los géneros periodísticos, ya que estos no importando si es para periódico, televisión, radio o Internet son indispensable para elaborar nuestros trabajos profesionalmente.

Recordemos entonces los Géneros Periodísticos:

<ul style="list-style-type: none"> <li>• Informativos</li> <li>• Interpretativos</li> <li>• De Opinión</li> </ul>	Nota Informativa Entrevista  Crónica Columna  Artículo Editorial	}  }  }	Reportaje
---	---	---------------------	-----------

<sup>22</sup> Wolf Tom, El nuevo periodismo, Ed. Anagrama, Barcelona, España, 1984, pág.11.

Como Carlos Marín y Vicente Leñero lo exponen "El periodismo se ejerce a través de variadas formas de expresión denominadas géneros. Los géneros periodísticos se distinguen entre sí por el carácter informativo, interpretativo o híbrido de sus contenidos" <sup>23</sup>.

Sin embargo, la riqueza en contenido y escritura del reportaje permite que éste, forme parte de los tres géneros del periodismo; es decir, el Reportaje forma parte tanto de los Informativos como de los Interpretativos y de Opinión.

Cada uno de estos géneros tiene su metodología:

### **LA NOTA INFORMATIVA**

"Es el género fundamental del periodismo, el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo, en esta no se emiten opiniones, ni se califica lo que se informa, se concreta a relatar lo sucedido y permite, así, que cada receptor de su mensaje y saque sus propias conclusiones" <sup>24</sup>.

Dentro de la nota informativa se deben seguir pasos para su elaboración, en ella el periodista se avoca netamente a dar la información tal y como los hechos hayan sucedido, ultimando detalles pero sin emitir opiniones, simplemente da cuenta de los acontecimientos. Para su realización es importante seguir su estructura:

Especificar una nota, la cual será de interés para el público.

Cabeza.- el título de la nota, el cual deberá ser llamativa, creativa, pues es el gancho para el auditorio.

Entrada.- el primer párrafo que de forma general da a conocer los hechos, aquí encontramos a los 6 tópicos del periodismo: qué, quién, cuándo, dónde, por qué o para qué y cómo.

Cuerpo.- el desarrollo de la nota informativa como tal, con datos relevantes, sucesos y detalles.

Remate.- es el último párrafo, lo que nos indica que ahí termina la nota, es el cierre de lo que estamos dando a conocer.

---

<sup>23</sup> Leñero Vicente y Marín Carlos, Op. Cit.

<sup>24</sup> Leñero Vicente y Marín Carlos, Op. Cit

## ENTREVISTA

"La entrevista a conciencia, considerada como un tipo particular de reportaje, tiene por objeto dar la palabra a una personalidad. Entonces el papel del reportero es, ante todo, hacer hablar a la persona entrevistada, hacerle decir, precisamente, lo que interesa al público"<sup>25</sup>.

Es importante mencionar que para realizar una entrevista, los periodistas debemos mostrar el respeto, el profesionalismo, brindar confianza y el carisma para abordar al entrevistado, de esta forma será más ágil y eficaz obtener los datos que necesitemos para nuestro trabajo; así mismo provocar que la conversación sea interesante y amena para obtener resultados satisfactorios.

Así mismo, es primordial que el periodista indague con anticipación información acerca de la persona que va a entrevistar, pues de esta forma sabrá acerca de la vida social y profesional del entrevistado, lo que hará que la conversación sea más productiva, además de que de eso depende la lluvia de preguntas y como llegar a los datos que queremos conocer.

También se debe elaborar un cuestionario ó guía de preguntas para iniciar con la entrevista, las cuales conforme la platica va desarrollándose, varían e inclusive surgen otras que no se tenían contempladas; otros puntos que se deben tomar en cuenta son: la puntualidad y contar con el material necesario.

En la entrevista existen 3 tipos: informativa, de opinión y semblanza, en cada una de ellas podemos recavar todo lo que necesitemos para su elaboración.

- Entrevista informativa.- cuando la intención es únicamente es recavar datos reveladores de un tema, guiándose por las fuentes allegadas al entrevistado, como sucede en la oficinas de prensa de las empresas o dependencias de gobierno.
- Entrevista de opinión.- abordar al entrevistado, que será un personaje importante y aportara su juicio u opinión acerca del tema a tratar, por lo regular cuestiones de interés social.
- Entrevista de semblanza.- rica en contenido, pues dentro de ella se puede llegar a la medula del entrevistado, aquí abordamos datos biográficos, actitudes, anécdotas, conductas, su entrono; es llegar en ocasiones a las zonas más íntimas de nuestro personaje.

---

<sup>25</sup> Gaillard Philippe, Técnicas del periodismo, Ed. ¿Qué sé? Oikos-Tau, Barcelona, España, 1992, pág. 76.

Dentro de la entrevista podemos incluir las conferencias de prensa, pues en ellas después de dar a conocer alguna información, se llega a la sesión de preguntas y respuestas, acción que en su práctica se convierte en una entrevista colectiva.

## REPORTAJE

"El reportaje describe escenas, indaga hechos, pinta retratos, descubre interioridades, refleja emociones, examina caracteres con visión personal y directa. Los reportajes ordinarios no distan mucho de una crónica de información. Los acontecimientos del reportaje característico no se esperan a fechas fija. Incidentes y fases imprevistos son objeto de esta actividad y los que proporcionan éxitos resonantes al periodismo"<sup>26</sup>

El reportaje se caracteriza por ser poderoso en contenido, ya que dentro de el se puede mezclar tanto los géneros periodísticos como los hechos y las vivencias personales durante su elaboración, aunque este punto debe manejarse con cuidado, ya que se puede caer en la distorsión de la información, y no hay que olvidar que el periodista, ante todo, es un informador que debe cumplir con los seis tópicos: qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué ó para qué.

Siguiendo una metodología para crear un reportaje, es indispensable mencionar los siguientes herramientas ó pasos a seguir:

- **Tipología.**- de que tipo será el reportaje, es decir, descriptivo, narrativo, demostrativo, etc.
- **Preparación.**- definir el tema y empaparse del mismo, a través de personas, lugares, documentos, etc.
- **Investigación.**- recopilación de documentos y datos.
- **Realización.**- unificación de todo lo recopilado.
- **Redacción.**- el estilo y forma al ser escrito.
- **Entradas.**- el texto inicial del reportaje que deberá ser atractivo al público.
- **Romates.**- el cierre del reportaje.

Es importante señalar que la metodología para la elaboración de un reportaje varía de uno a otro; sin embargo, todos conllevan a un mismo resultado, puntos que ampliaremos en el segundo capítulo.

---

<sup>26</sup> Alonso Martín, Ciencia del lenguaje y arte del estilo, Ed. Aguilar 9ª. Edición, Madrid, España, 1986, pág.23

## CRÓNICA

"Es una noticia ampliada y comentada, en la que el periodista presenta los hechos desde un determinado punto de vista y los interpreta mediante comentarios en los que expresa su opinión acerca de lo ocurrido"<sup>27</sup>

Es la exposición, la narración de un acontecimiento, en el orden en que fue desarrollándose, se caracteriza por transmitir, además de información, la realidad que relata el cronista a través de este género, la cual se emplea para recrear la atmósfera en que se produce un determinado suceso público.

### Tipos de Crónica:

- **Crónica Informativa:** en la que el cronista se limita a informar sobre un suceso sin emitir opiniones, suele ofrecer los acontecimientos con más detalles que en la nota informativa, ésta presenta el qué y en la crónica es el cómo.
- **Crónica de Opinión:** el cronista informa y opina simultáneamente (crónicas de fútbol y las taurinas o algunos otros deportes), narra e interpreta los sucesos. Es libre de desarrollar un estilo propio, puede permitirse dar giros sintácticos, metáforas o cualquier otro recurso lírico.
- **Crónica Interpretativa:** es la que ofrece los datos informativos esenciales pero, sobre todo, interpretaciones y juicios del cronista, así mismo, toma la realidad como punto de referencia para interpretar los fenómenos sociales. Cualquiera de los acontecimientos enunciados en la crónica informativa pueden ser abordados en la interpretativa.

Sus características de la crónica son:

- **Relato:** se hace la historia de un hecho real de manera cronológica.
- **Pública:** debe escribirse con un lenguaje sencillo y comprensible va dirigido a todo tipo de gente.
- **Oportuno:** debe ofrecerse en el momento preciso cuando acaba de ocurrir.
- **Cómo sucedió:** responde a las interrogantes (qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué la crónica se sustenta en el cómo).

---

<sup>27</sup> Magallón González, María de los Angeles, Textos selectos, Ed. Santillana, México, D.F., 1999, pág. 92

## COLUMNA

"Es el escrito que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés y cuya característica singular es que aparece con una fisonomía, una presentación tipográfica constante y tiene además un nombre invariable"<sup>28</sup>

### Tipos de Columna:

- **Columna Informativa:** es la que da a conocer varios hechos cuya trascendencia no los hace merecedores de un sitio independiente en la publicación, la información que se presenta es de manera sintetizada y en bloques para dar cuenta de los principales acontecimientos de la semana, quincena o para dividir por tema o especialidad asuntos de interés público.
- **Columna de Comentario:** es el que ofrece informaciones de pequeños hechos, aspectos desconocidos de noticias o detalles curiosos de personajes y de hechos, con la inclusión de comentarios a cargo del columnista.
- **Columna-crítica o Columna-reseña:** la que informa y comenta asuntos que requieren especialización, las más representativas son las de libros, cine, arte, música y teatro.

Una columna aparece en un lugar y periodicidad fijos, con título general y permanente, que informa brevemente acerca de varios hechos de interés público, con las mismas características de presentación informa y comenta uno o varios acontecimientos se le denomina columna.

### Características de presentación:

- **Nombre fijo:** la columna tiene un título que la identifica.
- **Lugar fijo:** la columna aparece en un lugar que se le ha destinado dentro de una página.
- **Periodicidad:** se fijan a las distintas columnas una determinada periodicidad, hay columnas diarias, terciadas y semanarias entre las más comunes.
- **Autoría:** existen columnas institucionales, es decir, suscritas por cada publicación, que se presentan sin firma. Estas columnas últimas se limitan a dar informaciones breves.

---

<sup>28</sup> Leñero Vicente y Marín Carlos, Op. Cit. pág. 44.

- **Presentación uniforme:** la presentación de la columna es diferente, por lo general tendrá la misma extensión, estará en la misma página o sección, con el mismo tipo de letra de tal manera de que al lector con solo verla la reconozca.
- **Estilo característico:** el estilo es uniforme y de acuerdo a las tendencias que tenga el periódico.
- **Temas habituales:** hay columnas sobre problemas políticos, asuntos internacionales, eventos deportivos, artísticos, editoriales, etc.

### **Características de Redacción**

- **Brevedad y concisión:** trata los asuntos en pocas líneas, en la columna debe irse directamente a la sustancia del hecho noticioso.
- **Agilidad:** uso de oraciones en su forma más simple.- sujeto, verbo y complemento.
- **Sencillez:** empleo de palabras que todos los lectores puedan entender.
- **Familiaridad:** el estilo de la columna se puede cultivar un tono familiar con los lectores, como si el columnista se dirigiera a un grupo de amigos.

### **La Columna Informativa**

Se distinguen dos grandes columnas informativas:

- **Columna de temas múltiples:** de temas múltiples se elaboran en la redacción de los diarios, es decir, no son columnas de autor provienen de diferentes emisiones, son resultado del trabajo de un número indeterminado de periodistas y se integran en la redacción, su presentación por lo general es con título único y párrafos separados por cabecillas intermedias.
- **Columna especializada:** participa de las mismas características que la anterior, por lo que se refiere a su estilo objetivo y a su brevedad. La diferencia principal es que no se extiende a todo género de asuntos sino que se enfoca una sola especialidad, una sola rama de actividades. De este modo existen columnas destinadas exclusivamente a informar sobre sucesos del sector obrero, acontecimientos policíacos, hechos políticos, vida económica, etc.
- **Columna de comentario:** la columna de comentario sirve para informar. Pero a diferencia de la columna informativa el periodista se permite hacer observaciones: comenta, opina, satiriza la información que ofrece. Los comentarios dan viveza al género y lo hacen más ágil. Su función por regla general es aportar interesantes datos de un hecho de actualidad.

