

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

La producción del reportaje en televisión

TESIS

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIATURA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA

MARÍA FERNANDA MONTIEL DUARTE

ASESOR

PROFESOR CARLOS CASTAÑO ASMITIA

Ciudad Universitaria, México, D.F.
Mayo de 2004



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.

autorizo a la Direccion General de Bibliotecas de la
UNAM a difundir en formato electronico e impreso el
contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Montiel Duarte

Marco Fernanda

FECHA: 29 de junio de 2004

SERIAL: [Signature]

**NO SALE
DE LA BIBLIOTECA**

A la trinidad

A los abuelos y abuelas
por la enseñanza del temazcallí

Al corazón fértil de un vientre luminoso:
ha parido siete veces
alabando a la vida
al inocente corazón de una joven mujer
hermana mujer madre mujer abuela mujer
ejemplo mujer... a tí, Elisa, de tí, por tí

Arkela, Paty, Martha, Alejandra,
Héctor y Rafa
porque vinimos del mismo ombligo
y nos amamos

A la memoria de los muertos

Al maestro, guía de los sentidos,
fuerza motivadora,
al profesor Carlos Castaño
por su vocación y disciplina

A mis amigos
compañeros del camino
Haidé Serrano, Mariela Oliva,
Odette Dithurbide, Julio Cázares,
Camelia Rojas, Jim Doney,
Carlos Castillejos

A la danza

Gracias UNAM
Gracias maestros y maestras de la vida

Gracias Tatewarí

Tesis: La producción del reportaje en televisión
Nombre: Ma. Fernanda Montiel Duarte
Asesor: Profesor Carlos Castaño
Ciudad Universitaria, mayo de 2004

ÍNDICE

Introducción.....	1
1. ¿Qué es periodismo?.....	4
1.1 Periodismo en televisión.....	10
1.1.1 Programación.....	15
1.2 Periodismo en otros medios.....	16
2. Géneros periodísticos.....	24
2.1 Periodismo informativo.....	25
2.1.1 Nota informativa.....	30
2.2 Periodismo de opinión.....	33
2.2.1 Artículo.....	34
2.2.2 Reseña.....	38
2.2.3 Entrevista.....	41
2.3 Periodismo interpretativo.....	47
2.3.1 Crónica.....	48
2.3.2 Reportaje.....	49
3. Periodismo cultural.....	52
3.1 Reportaje cultural.....	54
3.2 Producción periodística en televisión.....	56

4. Proyecto de reportaje para televisión del baño ceremonial <i>temazcalli</i>	78
4.1 Fundamentación.....	79
4.2 Objetivos.....	88
4.3 Metas.....	89
4.4 Actividades.....	89
4.5 Audiencia.....	102
4.6 Recursos humanos.....	108
4.7 Recursos materiales.....	109
4.8 Presupuestos / costos.....	112
4.9 Organización.....	114

Conclusiones.....	130
--------------------------	------------

Glosario.....	131
----------------------	------------

Bibliografía.....	136
--------------------------	------------

INTRODUCCIÓN

La producción periodística del reportaje en televisión es un trabajo sobre el vínculo práctico entre periodismo, reportaje y televisión, cuenta con un enfoque particular cuando nos referimos al aspecto cultural como un rubro que acompaña y da color al reportaje televisivo, convirtiéndolo en una propuesta para la producción periodística especializada.

La alternativa del periodismo de reportaje en televisión del rubro cultural es periodismo de difusión, una producción especial que, para su realización en los medios, requiere un proyecto fundamentado en la investigación.

Esta tesis estudia la producción del reportaje en televisión con propuestas de contenidos para la preparación, la aplicación de la disciplina periodística y la difusión, las características del guión literario y el guión técnico, aplica un formato con un guión, así como el diseño de los elementos de realización integrados en una perspectiva dinámica de todo el proceso. También alude a la disciplina *periodística, informativa y noticiosa*, marco de referencia para esta labor.

Menciono además algunos aspectos en los que surge el acontecimiento que genera la noticia y su tratamiento en los medios. Considero a los géneros periodísticos herramientas fundamentales de este enfoque, describo brevemente sus características y la distinción de sus cualidades informativas, interpretativas y de opinión. Porque acudo a ellos como parte de la columna vertebral tanto del periodismo como del reportaje.

En el primer capítulo defino, explico y comprendo al periodismo como disciplina especializada en la difusión de noticias a través de los medios de comunicación; es una habilidad, y lo observo como una oportunidad de creación artística en el empleo de técnicas propias para dar a conocer acontecimientos a través del tiempo en las diferentes sociedades.