Estas columnas de comentarios requieren de especialización y el columnista busca personalmente sus noticias. Los comentarios y opiniones que emita van respaldados por su firma y quedan sujetos a su responsabilidad.

Los aspectos principales que nutren a una columna de comentario son:

Los personajes de una columna cultural son los artistas, músicos, escritores, editores de publicaciones culturales; los de una columna cinematográfica son los actores, directores, productores y distribuidores de cintas, debe tomarse en cuenta que quienes son personajes noticia en un ramo pueden no serlo en otro.

Los hechos importantes: el columnista debe estar atento a los hechos importantes que se producen en su área de especialidad, puede ser un congreso, un partido, un estreno.

## ARTICULO

"Es el género periodístico tal vez más libre y de más variado contenido. Es eminentemente ideológico. En él, su autor, expone sus propias ideas, incluso de forma muy subjetiva. No puede sujetarse nunca a normas muy concretas"<sup>29</sup>.

El género personal clásico, en el artículo el periodista expone sus opiniones y juicios sobre:

- La noticias más importantes (Artículo Editorial)
- Los temas de interés general, aunque no sea de actualidad inmediata (Artículo de Fondo).

Al Artículo según el tema se clasifica en:

- **Artículo Editorial.-** no tiene diferencia alguna con el Editorial propiamente dicho; ambos abordan los acontecimientos más sobresalientes del momento, las dos diferencias básicas, por llamarlas de alguna manera, son:
  - La opinión que reproduce el Editorial representa el punto de vista de la Institución periodística, en tanto que la del Artículo Editorial, es responsabilidad de cada articulista.
  - En el Artículo Editorial, su autor maneja un lenguaje más personal, menos institucional y por tanto, tiene mayor oportunidad de atraer a los que gusten de ese estilo.
- **Artículo de Fondo.-** en este, el articulista emite sus interpretaciones, opiniones y juicios en torno a temas de interés general o permanente, pero no necesariamente sobre acontecimientos de actualidad inmediata.

<sup>29</sup> Rodríguez de la Puente y Villanueva López Ma. Mar, Educación Infantil en Medios de Comunicación, Ed. SEP, México, DF., 1998, pág. 48



- o Los temas que aborda el Artículo de Fondo pueden ser: históricos, políticos, religiosos, humorísticos, sociales, educativos, etc.
- o Se ejercita este género lo mismo para instruir, que para informar, para polemizar o comentar.
- o Su estilo puede variar de lo lírico a lo escueto, de lo irónico a lo grave o mesurado.
- o Además de interpretar un suceso, problema, asunto de interés colectivo, suele prever lo que todavía no ha ocurrido pero que posiblemente ocurrirá.

En la estructura de todo Artículo se sugiere este orden:

- Planteamiento del tema
- Desmontaje de las piezas clave del tema
- Juicio crítico del asunto abordado
- Perspectivas
- Solución

## EDITORIAL

"El editorial refleja la postura permanente de todo el periódico, de la empresa, y por ello, es muy frecuente que aparezca una nota al pie del artículo, mediante el cual, el periódico, no se responsabiliza de la opinión particular del autor, se expresan ideas, se emiten opiniones. Un editorial es un artículo sin firma particular de un autor, porque, en realidad, quien firma es todo el conjunto del periódico, y por eso aparece con recuadro y en lugar muy destacado"<sup>30</sup>

Es el análisis y el proceso de los hechos más sobresalientes del día, de la semana, la quincena y el mes. La característica esencial de este género es que resumen la posición adecuada o política de cada empresa informativa frente a los hechos de interés colectivo.

Una característica más que tiene este género, es que no aparece firmado de esta manera el medio expresa sus convicciones ideológicas y su posición política.

### Características del Editorial:

- Es un escrito normalizado, que también aparece en revistas y noticiarios.
- Comenta los sucesos que cada empresa considera como los más importantes de la actualidad.

<sup>30</sup> Sánchez Velasco Elena, Santos Cruz Olga y otros, El mundo del periodismo, Ed. SEP, México, DF., 1997, pág. 68.

- Sirve ara que el periódico exponga su propia doctrina.
- En cuanto a la elaboración de un Editorial requiere del redactor una cultura vasta y una aptitud especial para documentarse en detalles sobre determinadas materias y experiencia para expresar ideas fundamentales.
- El Editorial es más eficaz cuando argumenta que cuando se limita a condenar o a denunciar, debe elaborarse con una visión de conjunto y la elección del tema debe fundarse en la trascendencia del acontecimiento.

#### **Características generales del Editorial:**

- **Sustancioso.**- rico en ideas que no haya palabras inútiles o de sobra.
- **Contundente.**- que vaya a lo principal del asunto de manera directa.
- **Afirmativo.**- que no se limite a reprobar sino que proponga soluciones.
- **Penetrante.**- que sepa exponer lógicamente futuras consecuencias.
- **Ágil.**- Que esté redactado con fluidez y claridad, con lógica y sin rebuscamientos.
- **Convincente.**- que trate de ganar con argumentos la voluntad de los lectores.

#### **Estructura**

- El Editorial requiere atrapar la atención del público con una entrada atractiva para despertar el interés y conservarlo hasta el final.
- El desarrollo debe ser lógico, es decir fácil de comprender.
- En cuanto al Remate debe implicar una condenación afortunada del pensamiento central.

#### **Tipos más característicos de Editorial:**

- **De lucha.**- ataca, exige y sugiere, es combativo y doctrinado.
- **De testimonio.**- toma una posición y la fundamenta, trata de convencer con razones lógicas.
- **Aclaratorio o instructivo.**- se propone explicar el hecho que lo suscita.
- **Retrospectivo.**- comenta lo sucedido pero haciendo referencia de que ya se había hecho.
- **Necrológico.**- cuando el o los personajes a los que está dedicado merece un sitio destacado en la publicación.
- **Provisorio.**- que mira al porvenir, que sin pretensiones proféticas se adelanta, es como una hipótesis a futuro.

La elaboración del Editorial y el Artículo requiere de periodistas especializados, deben tener una extensa cultura, un amplio dominio del idioma, a fin de que la argumentación de cada uno de sus juicios sea tan sólida como las conclusiones que pretende imponer.

El Artículo y el Editorial se ocupan de enjuiciar los hechos de interés público. Son los géneros subjetivos y definen con claridad las posiciones políticas e ideológicas de los periodistas, en lo individual y de las empresas periodísticas en lo institucional.

"Una Editorial nunca aparece firmada y permanece anónimo, porque representa el pensamiento, no sólo de quien lo escribe, sino también de la empresa periodística en el que aparece la publicación o el noticiario, éste se responsabiliza, social y legalmente por los juicios que se emiten en el Editorial"<sup>31</sup>.

Se ha dado un bosquejo general de lo que es el reportaje y la metodología que se utiliza en el periodismo, lo cual es la base dentro de las Ciencias de Comunicación, ya que independientemente del medio que cada persona labora, es fundamental seguir los pasos y herramientas que encierra la carrera periodística.

Sin embargo, el tema que aquí nos compete es EL REPORTAJE y la metodología para su elaboración, para lo cual, nos apoyaremos además, en la experiencia que a través de los centros de trabajo desarrolla un egresado de Ciencias de la Comunicación, con lo que se intenta aportar a los estudiantes de dicha carrera, una forma sencilla y práctica para la realización de este género del periodismo y que servirá como pilar para desarrollarse dentro de los medios de comunicación masiva.

En el Capítulo Dos, se darán a conocer los pasos a seguir para lograr dicho objetivo, que es: establecer y precisar cual es la metodología recomendable para elaborar un reportaje, así como determinar una técnica precisa para realizarlo, principalmente a los estudiantes de la Comunicación que a su vez lo ejercerán dentro de los medios de comunicación colectiva.

---

<sup>31</sup> Leñero Vicente y Marin Carlos, Op. Cit, pág. 289.

## **2. EL REPORTAJE Y SU METODOLOGIA**

## **CARACTERÍSTICAS, TIPOS Y ESTRUCTURA DEL REPORTAJE**

En el capítulo anterior se habló de la metodología del periodismo, así como de los diferentes significados del reportaje, por lo que en este apartado nos avocaremos de lleno a cada parte que integra el reportaje, para que vayamos conociendo a fondo como se integran los datos e instrumentos en la creación de este género periodístico.

Un reportaje profundiza en las causas de los hechos, explica los pormenores, analiza caracteres, reproduce ambientes, sin distorsionar la información y la realidad, presentándola de manera amena, atractiva que capture la atención del público.

El reportaje es una creación personal, una forma de expresión periodística que además de los hechos, recoge la experiencia, sin embargo, impide al periodista la más pequeña distorsión de los hechos. Aunque esta permitido hacer literatura un reportaje no es, en sentido estricto, una novela ni algún otro género de ficción.

Gonzalo Martín Vivaldi considera que el Génesis es el primer reportaje conocido de la Creación:

"Al principio creó Dios los cielos y la tierra. La tierra estaba confusa y vacía y las tinieblas cubrían la haz del abismo...Dijo Dios "Haya Luz" y hubo luz...Dijo luego Dios: "Haya firmamento en medio de las aguas" <sup>1</sup>.

Si ponemos atención a este texto, en primera instancia se percibe la fuerza y estilo de resaltar los hechos que de forma precisa muestra cronológicamente sucesos según su aparición temporal, sin interesar que el hecho más importante estuviera expresado al final del texto.

Así como el Génesis, también los libros Homéricos están considerados dentro de este género, ya que presentan la forma, que muchos años después con variantes, se ha venido en denominar reportaje. Obras en las que se nota que en el primer párrafo e incluso en la primera oración del texto está el elemento más importante:

"Este joven morirá al amanecer" <sup>2</sup>.

"Para elaborar un reportaje, se trata de reunir lo máximo de información en torno al asunto y también sobre el contexto de acontecimientos, los hechos que lo han precedido, lo que de él se espera y la atmósfera que lo rodea" <sup>3</sup>

<sup>1</sup> Martín Vivaldi Gonzalo, Géneros periodísticos, Ed. Paraninfo, Madrid España, 1979, pág. 394.

<sup>2</sup> Tomado de Ibarrola Javier, El reportaje, Ed. Gernika, México, D.F., 1994, pág. 18.

<sup>3</sup> Gaillard Philippe, Técnicas del periodismo. Colección ¿qué sé? Oikos-Tau, Barcelona, España, 1972, pág.125.

Es importante especificar que para elaborar un reportaje no importando para que medio se realizará, es necesario basarse en la metodología que el reportaje escrito lleva inmerso.

## TIPOS DE REPORTAJE

Es importante precisar que clase de reportaje queremos realizar, es decir, después de asegurar el tema es necesario definir que matiz se le va a dar, por donde vamos a entrar que giro va a llevar, lo importante es crear un reportaje interesante, llamativo, con ese gancho para atrapar a todo tipo de público.

**Reportaje Demostrativo.**- el periodista descubre problemas, fundamenta reclamos sociales, no se queda en la superficie sino que profundiza en las causas básicas, con el propósito de dar un panorama lo más completo posible.

Este tipo de reportajes son realizados para hacer pensar a los lectores exigiéndoles esfuerzo y atención, con esto el periodista debe tratar de amenizarlo.

Otro tipo de **Reportaje es el Descriptivo**, la finalidad de este es mostrar a los lectores algo que el periodista observa con profundidad. En la observación está la clave de este Género, en poner a los lectores delante de una realidad de tal modo que ellos asientan viéndola con los ojos de periodistas.

En el **Reportaje Narrativo** la intervención del factor tiempo es determinante, se toma un problema, un acontecimiento de interés público y se presenta su evolución a través de un tiempo determinado.

El reportaje narrativo analiza documentos, se recogen opiniones de personas autorizadas se hacen descripciones de lugares u objetos todo debe ser de manera dinámica, me refiero al momento de redactar, es parte del estilo del periodista para saber abordar este tipo de reportaje.

Al igual que en la definición de lo que es el reportaje, son varios los tipos de reportajes que esbozan algunos autores, que de una u otra forma están generalizados en contenido, quizá lo único que llega a variar en cada uno de ellos, es el nombre que se le da al tipo de reportaje, pero su esencia es la misma y su desarrollo de igual forma.

Tras una somera revisión de sus propuestas, ofrecemos la siguiente tipología <sup>4</sup>

---

<sup>4</sup> Avendaño Rojas, El reportaje moderno, FCPY s DE LA UNAM, México, D.F., 1976, pág.28.  
También consúltese Leñero Vicente y Marín Carlos, Manual de periodismo, Grijalbo, México, D.F., 1986, pág. 315. Vivaldi Martín Gonzalo, Géneros periodísticos, Prisma, 1ª. Edición, mexicana, pág. 34, Ibarrola Javier, Op- Cit.

- **Demosttrativo o expositivo.-** prueba tesis, indaga hechos, explica fenómenos, expone problemas.
- **Descriptivo.-** retrata situaciones, lugares, personas, objetos, escenas.
- **Narrativo.-** relata la historia de un acontecimiento.
- **Interpretativo.-** examina y explica las facetas de un complejo asunto.
- **Biográfico.-** conocido también como perfil, describe los diferentes aspectos de un personaje público.
- **Instructivo.-** divulga un acontecimiento científico o técnico.
- **De Entretenimiento.-** hace uso de técnicas narrativas para divertir al lector.
- **Retrospectivo.-** busca reconstruir algún suceso histórico.

Aunque son clases de reportaje aparentemente claras, resulta necesario apuntar que no existen límites rigurosos. Sin problema alguno pueden entrelazarse dos ó tres tipos diferentes y ofrecer un completo panorama del problema tratado. Lo importante en todo caso está en que el periodista investigue a fondo, se sujete a las normas básicas de veracidad y presente su reportaje con una factura tal que en él se advierta solidez estructural y un estilo atractivo.

### **Pasos del Reportaje**

Entre las fases que algunos autores como Ulibarri, Rojas Avendaño y Vivaldi <sup>5</sup> advierten en la realización del reportaje están:

- 1º. Elegir el tema, que nace a partir de una idea.
- 2º. Trazar objetivos y enfoque del trabajo.
- 3º. Programar y desarrollar la investigación, incluyendo todo tipo de fuentes: hemerográficas, bibliográficas, documentales, personales, etc.
- 4º. Procesar, seleccionar y jerarquizar información: datos básicos y de actualidad, testimonios, ambientes, sobre personas, conceptos, interpretaciones.
- 5º. Estructurar contenido y escribir el reportaje.
- 6º. Publicar.

Tomando en cuenta los seis puntos anteriores, estos se pueden resumir en tres pasos: definición del tema, investigación y elaboración, escritura y publicación.

<sup>5</sup> Avendaño Rojas, Op. Cit. También ver, Vivaldi Martín Gonzalo, Op. Cit. y Ulibarri Eduardo, Idea y vida del reportaje, Ed. Trillas, México, 1994, pág. 81.

## ESTRUCTURA DEL REPORTAJE

### Entradas

Luis Benavides y Carlos Quintero apuntan que las mejores entradas son como los umbrales de las galerías comerciales: misteriosas.

"Dejan al transeúnte – en este caso el lector – en suspenso y con la curiosidad de conocer que hay dentro; en suma, lo dejan con una pregunta sin respuesta en la mente. El propósito es llevar al lector a leer el siguiente párrafo y muchas veces, si se tiene éxito, a todos los demás párrafos"<sup>6</sup>

En contraste, García Márquez prefiere la entrada anecdótica:

"Piensa en la anécdota que más te impresionó y escríbela. Siempre es difícil, pero siempre sale"<sup>7</sup>

La entrada de un reportaje, tiene que ganar la atención del lector, excitar su curiosidad interesarlo por el escrito para que llegue a leer todo el reportaje, para ello hay diferentes tipos de entradas.

Carlos Marín y Vicente Leñero quienes ofrecen la tipología más completa de entradas periodísticas, en un punto de vista muy particular, numeran lo siguiente:

- **Noticiosa, sintética o de panorama:** resumen del asunto o visión panorámica de lo que se va a tratar.
- **Descriptivo:** pinta escenarios donde se desarrollará el reportaje.
- **Histórica o narrativa:** empieza relatando un suceso en plan secuencial.
- **Contrastada:** ofrece elementos de comparación o contraste en torno el tema.
- **Analógica:** presenta comparación o contraste, pero a manera de metáfora.
- **De definición:** define los principales elementos del trabajo periodísticos.
- **De juicio:** plantea juicios o críticas u opiniones del reportero sobre el asunto por abordar.
- **De detalle:** resalta un pequeño pormenor – escena, frase, anécdota, diálogo, etc. – para enganchar al lector.
- **Coloquial:** con una pregunta u otro tipo de expresión que busca involucrar al lector, sugiere un diálogo con el mismo.
- **De cita:** refiere una declaración central como hilo conductor del reportaje.<sup>8</sup>

<sup>6</sup> Benavides José Luis y Quintero Carlos, Escribir en prensa, redacción informativa e interpretativa, Ed. Alambra Mexicana, México, 1997, pág. 95.

<sup>7</sup> Tomado de Roura Víctor, "El cuento de lo que fue", artículo publicado en El Financiero el 13 de septiembre de 1995, pág. 70.

<sup>8</sup> Leñero Vicente y Marín Carlos, Op. Cit.



Tomando en cuenta lo antes citado, podemos unificar de alguna manera los tipos de entradas que existen según diversos autores, por lo que proponemos de forma general las siguientes:

- **Entrada de resumen:** aquí es la capacidad del periodista para no caer en lo extenso o en lo ambiguo debe usar elementos gramaticales y del lenguaje para que resulte una buena entrada.
- **Entrada de sumario:** es una lista o secuencia de puntos que en conjunto dan idea o facetas del reportaje.
- **Entrada narrativa:** es un relato pero no salirse del tema, es la entrada más literaria o de la cual se desarrollan incluso metáforas.
- **Entrada descriptiva:** se narra una descripción de algún lugar, persona, hechos, paisajes, situaciones si se abusa de ella puede caer en el aburrimiento el lector.
- **Entrada de contraste:** el contraste se utiliza para señalar que algo ha cambiado al comparar situaciones actuales con anteriores.
- **Entrada de cita:** es cuando se recurre a lo que dijo exactamente el personaje.

## CUERPO

En cuanto al cuerpo del reportaje existen varias formas de desarrollo.

Existen varias estructuras para organizar el desarrollo del reportaje. Entre ellas a continuación se exponen las sugeridas por Eduardo Ulibarri, así como por Leñero y Marín:

- **Por bloques temáticos:** breves asuntos específicos que se van concentrando a lo largo del texto.
- **Cronológica:** en el orden que ocurrieron los hechos, muy similar a la crónica.
- **Dialéctica:** utiliza más puntos de vista que información y sobre ciertos puntos se van tejiendo contrastes, similitudes, diferencias.
- **En orden a la investigación:** se refieren a las aristas informativas de acuerdo a como se han encontrado.
- **Enigmática:** busca crear suspenso narrativo y en función de ello se organiza y presenta la información.
- **Por elementos de investigación:** sea por personas, documentos o lugares.
- **Por fuentes:** conforme a la calidad noticiosa o relevancia de los informantes o documentos.
- **Por escenas:** narra y describe acontecimientos, personas o lugares para fundamentar el problema en cuestión.

- **Coloquial:** libertad en su presentación y sin orden definido; las circunstancias imponen la secuencia del relato, muy usada por los escritores <sup>9</sup>.

Al igual que cuando nos referimos a los tipos de reportaje, es importante señalar que en torno a tales estructuras tampoco existen linderos inamovibles. Por tanto, el reportero, si así lo considera conveniente para los fines de su trabajo y lo hace dándole una coherencia interna, puede tomar lo mejor de alguna o algunas de las estructuras arriba expuestas o bien como propuesta utilizar las siguientes:

- **Desarrollo por temas:** cuando el tema es amplio en información y se puede ver desde diferentes ángulos, entonces es conveniente agrupar por temas.
- **Desarrollo por elementos de investigación:** el reportaje se estructura así:

Personas, Lugares, Documentos

El orden puede alterarse, esto depende de los elementos informativos y el estilo de cada periodista.

- **Desarrollo cronológico:** éste recurso se utiliza para reportajes narrativos, cuando el tema que se aborda tiene en sí una secuencial temporal.
- **Desarrollo enigmático:** los datos se ordenan de tal forma que crean suspenso narrativo que se sostiene hábilmente durante todo el desarrollo.

En el cuerpo o desarrollo, entonces, el periodista sustenta el enfoque ideado desde el principio, en función de lo cual va enlazando los elementos informativos, analíticos, opinativos y de interpretación para dar cuenta cabal del asunto tratado y luego concluir con un broche de oro conocido como remate o cierre.

## REMATES

El remato o cierre viene a ser como el tiro de gracia para un condenado o la única y gran rebanada del pastel: puede subrayar, sintetizar, sugerir, redondear, proyectar. Lo importante del cierre consiste en que significa la despedida del lector y por ello necesita ser breve, significativo y memorable.

Algunos de los remates contemplados por Leñero y Marin son los siguientes:

- **De retorno:** cierra con el elemento informativo referido en la entrada.
- **De conclusión:** sintetiza conclusiones lógicas.
- **De sugerencia o llamamiento:** se aconseja o se sugiere.

<sup>9</sup> Ulibarri Eduardo, Op. Cit.

- **De datalle:** pequeño elemento —puede ser una anécdota- que resume el contenido del reportaje.
- **Rotundo:** frase u oración enfática que refleja el sentido de la investigación<sup>10</sup>.

El remate debe ser eficaz, congruente con el texto, debe ser el final lógico con que se inició y con lo que esta por cerrarse, de esta manera existen varios tipos de cierres o remates.

- **Cierre de caso:** es cuando al inicio se sueltan pistas que se van desarrollando y en el cierre se llega se completan las pistas para llegar a una conclusión.
- **Cierre de conclusión:** el reportero toma la responsabilidad de resumir o concluir.
- **Cierre de sugerencia:** se aconseja o se sugiere a los lectores asumir una posición ante lo expuesto.
- **Cierre rotundo:** el que se concluye con una o más frases, las menos posibles de manera rotunda.
- **Cierre de moraleja:** es valido que un reportaje utilice la moraleja ya que en la literatura se usa.

Como precisa Luis Méndez Asensio en *La Condición del Reportaje*, donde hace alusión a la película de Carlos Saura, *El Dorado*, ofreciendo un cierre de conclusión.

"Abandonamos el lugar del rodaje. El bergantín y la barcasas comienzan a navegar pesadamente sobre las aguas del canal. Apostadas estratégicamente, las cámaras empiezan a recrear la partida de los españoles, amazonas abajo. Suenan las órdenes del director. Cuatro siglos más tarde, esta en Puerto Limón, se inicia de nuevo la aventura de El dorado"<sup>11</sup>

El reportaje, en suma, constituye el género periodístico con mayor exigencia de investigación, que ofrece total libertad para desarrollar un estilo literario y gracias al cual, se conocen a los verdaderos reporteros del periodismo.

Sin embargo, para llegar a considerarse un verdadero periodista, es importante escalar la formación profesional, basándose en los puntos de vista de los diferentes profesores y autores de los temas que a Ciencias de la Comunicación se refiere, lo que en ocasiones nos trae confusión y/o dudas.

<sup>10</sup> Leñero Vicente y Marín Carlos, Op. Cit.

<sup>11</sup> Méndez Asensio Luis, *La condición del periodista*, pág. 55

En el siguiente apartado veremos pues, como elaborar un reportaje a través de una metodología sencilla y práctica, que por supuesto, sin saberlo quizá, estará basada en el método científico y cumpliendo con las líneas de investigación que nuestros profesores nos piden y que posteriormente utilizaremos en nuestros centros de trabajo.

## **METODOLOGÍA PRACTICA PARA ELABORACIÓN DEL REPORTAJE**

A quién realmente gusta de este género del periodismo, es importante recordarle, que es indispensable mantenerse actualizado de todo tipo de tema; revisar, leer, ver y escuchar diversos reportajes en los diferentes medios de comunicación, para con ello, practicar o quizá jugar a identificar las partes y metodología que el realizador llevo a cabo en su reportaje.

Como menciona Gabriel García Márquez al respecto "El reportaje es como una salchicha: debes saber dónde empieza y dónde acaba. Porque si no, lo vas llenando de datos y nunca terminas"<sup>12</sup>

De esta forma se realiza cotidianamente un ejercicio periodístico de forma empírica, aunque basada en los conocimientos que en nuestra formación académica o profesional estemos adiestrando.