Enuncio algunos momentos relevantes de las noticias; subrayo a la información en televisión por su audiencia masiva, entre otros aspectos; clasifico los programas y los distingo por sus contenidos periodísticos. Hago un breve acercamiento a los hechos noticiosos desde su aparición oral, en la prensa escrita, en la actividad radifónica, el cine y el periodismo vía Internet, con el fin de dar un marco teórico y referencial al contenido de este trabajo.

Durante el segundo capítulo trato a los géneros periodísticos, considero que hacen posible la redacción especializada; los veo como herramientas, instrumentos indispensables para la organización de datos a fin de obtener un resultado educativo, entretenido, divertido, testimonial y potencial registro histórico. Me parece importante señalar que el tema tiene relación con el reportaje y como género periodístico se requiere reconocer los demás utensilios que lo componen.

En el periodismo informativo la nota es el instrumento *suí generis* para el tratamiento de datos. El acontecimiento puede ser captado en un modelo de respuestas a cinco cuestionamientos: ¿qué?, ¿quién?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿dónde?, que brinda suficientes elementos para la investigación y, a su vez, genera un producto nuevo apoyado en la redacción de la nota periodística.

El periodismo de opinión comprende al artículo, la reseña y la entrevista. Cada uno tiene distintas características; sin embargo, los identifica una misma virtud: el estilo y la formulación de juicios individuales del periodista. El argumento, la explicación y las opiniones utilizadas en estos géneros son indispensables.

La crónica y el reportaje son exponentes del periodismo interpretativo. El evento narrado en el transcurrir del tiempo, la descripción, los detalles, en una lectura amena y con datos veraces, se destaca en la crónica.

El reportaje permite incidir en los hechos sociales de manera ágil y dinámica los temas de interés humano característicos y esenciales del periodismo. Este género se distingue porque le está permitido el uso de la nota, la reseña, la entrevista, el artículo (géneros periodísticos) y la crónica, narración, descripción, poesía, así como la activa participación del reportero. Por esta razón recurre a ellos.

El reportaje es un género adecuado para el tratamiento de la información cultural, su realización sugiere un proceso de investigación y conocimiento de las técnicas para su creación y trasmisión; es un útil recurso para cubrir la programación especial con alta calidad en la información y la interpretación porque la riqueza en color, en datos novedosos, en constantes sorpresas para la audiencia, hacen un programa apto para toda la familia.

El tercer capítulo dirige mi atención hacia el proyecto de *la producción periodística en televisión* con una propuesta para la difusión de programas de corte cultural que conlleva cometidos útiles, lógicos, posibles, prácticos, para afirmar y nutrir el reportaje. Señalo tareas apropiadas, propongo un guión: un principio de organización y clasificación de los datos para estructurarlos y llevar a cabo una serie televisiva referente a un tema específico de una cultura tradicional.

La viabilidad del periodismo cultural radica en la fundamentación del proyecto, el ¿para qué?, el ¿cómo?, el ¿cuándo? y ¿dónde? de los aspectos a tratar de la cultura, las bellas artes, la literatura y el caso de las tradiciones y su difusión.

El capítulo cuatro es un proyecto de producción sobre una costumbre prehispánica de la cultura náhuatl en el estado de Morelos, en la actualidad se practica en Tepoztlán, Amatlán, Santa María, Yautepec, Jiutepec, Cuautla, es un tema de tradición prehispánica: *el temazcalli, baño ancestral de purificación*, ceremonia que se efectúa con el propósito de curar, mediante la medicina tradicional, diversas enfermedades.

Debido a que hay poca información sobre algunas costumbres de nuestros antepasados es pertinente promover una serie de reportajes que expliquen los antecedentes, prácticas, beneficios y usos de este baño.

En mi familia ha sido utilizado como una costumbre en el proceso de posparto, durante la cuarentena de reposo, las mujeres son beneficiadas con tres baños cuya alta temperatura propicia el alivio y descanso; además, mediante una técnica especial se acomodan los huesos para cerrar la estructura ósea. Mi abuela llega a la capital con este conocimiento, mi bisabuela habla náhuatl. Después de parir siete veces, mi madre se baña en cada ocasión en el temazcalli adaptado a la casa, con hierbas preparadas que se compran actualmente en el mercado; mis hermanas y las mujeres de mi familia utilizan este baño como parte del proceso de curación y rehabilitación después de dar a luz.

Con la inquietud que me provoca el particular aroma de las hierbas para el baño de temazcalli (cuando nacen mis sobrinos) comienzo a indagar sobre esta tradición y me interno en las historias de mis abuelos para encontrarme con una escuela rica en el conocimiento de la tierra, el amor a la naturaleza y a la vida, al cuidado de la salud y, sobre todo, al agradecimiento profundo que existe para la creación.