### **EL REPORTAJE**

- En un reportaje se mezclan la información con las descripciones e interpretaciones de estilo literario. Aportamos datos que permiten conocer el hecho, pero desde un punto de vista más personal.
- El inicio del reportaje está en un detalle o en un dato que nos haya impresionado y con una exposición que sea atractiva para el lector, situándolo desde el principio en el hecho del que le estamos informando.
- Las descripciones de paisajes, personajes y datos relacionados con un hecho, deben ayudar a que el lector, oyente o televidente se haga una idea aproximada del tema, a través de nuestra narración.
- El INTERÉS HUMANO es el principal eje del reportaje.
- La crónica es una mezcla de reportaje, información y opinión, realizada por personas especializadas en el tema, enviados especiales o corresponsales del lugar.
- El reportaje puede ofrecerse tanto en periódicos y revistas, como en programas de radio, televisión e Internet.

Aquí es importante que identifiquemos alguna cosas:

En el punto 1, estamos cumpliendo ya con lo que es la investigación y el procesamiento; es decir, en el tema de investigación, el cual desarrollaremos en base al método científico, tocando los puntos de metodología de la investigación.

---

<sup>12</sup> Tomado de Roura Víctor, artículo antes citado.

"En el proceso de investigación cuenta con algunas fases, las principales son: la selección del tema, la formulación de la hipótesis, la planeación del trabajo, el acopio y la interpretación de la información y la redacción del informe"<sup>13</sup>

En la investigación periodística, se requiere de un proceso de planeación. Para introducirse en algún tema, se recomienda acudir primero a la hemeroteca o a bancos de datos o navegar en el ciberespacio, con el propósito de hallar y extraer información de apoyo sobre los antecedentes de un asunto determinado y gracias a la cual podría tener una perspectiva sobre lo que se ha publicado, omitido o esquivado del mismo.

Posteriormente, vale la pena indagar, revisar, leer y marcar libros, revistas y toda clase de documentos referentes al tema. Y para redondear el trabajo de investigación, resulta indispensable entablar contacto directo con protagonistas de la información y concertar entrevistas, sondeos, indagaciones y rescatar puntos de vista e interpretaciones tanto de ellos como de testigos, contrapartes, expertos, representantes, y con toda persona que pueda facilitar más informes, opiniones o testimonios de interés.

Entremos de lleno al tema de interés, el cual intenta guiar de forma sencilla en la creación de un reportaje, cumpliendo al mismo tiempo, con los pasos que el método científico y de investigación nos exigen.

La presente metodología no pretende, en ningún momento, contraponer lo que nuestros profesores han impartido durante la carrera de Ciencias de la Comunicación, ni tampoco, inventar una metodología inexistente, al contrario, basándonos en esa enseñanza y la experiencia laboral se pretende conducir a los estudiantes fácilmente en su quehacer profesional.

## ¿Cómo se elabora un reportaje?

### ❖ TEMA

Desde el momento que en la Facultad o Trabajo nos piden elaborar un reportaje, de inmediato pensamos sobre en el tema ha desarrollar, desde este momento, sin enfocarlo específicamente, estamos cumpliendo con el primer paso del método científico y de Investigación, los cuales no llevan a crear "la indagación del tema, Plan de Trabajo y/o Diseño de Investigación.

---

<sup>13</sup> Garza Mercado Ario, Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales, pág. 14

Como lo menciona Roberto Hernández Sampieri en su libro Metodología de la Invitación, "Existe una gran variedad que pueden generar ideas de investigación, entre las cuales podemos mencionar las experiencias individuales, materiales escritos (libros, revistas, periódicos y tesis), teorías, descubrimientos productos de investigación, conversaciones personales, observación de hechos, creencias e incluso presentimientos"<sup>14</sup>

La mayoría de los autores involucrados en el mundo del periodismo y la comunicación como son: Susana González Reyna, Guillermina Baena, Julio del Río, Vicente Leñero y Carlos Marín, por mencionar algunos, consideran que el tema del reportaje, debe ser de interés para el público; sin embargo, en un punto de vista muy particular, no importa el tema que se elija, lo interesante es hacer de ese tema algo relevante y atractivo, dejar salir nuestro instinto, desarrollar nuestra creatividad, hacer de algo pequeño, lo más grande y seductor para la opinión pública.

#### **Por ejemplo: Los Lustradores de Calzado**

Quizá suene simple, diríamos que el tema es sin fuerza, sin importancia, pero dependerá de nosotros el llevarlo de menos a más de acuerdo al avance de nuestra investigación.

#### **❖ DELIMITACION DEL TEMA**

Si observan el Tema, Los Lustradores de Calzado, es algo muy general, por tanto, es necesario conducirnos a algo más específico, lo cual nos ayudará a realizar una investigación más precisa, fácil y rápida, aunque en ocasiones se torna más amplia de lo que se había planeado.

Que tal si pensamos en Los Lustradores de Calzado de un país, estado o zona, quizá en Los Boleros de la Ciudad de México, o que mejor, Los Boleros del Centro Histórico de la Ciudad de México, de esta forma hemos delimitado nuestro tema, lo que nos llevará de la mano en la elaboración de nuestro trabajo. Cumplimos con ello, un paso más del método científico y de investigación que es la Delimitación del Tema.

"El procedimiento de selección debe incluir la consulta de fuentes idóneas, las características del problema y las delimitaciones en relación con el tema"<sup>15</sup>.

---

<sup>14</sup> Hernández Sampieri Roberto, Metodología de la investigación, pág. 2.

<sup>15</sup> Giarza Mercado Ario, Op, cit. Pág. 19

**Falta Página**

**38**



¿En dónde podemos reiniciar nuestra recopilación de datos?

- Documentos
  - Revistas
  - Periódicos
  - Textos
  - Vídeos Museos
- } DOCUMENTALES

- Observación
  - Entrevistas
  - Cuestionarios
  - Sondeo de público
- } CAMPO

Guillermina Baena en su libro Instrumentos de Investigación Documental menciona dos Técnicas: Documentales y de Campo, los cuales en lo personal, cubren ampliamente el campo para la recopilación de información necesaria para elaborar un reportaje.

De la misma forma lo considera Hernán Uribe: " El creador de reportajes tiene una gran responsabilidad y es el mismo en ese sentido, la primera fuente de género, su responsabilidad se extiende a fuentes reales sujetas a normas científicas hablese de la documental o la de campo" <sup>17</sup>

¿Qué es lo que intentamos mostrar con nuestro tema?

Después de contar con toda la información que desprendió la investigación, tendremos que enfocar dichos datos hacia un fin, es decir, el reportaje buscará mostrar algo que la opinión pública no sabe, algo oculto, quizá la dignificación de los lustradores de calzado, posiblemente dar a conocer o proponer que se les brinde protección ó solo dar a conocer su modo de vida, etc. (**Hipótesis – Método Científico e Investigación**).

"Las hipótesis indican lo que estamos buscando o tratando de probar y pueden definirse como explicaciones tentativas del fenómeno investigado formuladas a manera de proposiciones" <sup>18</sup>

<sup>17</sup> Hernán Uribe, Apuntes sobre investigación y fuentes en el reportaje, pág. 50.

<sup>18</sup> Hernández Sampieri Roberto, Op. Cit. Pág. 74.

Por ejemplo: Si los boleros cuentan con una Organización que los protege y ésta les brinda beneficios a través del Gobierno de la Ciudad de México, entonces es importante que la opinión pública conozca dichos derechos para de esta forma no permitan los abusos en cuanto a las tarifas impuestas por cada uno de los lustradores de calzado al prestar sus servicios (respeto = respeto).

O Bien: Si los boleros del Centro Histórico de la Ciudad de México no cuentan con protección y apoyo de las autoridades de nuestro país, entonces es necesario crear un organismo que ayude a la dignificación de su oficio, para que estos se desenvuelvan lo mejor posible dentro de nuestra sociedad, por tanto, es importante darlo a conocer a la opinión pública.

Obviamente dichos planteamientos surgirán después de la indagación y recopilación informativa del tema a desarrollar, pues de ello depende el rumbo y temática que queramos dar a nuestro reportaje, además de que nos ayudará a perfeccionar y cubrir el objetivo que nos trazamos en un principio.

**OJO**, hay que detectar la medula del problema que estamos tocando, ya que de esta se derivará la fuerza e interés que debemos despertar en el público al que queremos llegar, recuerden que es nuestro quehacer periodístico, transformar un tema simple en uno relevante e interesante.

Siguiendo con la Metodología Práctica para elaborar un reportaje, entremos quizá, al tema más importante de nuestro trabajo.

Susana González Reyna, le llama Redacción Preliminar en su libro Manual de Redacción e Investigación Documental, para Gonzalo Martín Vivaldi, en su libro Géneros Periodísticos, le llama Redactar un Esbozo o Guión previo (como lo maneja en el Gran Reportaje) y para Vicente Leñero en Manual de Periodismo, simplemente le llama Redacción<sup>19</sup>

En Metodología de la Investigación de Roberto Hernández Sampieri, se le llama, Elaboración del Reporte de Investigación y para Guillermina Baena, es La Exposición de Datos en su libro Instrumentos de Investigación<sup>20</sup>

<sup>19</sup> Susana González Reyna, Manual de redacción e investigación documental, pág. 25.  
Gonzalo Martín Vivaldi, Géneros periodísticos, pág. 58.

Vicente Leñero, Manual de Periodismo, pág. 32.

<sup>20</sup> Roberto Hernández Sampieri, Metodología de la investigación, pág. 105.  
Guillermina Baena, Instrumentos de Investigación, pág. 78.

En un punto de vista muy particular, le llamaré:

#### ❖ BORRADOR DEL REPORTAJE

¿Por qué digo que este tema es el más importante?, porque de él depende atrapar al lector, escucha o espectador desde la cabeza hasta el remate.

Lo anterior no quiere decir que todos los pasos a seguir para elaborar un reportaje no tengan importancia, por supuesto que la tienen, si no fuera por ellos, nuestro trabajo no podría enriquecerse; sin embargo, depende del estilo y redacción, el éxito o fracaso de este género del periodismo.

El borrador del reportaje nos permitirá darle forma a la información que tenemos, estilizar frases, palabras; girarla en el sentido que queramos, jugar con todo el profesionalismo que implica el reportaje y los instrumentos que lleva inmersos, es decir, darle el toque personal a través de:

- o Tipo de Reportaje
- o Tipo de Entrada
- o Desarrollo
- o Remate

#### TIPOS DE REPORTAJE:

**Informativo:** *En documento girado por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI) a los medios de comunicación, se establece que en México existen 16 millones de desempleados y 20 millones de subempleados debido al cierre de centros productivos y reducción de personal tanto en empresas privadas como públicas, entre los que destacan los boleros, quienes suman 7 mil 200 distribuidos en lo que respecta al Distrito Federal.*

Como podrán observar, el reportaje informativo es similar a la nota informativa, la diferencia esta en dar a conocer los hechos de forma creativa y con la libertad que nos brinda un reportaje, el interés para el público será la capacidad del reportero para incluir crítica y análisis profundo de acuerdo al enriquecimiento de los datos recopilados.

**Investigación:** *Estadísticas realizadas por el Instituto Nacional de Estadística e Informática (INEGI) hasta diciembre del 2000, registran que en México existen 16 millones de desempleados y 20 millones de subempleados, cifras que van en ascenso a consecuencia del cierre de centros productivos y reducción de personal que se ha generado en los últimos años en empresas privadas y públicas, de estos, 7 mil 200 los encontramos en las calles en pequeñas carpas, lugar donde prestan sus servicios, nos referimos a los boleros que habitan en el Distrito Federal.*

En este tipo de reportaje, es importante dejar a la vista del público las situaciones que prevalecen en la actualidad y que no han sido erradicadas, con el estilo propio del reportero, para que de esa forma se atrape a quien está leyendo, escuchando, u observando el trabajo realizado.

**Interpretativo:** *Todos los días, a partir de la 7 de la mañana, las carpas color rojo que habitan en el Centro Histórico de la nuestra Ciudad, donde los boleros inician su labor con gusto y tranquilos "al principio no sabíamos cuando llegarían a quitarnos el lugar", ahora se encuentran protegidos "La Organización de Lustradores de Calzado nos apoya y cuida como lo solicitamos", señaló el Señor Francisco Sierra Castro, dirigente de este organismo.*

*Fundada el 11 de abril de 1943, dicha organización surge ante la necesidad de combatir los abusos de civiles y autoridades, las cuales aprovechaban su poderío para recaudar las famosas "mordidas" y así permitir establecerse en un lugar específico.*

Si ponen atención en el texto, observarán que se da una valoración de los hechos, los cuales se basan en los antecedentes de los acontecimientos que hemos recavado durante nuestra investigación.

**Descriptivo:** *Mientras el ruido estruendoso de los autos y el murmullo y gritos de la gente envuelve al Centro Histórico de la Ciudad de México, los lustradores de calzado se entregan a su trabajo cotidiano, sus gestos, a veces plenos, a veces apagados, denotan el tedio y la necesidad por llevar a sus hogares, día tras día el sustento para sus familias, a pesar de la lucha continua, contra el abuso de las autoridades capitalinas.*

Recuerden que aquí pueden describir, objetos, personas, paisajes, ambientes, sentimientos, acciones, etc., lo importante es realizar una relación entre los acontecimientos y las características que envuelven dichos sucesos.

**Narrativo:**

*Con el traje azul que los caracteriza, un trapo, grasa y cepillo en mano, los boleros parecen realizar una fila de espera, en el sector que comprende las calles de 5 de Mayo a 5 de Febrero en el Centro Histórico capitalino, donde el vaivén de la gente entusiasma a todos ellos, con la idea de lustrar el calzado que la intensa lluvia de junio ha dejado marcada en cada uno de los caminantes; sin embargo, la ironía de todos los días, contra los malencarados, los de traje azul oscuro, con tolete en mano y guantes blancos, los que dicen guardar el orden, de esos, también se resguardan, como lo hace el sol tras las nubes negras que hoy cubren el cielo de la ciudad de México.*

La narración es uno de los elementos más ricos del reportaje, además de relatar los hechos, podemos platicar con el público, meterlos en la acción de lo que esta pasando, tenemos que iniciar con algo interesante, fuerte, con la intención de que no suelten nuestro trabajo hasta llegar al final. Como dijera Fernando M. Garza, el reportaje narrativo es una nota de color, sin trazos que lo sustenten, es reproducir palabras, opiniones y la observación para conseguir que el lector se sienta transportado a los lugares y episodios de que hemos disfrutado" <sup>21</sup>

Tom Wolf en su libro El Nuevo Periodismo maneja el Reportaje Autobiográfico, en el cual el reportero se convierte en personaje del mismo, en un punto de vista particular, este tipo de reportaje puede sonar adulante, sin embargo, actualmente podemos ver que es una estrategia perfecta para cautivar a quien tiene acceso a nuestro trabajo periodístico, basta ejemplificar con el programa Mochila Al Hombro (Canal 11), donde los reportajes involucran al mismo reportero, lo que conlleva al espectador a adentrarse en dicha emisión.

**Autobiográfico:** *Estamos parados frente al asta bandera en el Zócalo de nuestra ciudad, José Sotelo, el camarógrafo y yo, esperamos pacientes la llegada de los boleros que trabajan en esta zona, nos dicen que a las 7 a.m. hacen su aparición, sin embargo, pasan 10 minutos y aun no vemos movimiento.*

*Por fin, llegan 3 de ellos, todavía están platicando y riendo, yo creo para iniciar y desearse un buen día. Ya antes habíamos venido, logramos observar como los policías de esta área se acercan disimuladamente a cada bolero, al parecer les piden algo, no sabemos si dinero o solo la mano para darse los buenos días, pero eso es lo que venimos a indagar.*

<sup>21</sup> Rojas Avendaño Mario, El reportaje moderno (antología), pág. 15.

**El Gran Reportaje**, algunos autores como Javier Ibarrola, Gonzalo Martín Vivaldi, Tom Wolf, Alejandro Iñigo, Fernando M. Garza, entre otros, coinciden en que el Gran Reportaje es como su nombre lo dice: "Gran", en todo sentido, por la única y sencilla razón de que en él, no sólo se necesita un gran reportero, sino también una gran habilidad y sentido del periodismo, para su elaboración.

En El Gran Reportaje involucramos todos los elementos y características anteriores; es decir, investigación, información, interpretación, narración, descripción, entrevista, en breve, es realizar un trabajo completo, donde es indispensable poner nuestros 5 sentidos y por supuesto nuestro profesionalismo.

Podemos ejemplificar como Gran Reportaje, lo narrado por Manuel Mejido en El Camino de un Reportero: " La Unión Soviética aviso haber puesto en órbita, el primer satélite artificial. Oriente y Occidente se encontraban en un estancamiento.

Los periodistas y los escritores dejaron volar libremente su imaginación, algunos escribieron que los rusos espían desde la ionosfera, otros se atrevieron a decir que era un artefacto satánico. Lo trascendente de la noticia estaba en el inmenso país soviético, entonces, decidí ir en busca de Sedov y de otro astro de la política mundial, Nikita S. Krushchev, jefe del Partido Comunista"<sup>22</sup>

#### **TIPOS DE ENTRADA:**

Podríamos realizar una tesis de las entradas de un reportaje, sin embargo, para el tema que nos interesa en la presente monografía de investigación, Metodología Práctica para Elaborar un Reportaje, nos avocaremos a las entradas que dentro de las aulas, nos han adiestrado nuestros profesores.

El tipo de entrada, realmente debe ser el que cada uno de nosotros queramos realizar, es decir, las metodologías existentes nos dicen que los tipos de entradas son: Informativas noticiosas, descriptivas, históricas, narrativas, de detalle, con cita, etc., sin embargo, la entrada será como ustedes decidan, simplemente les mencionaré que independientemente del tipo de entrada (descriptiva, informativa, etc.), esta debe ser:

1. Creativa, interesante y que atrape al lector

Siguiendo con el tema de los Boleros, ejemplificaremos los tipos de entradas:

#### **Noticiosa:**

*El desempleo que existe en la ciudad de México, ha provocado que más de 10,200 boleros se instala en las calles del Centro Histórico para ofrecer sus servicios.*

---

<sup>22</sup> Mejido Manuel, El camino de un reportero, pág. 19-20.

**Descriptiva:** *Por el Centro Histórico de la Ciudad de México desfilaron cientos y cientos de lustradores de calzado aproximadamente durante 2 horas, proclamando seguridad para cada uno de ellos, mientras los guardias, al ritmo de ellos, resguardaban el desfiladero que esta marcha provocó desde las 8 de la mañana.*

**Histórica o Narrativa:** *Hace 50 años se podía observar en las esquinas de nuestra ciudad a hombres con pequeñas cajas de madera las cuales contenían un cepillo, grasa, brillo y un trapito; material con el que dentro y fuera de las oficinas o centros de trabajo, se dedicaban a dar grasa a los zapatos de quien lo solicitaba.*

**Contrastada:** *Primero fue con una caja, un banquito de madera y lejos de la protección civil, Hoy con una carpa, silla y protegidos por su organización, los boleros que laboran en el Zócalo capitalino sacan lustre a decenas de transnuyentes gozan después de tantos años de la protección y seguridad que brinda nuestra gran ciudad.*

**Definición:** *Los boleros son aquellos hombres que se dedican a dar grasa a los zapatos, desprotegidos en las calles del centro histórico de nuestra ciudad, luchan cotidianamente por salvaguardar su lugar ante la sociedad.*

**Coloquial:** *¿Sabía usted que los boleros de nuestra ciudad pertenecen a un organismo que los protege? ; aquellos señores que se dedican a dar grasa a los zapatos están afiliados a la Organización de Aseadores de Calzado, ¿quién lo dijera?.*

**De Cita:** *"Hemos luchado por mantener nuestra Organización", con aplomo decía el Señor Gerardo Ramírez, miembro de la Organización de Aseadores de Calzado, quien se preocupa por que ahora no sólo luchan contra el abuso de los custodios sino del alza a la cuota que los dirigentes de este organismo intentan implantar ante la situación que presenta nuestro país.*

Una vez que hayamos escrito la entrada del reportaje, finalizaremos lo que se definió como borrador del Reportaje, para así pasar al siguiente punto.

### ❖ Desarrollo del reportaje

Es importante que vuelvan a leer su borrador, de esta forma detectarán fallas, aciertos y necesidades para entonces desarrollar su trabajo final.

Dentro del desarrollo del reportaje, es necesario que decidan como quieren ordenar su información, es decir, como van a insertar todos los datos recopilados y de que manera le darán continuidad.

Pueden utilizar subtítulos con los diferentes rubros, por ejemplo:

**Investigación: sigue el orden en que se realizó la recopilación de información.**

2. ¿Quiénes son los boleros?
3. Su aparición en los años 50's
4. Como viven
5. Como surge la Organización de Aseadores de Calzado
6. Su posición actual en la sociedad

**Cronológico: en el orden de tiempo en que se realizó la investigación**

1. Boleros de los años 50's
2. Seguridad, gran problema
3. Sus necesidades ante la falta de protección del gobierno capitalino
4. Al paso de los años
5. Sus logros

Fuentes de información: capitular su trabajo de acuerdo a las fuentes que acudieron a recopilar la información.

1. Visita al Centro Histórico de la Ciudad de México donde obtuvieron, quizá la descripción del ambiente, del entorno y entrevistas con los involucrados directos.
2. Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática, donde a través de documentos obtuvieron los datos del desempleo y la población activa e inactiva.
3. Organización de Aseadores de Calzado donde obtuvieron datos, documentos y entrevistas de los involucrados.
4. Gobierno de la Ciudad de México donde obtuvieron entrevistas y quizá datos en cuanto a la seguridad que se les brinda a los boleros.



**Por Temas: como si fueran sus capítulos del reportaje de acuerdo a la importancia y fuerza que ustedes quieran darle**

1. Como viven los boleros
2. Desprotegidos por las autoridades
3. El abuso de autoridad
4. Por la búsqueda de ser escuchados
5. Lo logramos

Ahora pasemos a la parte final de la Metodología para elaborar un reportaje.

#### ❖ REMATE

También existen diversos tipos de remate, al igual que las entradas, no importan cual elijan lo crucial es cerrar nuestro trabajo periodístico con la misma fuerza que entramos al mismo, en un punto de vista personal, el remate de mayor fuerza es en el que renombramos o recordamos la entrada, lo que Vicente Leñero y Carlos Marín llaman de Retorno.

José Luis Martínez Albertos dice que en los remates, es importante reafirmar de forma explícita mediante cita, hecho o estadística, el planteamiento que ha desencadenado todo el reportaje<sup>23</sup>

**Entrada:** Amedrentados y temerosos; los boleros del Zócalo capitalino han luchado por el respeto y la dignificación de su oficio.

**Remate:** Fueron muchos años sufridos, vividos, pero el tiempo hizo justicia, ahora cuentan con su organización, logrando dignificar el oficio por el que lucharon desde antaño.

Sigamos utilizando la misma entrada y enfocando el remate de acuerdo al tipo que quieran utilizar.

**Remate Sugerente:** Si el actual presidente de nuestro país ha enfocado su plan de trabajo hacia las clases más desprotegidas, bien podría implementar un programa de dignificación y respeto para los aseadores de calzado, pero eso es decisión gubernamental, finalmente él tiene la última palabra.

---

<sup>23</sup> Martínez Albertos José Luis, Curso general de redacción periodística, pág. 52.

**Remate Detallado:** En la constante lucha por no dejarse amedrentar por la autoridad capitalina, un bolero chispeante y gracioso, espera entregar su "mordida del día" y si que era mordida, pues el lustrador de calzado entrega en mano al guardia, un paquete de galletas, por aquello del hambre del medio día.

**Remate Contundente:** No hay vuelta de hoja, a pesar de la lucha constante de los boleros por su seguridad y dignificación ante la sociedad, los malos hábitos que existen dentro del gobierno mexicano, entorpecen que estos hombres trabajen con la soltura que implica un país que dice manejarse libre y soberano.

**Remate de Conclusión:** Buscando lo mejor para ellos la Organización de Aseadores de Calzado se desgasta, sin más ni más.

Al finalizar su reportaje es importante volver a leerlo, por lo regular siempre nos surgen ideas, formas, palabras, frases, etc., que enriquecen nuestro trabajo, así que léanlo, reléanlo una y otra vez, hasta que queden satisfechos con su creación periodística.

No dejemos de lado, que la redacción y el llevar un orden en nuestro material (fichas bibliográficas o de trabajo), son fundamentales para realizar un buen reportaje, como cita el profesor Julio del Río Reynaga en Teoría y Práctica de los Géneros Periodísticos Informativos.

" El reportaje requiere de una investigación profunda, para llegar al meollo de los sucesos, necesita utilizar el mayor número de métodos y técnicas de indagación: la donación, la observación, la entrevista, la encuesta, las cuales se entrelazan para sacar un material abundante y rico en materia" <sup>24</sup>

La metodología que se desarrolla en este capítulo, es únicamente proponer una forma más práctica para elaborar un reportaje, pero como pudieron observar, siempre utilizando y sustentando la información conforme a las guías que los periodistas y profesores que en base a su experiencia, nos han impartido y compartido a través de los años de su labor profesional y periodística.

---

<sup>24</sup> Del Río Reynaga Julio, Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, pág. 52.

### **3. JORGE CAMPOS Y LA COMERCIALIZACIÓN DE SU IMAGEN (REPORTAJE)**

## JORGE CAMPOS Y LA COMERCIALIZACIÓN DE SU IMAGEN (REPORTAJE)

### ¿QUIERE QUE SU EMPRESA INCRIMENTE SUS VENTAS? JORGE CAMPOS, LA MEJOR OPCIÓN

Con la fama colgando en la frente, signos de pesos estampando su playera y el sudor recorriendo su piel morena, así viste y vive Jorge Campos Navarrete.

Conocido, admirado e idolatrado por la afición azteca, Jorge Campos se ha convertido en uno de tantos ídolos del deporte mexicano, pues a través del tiempo, ha ocupado poco a poco un lugar importante dentro de la vida cultural, financiera e informativa de nuestra sociedad, quizá por que reúne las cualidades, virtudes y actividades que los espectadores quisieran tener.

Pero no sólo el jugador número 12 (el aficionado), se enfoca en él, si no también las empresas que bajo su visión capitalista, han descubierto que este jugador morenito, extravagante y carismático, puede ser punto de atracción para incrementar sus ventas.

Basta con echar un vistazo a otras personalidades como han sido: Raúl "El Ratón" Macías con la publicidad de ADIDAS; Enrique Borja con PEPSI; Julio César Chávez con BANCO DEL ATLÁNTICO; Hugo Sánchez con COLGATE; Luis Hernández y Rafael Márquez con DANONE; por mencionar algunos; todos ellos han ejercido de una u otra forma influencia entre sus seguidores apoyados en su imagen

No es fácil hacer un análisis del ¿por qué? Algunos deportistas se transforman en objeto del comercio, lo que sí podemos decir, es que todos ellos, cuentan con prestigio y reconocimiento ganado por medio de sus esfuerzos personales, así van cosechando recompensas que podemos ver referidas en la sociedad a través del honor, la fama y lo principal: El Dinero.

Para muestra basta un botón, desde 1988 hasta el año 2002 y gracias a su desempeño dentro de las canchas, Jorge Campos se ha colocado dentro del núcleo de luminarias deportivas, alcanzando en el Mundial de Estados Unidos de 1994, el éxtasis de su carrera como futbolista profesional, con ello, la fama entre el público y por consecuencia el interés de diversas empresas o Instituciones que lo han utilizado para publicitar sus productos o campañas televisivas.

**E**jemplo de esto ha sido: Nestlé, Sabritas, Nike y Colgate, entre otras; Campañas como: "Di No A Las Drogas" lanzada por la Procuraduría General de la República, "Lávate las Manos" de la Secretaría de Salud ó las campañas del Partido Revolucionario Institucional rumbo a las elecciones presidenciales de 1994.

**B**ien cabe hacerle una pregunta ¿Sabe usted de donde salió o cómo surgió este jugador dentro del fútbol mexicano?, pues bien, permítame platicarle.

**Jorge Campos Navarrete** nació un 15 de octubre de 1966 en Acapulco, Guerrero; es el cuarto de nueve hermanos; vivió desde muy pequeño en el rancho de su abuelo en Plan de los Amates, Guerrero donde estudió la primaria y la secundaria, la preparatoria la cursó en el colegio La Salle de la Ciudad de México, que le parece si dejamos que sea el propio futbolista quien comente su incursión en el balompié nacional.

## SUS INICIOS

**Desde los seis años empecé a jugar fútbol; me aventaba —cascaritas— con mis cuates en el rancho de mi abuelo, donde jugaba todas las tardes; también aprendí a ordeñar vacas, a criar gallos, a montar y por supuesto a surfear”.**

**“Cuando tenía entre 14 o 15 años, mi padre formó el Deportivo Campos, en el que jugué hasta tercero de prepa aunque ya jugaba en otros equipos a nivel amateur en el Colegio La Salle, después vine al Distrito Federal y el Deportivo de mi padre desapareció”.**

**Jorge Campos** llegó al fútbol profesional en la campaña 84-85 con los Delfines de Acapulco de la segunda división, donde fue defensa central, delantero y finalmente portero.

**“Cuando jugaba en los Delfines de Acapulco, Miguel Mejía Barón (Director Técnico de la Selección Mexicana en 1994), vio mi desempeño en la cancha y me invitó a jugar con la Universidad Nacional Autónoma de México. Al principio sentí temor, pues no estaba acostumbrado al ritmo de la capital y sobre todo que no me acoplaba al fútbol de las fuerzas inferiores de un club profesional”.**

**Para 1986, Campos** se integra a las reservas del equipo Pumas y fue hasta el 11 de diciembre de 1988 cuando debuta en primera división, en el encuentro Pumas vs. Santos de Torreón, iniciando con ello su flamante carrera como futbolista profesional.

**D**espués de pertenecer a las filas del club Universidad, Campos pasa al equipo Atlante, luego Tigres, Cruz Azul y una vez más a los Pumas, actualmente (2001) presta sus servicios, nuevamente, en el Atlante; como seleccionado nacional, formó parte en varias ocasiones del representativo mexicano durante la Copa de Oro, Copa América y eventos Mundiales.

**P**recisamente, hablando de los Mundiales, Jorge Campos comenta al respecto: "Nunca imaginé llegar a primera división, mucho menos pertenecer a la Selección Nacional, esto en mi carrera futbolística ha sido algo muy bonito, por lo mismo trato de echarle ganas en todo, principalmente para la selección, pues no me gustaría perder mi lugar para los próximos mundiales".

**G**racias a su sencillez, extravagancia y vitalidad dentro de la cancha, Jorge Campos fue despertando la admiración y atención de clubes extranjeros entre los que destacaron los europeos y sudamericanos, sin embargo, el lado económico pesaba más que el deportivo, como no le llegaron al precio, el Brody, como le apodan, prefirió quedarse en el balompié azteca.

**S**u fama siguió en aumento, en 1993 fue considerado el tercer mejor portero del mundo y por si fuera poco, las televisoras también vieron en él, al galán de cine y televisión apropiado a pesar de no ser guapo, pero entendemos la importancia, tenía la madera para incursionar en la farándula ¿ o será que los productores buscaban asegurar la taquilla y el rating?.

**Q**uien sabe, lo cierto es que la fama llama al dinero y con el portero - delantero se confirma lo dicho, pues se convirtió en el deportista más comercializado de México; los empresarios lo siguen buscando y le ofrecen grandes cantidades de dinero para que porte o anuncie sus productos.

## LAS EMPRESAS

**"Compro Luego Existo",** tituló la escritora Guadalupe Loaeza una de sus publicaciones y tal parece que las grandes empresas, políticos y personas públicas lo han adoptado como principio, pues su objetivo inicial es ganar dinero, aumentar su fama, su reconocimiento, etc y después, bueno, tocar lo frío del suelo, despertar a lo mundano y aceptar que son seres humanos.

**P**ara conocer la manera en que la imagen de Campos ha sido empleada para comercializarse, acudimos a las áreas de publicidad y mercadotecnia de dos importantes empresas: Sabritas y Nestlé, las cuales en 1994, bombardearon los medios con sus campañas, donde el portero, obviamente, era el protagonista; así que realizamos una serie de preguntas acerca del afamado futbolista y de las estrategias promocionales que utilizaron para desarrollar su trabajo.

**E**s importante mencionar que las estrategias publicitarias que utilizan estas empresas son algo así como secreto de estado para cada una de ellas, por lo mismo omitiremos el nombre de los directivos que nos proporcionaron dicha información.

**E**l representante en Sabritas explicó, "Sabritas ha utilizado a Jorge para anunciar el producto "Doritos Nachos"; la idea fue mostrar las debilidades del futbolista, con el objetivo de despertar en el público infantil, principalmente, la inquietud de probar el producto, así el televidente sentiría que al igual que Campos pueden disfrutar y compartir los mismos gustos, además de convertirse o llegar a ser un deportista como él".

**E**l área encargada de Nestlé, comentó: "Para nosotros la imagen que proyecta Campos es totalmente dirigida a los niños, ya que son las personas que más lo siguen y admiran; por eso se organizaron canjes con los palos de paletas y a cambio se dieron muñequitos autografiados por el jugador".

**E**l incremento en las ventas de las empresas mencionadas, muestran que la popularidad que posee Jorge Campos, lo ha convertido puente seguro para la venta de productos de diversas compañías, aún en la actualidad (2002), pues de una u otra forma, los medios de comunicación especializados en el tema, se encargan de mantenerlo vigente.

**D**entro de su lista de contratos podemos mencionar algunos:

- ❖ Las cantidades que se especifican a continuación fueron registradas en 1994, año del boom del futbolista.

**NIKE.-** que proporciona al jugador zapatos y ropa deportiva, con la única condición de promocionar la marca a nivel internacional y nacional; además de 80 mil dólares anuales que le pagan por sus servicios.

**SEVENSON.-** tratamiento para combatir la calvicie, únicamente se publicó con fotografía del jugador en revistas de prestigio; se le pagan 50 mil dólares anuales.

**REUSCH.-** promociona guantes para portero, surtiendo a Campos de los mismos; le pagan 50 mil dólares anuales.

NIVEA.- únicamente lanzó una campaña con la imagen de Jorge Campos para promocionar productos de belleza y obsequiaban balones autografiados por el jugador; se le pagaron 5 mil dólares por la campaña (estuvo vigente 6 meses).

**P**ero lo anterior no termina aquí; a las cantidades de dinero que recibió Jorge anualmente, se suman las primas monetarias que le pagan por su participación en la Selección Nacional y cuando participa en eventos oficiales, tales como:

**E**liminatorias Mundialistas, 40 mil dólares más viáticos de 160 dólares diarios; Copa América, 38 mil dólares, más porcentajes del segundo lugar; Copa de Oro, 20 mil dólares más viáticos, 160 dólares diarios y porcentaje del primer lugar; Copa Mundial de Estados Unidos 94, 80 mil dólares más viáticos y 180 dólares diarios; además del dinero que recibe por cada partido de preparación, va de los 3 mil a los 5 mil dólares y por último el salario que recibe por jugar en el club de fútbol mexicano al que pertenezca.

**Y** que nos dice de las afamadas Sport Tortas, cadena de comida rápida que fue establecida por Campos, no sólo en el Distrito Federal sino en algunos estados de la República Mexicana y de igual manera el Deportivo Campos en Los Amates, Guerrero que volvió a abrir sus puertas como escuela de fútbol.

**S**in lugar a dudas Jorge Campos es un deportista muy bien pagado, ha demostrado que tiene una gran visión para los negocios que surjan de explotar su propia imagen, tan es así, que al momento de las recontrataciones en el Torneo Mexicano es muy exigente para negociar su contratación.

**P**ero, acaso los empresarios se han puesto a pensar ¿qué pasaría con sus ventas y con los contratos que tienen con Campos, si éste tuviera una mala racha en su carrera deportiva?.

**A**l respecto Sabritas comentó: "Realmente no hemos pensado a fondo ese aspecto, pero pienso que no se le cancelarían contratos, por que cada contrato trae un fecha establecida en la que se marca el vencimiento del mismo".

**S**in embargo, es obvio que esta situación afecta las ventas de la empresa, por lo que insistimos:

**E**n caso de que sus ventas se vieran afectadas por el mal momento por el que cruza Campos ¿Le cancelarían contratos?.



**“Si la mala racha de Jorge afectara nuestras ventas y del capital de la empresa, se buscaría la manera más viable para cancelar contratos, de tal manera que no saliera afectado él y mucho menos nosotros”.**

**E**l representante de Nestlé aseveró: “Hay que tomar en cuenta la fuerte inversión que se hizo en las campañas y que lógicamente se espera recibir más de lo invertido; no hay que olvidar que también se le paga a él por prestar sus servicios. Si vemos que un proyecto no está funcionando y que esto nos está haciendo perder dinero, quizá no se cancelaría el contrato, pero si se buscaría la manera de saltar ese problema”.

## **¡PEPE EL TORO ES INOCENTE!**

Como todo en la vida siempre hay pros y contras, verdades y falsedades, gente muy lista y otra no tanto y Jorge Campos lo dejamos con esta última, pues ignorando lo dicho por Sabritas y Nestlé contestó las mismas preguntas expuestas anteriormente.

**¿Qué pasaría con tu imagen si se te presentara una mala racha en tu carrera?**

**“No, no pasa nada, no es que pase algo con mi imagen, sino con mi persona y futbolísticamente, que es lo más importante; yo creo que los futbolistas tenemos altas y bajas y es difícil mantenerse en un buen nivel, pero lo más importante es sobresalir, tratar de superarse, pasar ese bache y ya”.**

**Si se te presentara esta mala etapa de la que hablamos, ¿qué pasaría con las empresas, por ejemplo Sabritas o Nestlé, crees que te cancelarían contratos?**

**“No, no me afectaría, porque he hecho contratos, pero es por parte de la Selección; ellos son los que escogen a los jugadores con los que quieren que colabore para esa publicidad. A mí me sigue pagando la Federación de Fútbol, porque ellos son los responsables”.**

**Sin saber que Sabritas y Nestlé si le cancelarían contratos, Jorge Campos de alguna manera agradece que estas empresas lo hayan elegido a él para sus promocionales.**

**“Es gratificante el ver que diversas empresas se fijen en mí para promocionar sus productos, creo que esto me incita a seguir superándome y ser mejor”.**

**M**ientras son peras o son manzanas y si le cancelan contratos o no se los cancelan, tanto Sabritas como Nestlé deben de agradecer el incremento de ventas que obtuvieron en las últimas campañas publicitarias, en donde utilizaron la imagen del seleccionado nacional, las cuales obtuvieron ventas \$ati\$factoria\$.

**“A** nosotros sí nos ayudó utilizar la imagen de Campos en nuestra campaña, los productos se empezaron a vender razonablemente, pero la competencia con otras empresas disminuyó nuestras ventas. Aún así todo el capital invertido se recuperó y percibimos un 60% más de lo vendido”, explicaron en el Departamento de Publicidad de Sabritas.

**E**l licenciado de Publicidad en Nestlé expresó al respecto: “No podría decir exactamente que tanto por ciento se incrementaron nuestras ventas, pero si se elevaron de manera favorable. Tenemos la suerte de que nuestro producto es diferente a otros; los demás son chicles, papas, ropa, etc., nosotros vendemos hielo con sabor y la mayor ventaja es que en temporadas de calor, el producto se vende solo”.

**N**o cabe duda que para mantener imagen y asegurar las ventas es necesario respaldarse en gente reconocida, así lo hemos visto a lo largo de este reportaje. Aunque el “producto se venda solo”, no deben olvidar los señores de Sabritas y Nestlé que el presentar a “X” personaje anunciando su producto asegura la compra por parte del consumidor.

**N**o podemos negar que la publicidad ayuda a mantener dos imágenes, la de la propia empresa y en este caso la de Jorge Campos, “El hacer bien las cosas ayuda a mantenerse en un buen nivel; todo va acompañado de la bonita afición que se preocupa por uno y la verdad que uno está jugando bien, pues le va bien en todo”, comentó Campos acerca del tema.

**¿Y** qué piensan de esto las empresas en cuestión?

**A**mbas coinciden en que la publicidad ayuda a mantener imagen y prestigio, principalmente aseguran un incremento en sus ventas, pero .....

**“D**efinitivamente Campos debe mantener su propia imagen en cualquier cosa que haga, así él aumenta su economía y su fama y nosotros nos ayudamos con su persona para aumentar nuestras ventas, finalmente ese es el objetivo”, afirmaron en Nestlé.

**P**ues será el sereno y pese a lo comentado por los involucrados, la imagen fue, es y será el buen resultado que adquirieran dichas empresas, pues aún tienen proyectos con el portero que no pasa de moda. Sabritas tiene en vista dos comerciales o promocionales más y Nestlé lanzará otra campaña con la que esperan regalar automóviles y artículos para el hogar.

**L**as compañías ejemplificadas en este reportaje esperan tener el mismo éxito que con sus campañas publicitarias anteriores e inclusive esperan mayor éxito, pues de acuerdo al monto anterior, tienen en mente arriesgar más capital, con la confianza de que recuperarán más de lo invertido.

**S**in embargo, tal parece que Jorge no se conforma con lo que gana y como dicen por ahí, mientras más se tiene, más se quiere y aunque Campos no lo admite abiertamente, sus horizontes giran hacia el mundo de la farándula y aprovechando su frescura, su viveza y carisma, los productores de telenovelas y de cine han puesto sus ojos sobre él, ya que han caído en cuenta, que el deportista ejerce y trasmite ese imán de idolatría popular.

### el brody, actor

**T**elevisa en 1994 le propuso realizar una telenovelas al lado de quien era su novia en ese momento (Daniela Castro), incluso se comentó la posibilidad de participar en una cinta al lado de la cantante Gloria Trevi. El portero - delantero de la Selección Nacional no aceptó, pues su preocupación en ese momento era el torneo de fútbol mexicano y el mundial que se llevaría a cabo en tres años (1998).

**P**ara conocer su sentir actualmente preguntamos a Jorge Campos que piensa acerca de aparecer en cine o televisión y ha pregunta expresa contestó:

**¿**Qué te convendría más económica y profesionalmente, seguir en el fútbol, hacer promocionales o participar en cine o programas de televisión?

**“**Ha habido acercamiento, hay proyectos de telenovelas, películas y muchas cosas, pero todavía es muy difícil; faltan pocos meses para terminar el torneo de fútbol, no quiero distraerme; sería algo muy interesante, muy bonito, una experiencia buena, pero aún así tengo que esperar un tiempo.

**S**i te ofrecieran un papel protagónico en televisión o cine o quizá un papel no importante que te hiciera quedar mal ante tus seguidores, ¿lo aceptarías?

**R.** ¿Quedar en mal?, (ríe), a lo mejor lo aceptaría para adquirir otra bonita experiencia dentro del medio. No creo que quedara en mal; lo más importante es tratar de mandar un mensaje, no se trata de quedar bien o quedar mal, pero independientemente de eso yo creo que sí, que sí aceptaría.

**C**rees que el aparecer en estos medios de comunicación ¿Te ayudaría a mantener tu popularidad?

**R.** no, lo mío es el fútbol y gracias al fútbol he logrado mantenerme en el gusto de los aficionados y con mi desempeño en la cancha. Yo no dudo que la popularidad se va acabar, en cualquier momento se derrumba y hay que estar bien consciente de eso, hay que tener los pies bien puestos sobre la tierra.

**E**ntonces, ¿a qué atribuyes la popularidad que te envuelve con los aficionados, principalmente con los niños?

**R.** la verdad no sé mi forma de jugar, el ser buena onda (ríe); no, ya enserio, trato de dar lo mejor como deportista y como persona; eso le guata a la gente, siempre intentó superarme y dar lo mejor. Los niños se han identificado conmigo por mi uniforme "discreto" (ríe); me da gusto ver a tantos niños vestidos como yo, además les voy a decir algo, "si hay alguien a quién nunca le niego algo, es a un niño".

**¿A** qué atribuyes tu popularidad con el sexo femenino?, en varias ocasiones has declarado que no te consideras guapo, ¿entonces'.

- (ríe) No sé, la verdad que no sé, no podría contestar eso, mejor pregúntale a ellas (ríe).

**P**or último ¿Cuáles son tus proyectos a futuro, tienes en vista hacer cine o televisión?

**R.** quisiera tener otras experiencias, si hay películas o algo, salir un poco de lo que es el fútbol, pero sería difícil, tendría que pensarlo muy bien; lo más importante por ahora es llegar bien preparado a los próximos partidos, llegar al 100 por ciento y tratar de poner en alto al equipo (Atlante) y después buscar un lugar en el extranjero, ojalá haya esa oportunidad.

**A**unque Jorge no acepta abiertamente su interés por participar en telenovelas y películas, tampoco descarta las posibilidades de formar parte del mundo del espectáculo; lo que nos hace pensar que a Campos lo que le interesa, es aumentar su economía, en lugar de ganar fama y respeto explotando lo que él sabe hacer bien: "Fútbol".

**H**asta abril del año 2001, fecha en que se actualizaron algunos datos de dicha entrevista, este era el sentir de un jugador, que si bien es cierto, no cuenta con la fama que lo persiguió durante 11 años, no deja de ser popular entre sus seguidores, pues a la puerta del club Pumas (Torneo de Verano 2002), siempre se forman decenas de personas para conseguir un autógrafo y saludar de mano a tan controvertido futbolista.

**Y** precisamente esas personas, conforman el núcleo de satisfacciones que Jorge Campos ha tenido, por lo que forman una parte importante de su carrera deportiva, ellos la parte que día a día le brinda apoyo y de alguna manera le ha ayudado a mantenerse como un gran ídolo del deporte, por supuesto hablamos de Los Aficionados.

**T**odas aquéllas personas que se reúnen en los estadios para apoyar con su entusiasmo, gritos y porras a su equipo favorito, merecen nuestra atención y sobre todo tomar en cuenta su opinión, pues gracias al jugador número 12, los ídolos del deporte ocupan un lugar importante en nuestra sociedad.

## la afición

**P**osters, fotografías, revistas, accesorios de Campos y niños vestidos como él, son muestra de la popularidad y el carisma que el acapulqueño ejerce sobre los aficionados, pero ¿qué opina el público acerca del futbolista?, ¿realmente consumen lo que promociona Campos?, ¿por qué la aceptación, el apoyo y el fanatismo hacia el deportista en cuestión?.

**P**ara responder a estas se encuestó a niños (8 a 12 años), adolescentes (15 a 18 años) y adultos (25 a 35 años), para conocer su opinión acerca de Jorge Campos fuera y dentro de la cancha.

**R**aúl torres de 9 años comentó, "Jorge Campos es el mejor portero del mundo, aunque a veces la riega, de todas maneras es bueno para jugar fútbol y siempre se está riendo y haciendo bromas a sus compañeros, eso es lo que más me gusta. También me gustan sus uniformes de colores, se ven bonitos".

**José Antonio Vázquez**, joven de 16 años opina al respecto, "Campos es payaso por los uniformes que usa, parecen de carnaval; como portero es el mejor y por lo que se ve es buena onda, alegre; en los partidos siempre saluda y bromea con los árbitros y los jugadores del otro equipo. Lo que no me parece es que en la selección lo hacen sentir indispensable, por eso se pone sus "moños" con lo de las marcas que trae en la playera".

**"La fama que Campos ha tenido lo hace exhibirse en cada partido de fútbol, fuera de eso es muy alegre y tiene "jale"; sus uniformes no me gustan, son muy llamativos y eso hace que se pierda la seriedad en un encuentro de fútbol; se puede decir, que es un buen portero, pero no se puede compara con Marín o Zelada, aunque fueron estilos diferentes",** comentó el señor Carlos Aguilar.

**Todos coinciden en que el mejor portero es Jorge Campos; lo admiran por su buen humor y su desempeño en la cancha; sin embargo, existen diferencias en cuanto a la imagen comercializada que ejercen alguna empresas con el futbolista, en donde el objetivo principal es manipular e influir en los gustos y "gastos" de los espectadores.**

**Los niños son los principales consumidores, ya que a su edad todo les llama la atención; y dentro de lo que cabe quisieran tener parecido con su admirado jugador; es por eso que cumplen con los objetivos de la publicidad vender – consumir.**

**Por otro lado Jóvenes y adultos no están de acuerdo con tanta publicidad, sin embargo, ellos también consumen (a menor escala) los productos promocionados, ya que para complacer a sus hermanos o a sus hijos compran lo que venden estas empresas.**

**El señor Horta comentó: "Los comerciales que ha hecho Campos se deben a la fama que tiene, por eso lo buscan, para que anuncie los productos, sobre todo para los niños, en los programas de televisión; mis hijos juntan las estampas, a veces yo les compró los sobres para que las junten y les regalen una playera autografiada, pero no por eso, estoy de acuerdo con la publicidad".**

**Al respecto, Israel Quiroz expresó: "A Campos ya lo vemos hasta en la sopa, al rato van a vender "chones" con su foto; aunque se me hace buen portero, no voy a comprar fotos o su uniforme, los que si juntan eso, son mis hermanos, a ellos si les gusta todas esas payasadas".**

**La** publicidad afecta a nuestra sociedad ¿porqué?, por que el bombardeo publicitario provoca el consumo extremo y constante; aunque usted no lo crea, ni lo tome muy en cuenta, esta situación afecta nuestro bolsillo discretamente.

**A** pesar de lo mencionado, las empresas no deben olvidar que el buen momento por el que cruza Jorge Campos, no es para toda la vida, ya que puede caer ante una mala temporada futbolística, como ya se había comentado, pero si esto sucediera, que pasaría con su público. ¿Lo atacaría o lo apoyaría?; esto fue lo que contestó su afición.

**“No** por una mala racha se le va a criticar toda su carrera, además los errores que se han dado en algunos partidos no sólo son de él, porque es un trabajo de equipo, no individual. A mí me gustaría que si ya no juega fútbol saliera en un programa de televisión para verlo más tiempo o que se organizará una convivencia con él”, opinó Araceli Rivas (al rescate de su ídolo).

**P**or otro lado el señor Arturo Aviles afirmó: “Se puede apoyar a Campos aunque ya no fuera muy bueno para jugar, pero es lógico que ya no lo van a apoyar como ahora, por la simple razón de que ya no les va a dar proyección en ningún aspecto; le va a pasar lo que a muchos, con el tiempo se olvidan y acaban de entrenadores o comentaristas de radio o televisión; por mi parte, sí lo apoyaría, porque ha sido villano y héroe a la vez”.

**C**omo podemos ver, los aficionados apoyan a Campos y a su vez reconocen sus errores, pero a las empresas, con las que tiene contratos, no les importa esto y si hoy lo apoyan, mañana podrían hundirlo. La publicidad es tan fuerte que Jorge Campos debe estar consciente de lo pros y contras que ésta le brinda.

**E**n fin, no podemos negar que Jorge Campos es una persona agradable, carismática y sabe desempeñar satisfactoriamente su carrera futbolística, pero tampoco podemos negar que la publicidad que se ha utilizado por los patrocinadores del deportista para incrementar sus ventas, se ha vuelto un hecho masivo, que de alguna manera ejerce influencia y manipulación en el espectador afectando los patrones de conducta.

**H**ay que reconocer que la publicidad es como un pulpo, quien con sus numerosos tentáculos se adueña de diversos aspectos ideológicos y de los gustos individuales del ser humano.

**El fútbol es, sin lugar a dudas, uno de estos tentáculos que sin excepción atrapa a cada jugador, aficionado o bien a usted lector, pues se debe aprovechar el buen momento por el que pasa el fútbol mexicano y con el JORGE CAMPOS que actualmente (2002) vuelve a soplar su segundo aire en el Seleccionado Nacional.**

**¡Lo invitamos nuevamente a la aventura! Si usted es empresario y quiere asegurar el incremento en sus ventas, ¡NO BUSQUE MAS, TENEMOS LA SOLUCION!, "JORGE CAMPOS, SU MEJOR OPCION", aunque dicen por ahí que las segundas partes nunca fueron buenas.**



## **CONCLUSIONES**

## **CONCLUSIONES**

En el estudio realizado en esta monografía, se ha dado un bosquejo general de lo que es el reportaje y la metodología que se utiliza en el periodismo, lo cual es la base dentro de las Ciencias de Comunicación, ya que independientemente del medio que cada persona labora, es fundamental seguir los pasos y herramientas que encierra la carrera periodística.

Sin embargo, el tema que aquí nos involucra es EL REPORTAJE y la metodología para su elaboración, para lo cual, también nos basaremos en la experiencia que a través de los centros de trabajo desarrolla un egresado de Ciencias de la Comunicación, el objetivo principal es aportar a los estudiantes de dicha carrera, una metodología sencilla y práctica para la realización de este género del periodismo y que servirá como pilar para desarrollarse dentro de los medios de comunicación masiva o empresas donde sus actividades se involucren con ella.

Así pues, en el Capítulo Dos, se dieron a conocer los pasos a seguir para lograr dicho objetivo, que es: Establecer y precisar cual es la metodología recomendable para elaborar un reportaje, así como determinar una técnica precisa para realizarlo, principalmente a los estudiantes de la Comunicación que a su vez lo ejercerán dentro de los medios de comunicación colectiva.

Como pudieron observar, siempre utilizando y sustentando la información conforme a las guías que dentro de las aulas nos ofrecieron con profesionalismo nuestros profesores, enriqueciéndonos con el aprendizaje de campo durante el desarrollo personal dentro del ámbito laboral.

### **❖ ¿CÓMO SE ELABORA UN REPORTAJE?**

#### **TEMA HA DESARROLLAR**

- El inicio del reportaje está en un detalle o en un dato que nos haya impresionado y con una exposición que sea atractiva para el lector, situándolo desde el principio en el hecho del que le estamos informando.

#### **PROYECTO DEL REPORTAJE**

- Es necesario e importante que realicemos un sondeo personal, es decir, que es lo que queremos dar a conocer, para así detectar el Interés humano, que es el principal eje del reportaje.

## RECOPIACIÓN DEL MATERIAL

- Búsqueda de la información, para lo cual nos apoyaremos en todo el material que nos lleva a enriquecer y sustentar el reportaje.

## BORRADOR DEL REPORTAJE

- Pre-elaboración del reportaje, donde pueden corregir redacción, anexar o quitar datos, aquí entran Tipos de Reportaje, de Entradas, Desarrollo y Remates.

## REDACCIÓN Y DESARROLLO DEL REPORTAJE

- Redacción final del reportaje, utilizando subtítulos con los diferentes rubros que implica (informativo, cronológico, por temas, etc.).

## REMATE

- Cerrar nuestro trabajo periodístico con la misma fuerza que entramos al mismo, utilizando uno de los diferentes tipos de remate que existen.

En un reportaje se mezclan la información con las descripciones e interpretaciones que durante su investigación encontramos, a su vez aportamos datos que permiten conocer el hecho desde un punto de vista más personal.

Las descripciones de paisajes, personajes y datos relacionados con un hecho, deben ayudar a que el lector, oyente o televidente se haga una idea aproximada del tema, a través de nuestra narración; sin embargo, es importante recordar que el reportaje nos permite utilizar todos los géneros periodísticos lo que enriquece nuestro trabajo.

En el Tercer Capítulo, para fortalecer la hipótesis del presente trabajo, se realizó un reportaje con la intención de mostrar cómo se utiliza la metodología práctica, para la elaboración de este género periodístico, con lo cual los estudiantes de esta rama de las Ciencias Sociales puedan tomarla como ayuda para su desarrollo académico y profesional, ya que un reportaje puede ofrecerse tanto en periódicos y revistas, como en programas de radio, televisión o Internet.

## **FUENTES CONSULTADAS**

## FUENTES DE CONSULTA

- Alonso Martín, Ciencia del lenguaje y arte del estilo, Ed. Aguilar, Madrid, España, 1986, pág 238.
- Alvear Acevedo Carlos, Breve historia del periodismo, Ed. Jus México, México, 1982, pág 230.
- Avendaño Rojas, El reportaje moderno, FCPYS de la UNAM, México, DF., 1976, pág 228.
- Baena Paz Guillermina, Instrumentos de investigación documental, Ed. Mexicanos Unidos, México DF, 1991, pág 134.
- Benavides José Luis y Quintero Carlos, Escribir en prensa, redacción informativa e interpretativa, Ed. Alambra Mexicana, México, 1997, pág 295.
- Blanco Manuel, Periodismo y cultura, Dega Editores, México, DF., 1998, pág 197.
- Chillon Luis Albert, La literatura de fets, Barcelona, España, Ed. Liberaf, 1994, pág 55.
- De Gregorio Domenico, Metodología del periodismo, Ed. Rrialp, 1966, Madrid, España, pág 126.
- Del Río Reynaga Julio, Reflexiones sobre periodismo, medios y enseñanza de la comunicación, F.C.P. y S., UNAM, 1993, pág 284.
- Del Río Reynaga Julio, Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, Ed. Diana, México, 1992, pág 233.
- García Márquez Gabriel, Crónicas y reportajes, Ed. La Oveja Negra, Bogotá Colombia, 1982, págs. 11-123.
- Garza Mercado Ario, Manual de técnicas de investigación para estudiantes de ciencias sociales, Ed. Harla, Colegio de México, México, 1988, pág. 351.
- Gaillard Philippe, Técnicas del periodismo, Ed. ¿Qué sé? Oikos-Tau, Barcelona, España, 1992, pág. 125.
- Grijelmo Alex, El estilo del periodista, Taurus, Madrid, España, 1997, pág. 660.
- González Reyna Susana, Manual de redacción e investigación documental; Ed. Trillas, México DF, 1997, pág. 204.

- Hemeroteca Nacional de Antropología e Historia, Historia del periodismo mexicano, Tomo I, pág. 295.
- Hernández Sampieri Roberto, Metodología de la investigación, Ed. McGraw-Hill, México DF, 1998, pág. 501.
- Ibarrola Javier, El reportaje, Ed. Gernika, México, DF., 1994, pág. 170.
- Leñero Vicente y Marín Carlos, Manual de periodismo, Grijalbo, México, DF., 1986, pág. 315.
- Martín Vivaldi Gonzalo, Géneros periodísticos, Ed. Paraninfo, Madrid España, 1979, pág. 394.
- Martínez Albertos José Luis, Redacción periodística (los estilos y los géneros en la prensa escrita), Ed. A.T.E., Barcelona España, 1974, pág. 69-212.
- Martínez Albertos José Luis, Curso general de redacción periodística, Ed. Mitre, Madrid, 1983, págs. 341-357.
- Magallón González María de los Ángeles, Textos selectos, Ed. Santillana, México, DF., 1999, pág. 215.
- Mejido Manuel, El camino del reportero, Ed. Grijalbo, pág. 332.
- Méndez Asensio Luis, La condición del periodista, Ed. Pangea, UAM, México, DF., 1988, págs. 36-55.
- Rodríguez de la Puente y Villanueva López Ma. Mar, Educación Infantil en Medios de Comunicación, Ed. SEP, México, DF., 1998, pp. 156.
- Rojas Avendaño Mario, El reportaje moderno (antología), FCPyS UNAM, México DF, 1976, pág. 228.
- Roura Víctor, "El cuento de lo que fue", artículo publicado en el Financiero del 13 de septiembre de 1995, pág. 70.
- Sánchez Velasco Elena, Santos Cruz Olga y otros, El mundo del periodismo, Ed. SEP, México, DF., 1997, pág. 156.
- Simpson Mario, Reportaje, objetividad y crítica social (El presente como historia), en Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales, FCPS, México, núms. 86-87 octubre-diciembre de 1976 a enero-marzo de 1977, Año XXIII, pág. 143-151.

Ulibarri Eduardo, Idea y vida del reportaje, Trillas, México, 1994, pág. 281.

Uribe Hernán, Apuntes sobre investigación y fuentes en el reportaje, UNAM Cuadernos del CEC No. 7, México, 1983, pág. 45-53.

Velasco Valdez Miguel, Historia del periodismo mexicano, Ed. Porrúa, México, 1955, pág. 29-87.

Wolf Tom, El nuevo periodismo, Ed. Anagrama, Barcelona, España, 1984, pág. 208.

### NOTAS

Aunque las alusiones al reportaje en las más importantes obras sobre teoría, historia y técnica del periodismo son constantes, no se han escrito monografías que se puedan considerar satisfactorias. La explicación de esta falta hay que buscarla, primero, sin duda, en la adolescencia de los estudios periodísticos, marcados en general -con contadas excepciones- por el espíritu normativo y por la falta de rigor teórico e historiográfico, entre otras cosas.

La abundancia bibliográfica sobre periodismo es pródiga en alusiones a la técnica del reportaje, pero sorprendentemente faltan obras específicas de carácter teórico e histórico que puedan fomentar una reflexión sistemática y rigurosa sobre el género. (Albert Chillón, La literatura de fets, Barcelona, Liberaf, 1994).

ESTA TESIS NO SALE  
DE LA BIBLIOTECA