Desde mi punto de vista, la tradición oral es un factor importante en la preservación de costumbres prehispánicas como el caso del temazcalli, un conocimiento de tradiciones antiguas que persiste en la actualidad como parte de la vida cotidiana en comunidades, pueblos y ciudades; al parecer, sin la comunicación verbal transmitida de generación en generación las tradiciones tienen poco valor o no se pueden conocer, de alguna forma nos enfrentan con la vida moderna, de su influencia en el actuar y sentir de la humanidad.

Este baño es considerado una ceremonia, una celebración a la *nueva vida*, al *renacimiento*, una cosmovisión indígena con una leyenda universal y cuya práctica difiere según la región geográfica: las cuatro direcciones es lo más importante; los cuatro elementos, para otros; para otros la trayectoria de la luna; y unos más lo utilizan sólo en los cambios de estación (equinoccios y solsticios); de parto, parto y/o posparto; para niños; hombres; mujeres; ancianos, abuelas; sus beneficios en la salud contribuyen a aliviar problemas del aparato respiratorio, digestivo, muscular, hormonal, neuronal, óseo, cutáneo, psicológico, emocional, sus técnicas derivan de conocimientos ancestrales para obtener la salud en niveles físicos y espirituales. Dice mi abuelo Julio, oriundo de Amatlán, que Quetzalcoatl utiliza diario y hasta dos veces al día estos baños de vapor, debido a que es visto como una medicina (milenaria) que ayuda al fortalecimiento del ser. Regresar a los orígenes para encontrarnos con el conocimiento ancestral, con nuestro árbol genealógico, es como la plática de una leyenda.

El acercamiento a la definición de periodismo nos ayuda a registrar el principio de una metodología práctica para la elaboración de reportajes en televisión que transmitan el tema del *temazcalli* de ancestral tradición; en consecuencia y durante el último capítulo explico un proyecto de producción periodística útil para la programación televisiva debido a que es un asunto dirigido a los interesados en conocer nuestra historia.

1. ¿Qué es periodismo?

El periodismo es una actividad cuyo objetivo es obtener información y colectivizarla, hacerla pública, a través de los diversos medios de comunicación: prensa, radio, cine, televisión, redes de cómputo que, sin ser los únicos medios, se diferencian por la peculiaridad de transmitir mensajes con cualidades masivas.

"Llamamos comunicación de masas a las operaciones por las cuales ciertos grupos de especialistas, utilizando procedimientos técnicos (*mass technological devices*: prensa, radio, cine, televisión) difunden ciertos contenidos simbólicos entre un público amplio, heterogéneo y geográficamente determinado".¹

Esta disciplina es partícipe de un momento social, se involucra con un acontecimiento de la comunidad, se introduce en un hecho para darlo a conocer, difunde un suceso transformado en noticia. Empieza como una necesidad social: las personas han requerido dar y recibir mensajes para acrecentar su conocimiento, perpetuar sus logros y tradiciones, en síntesis, transmitir su cultura. Para ello se vale de técnicas idóneas y emplea *la información y la noticia* que nos lleva a comprender a la comunicación misma.

Ello significa aprehender un suceso con técnica y estilo, adecuarlo a un público interesado, facilitarlo en una dimensión espacio-temporal, atribuirle cualidades legibles, cognoscibles, a través de letras, palabras, sonidos, imágenes y otros recursos que surgen de la imaginación periodística.

El periodismo es un arte por el uso de ciertas cualidades estéticas; un negocio, debido a las posibilidades industriales y empresariales que representa; una virtud, porque el perfil del periodista es único; un quehacer práctico porque el periodismo es cotidiano; es una disciplina útil y creativa; un servicio social; en la actualidad puede resultar una ciencia por el empleo de un método; una técnica por el uso de herramientas prácticas, implica, de manera intrínseca, a la investigación.

El periodismo se caracteriza por las "actividades científicas, técnicas y artísticas que se realizan con los objetivos de planear, organizar, producir y difundir, a través de distintos medios (prensa, radio, cine, televisión) la información y sus análisis periódicos del acontecer que interesan y afectan a la sociedad".²

El periodismo puede manifestarse en todos los ámbitos de la vida humana a través de los medios masivos y colectivos de comunicación, utiliza fenómenos informativos, formas de redacción, análisis y clasificación de datos, esquemas adecuados al suceso-noticia; su peculiaridad es que hace una distinción en la sociedad de los acontecimientos y los hace públicos.

¹ Martínez Albertos, José Luis. *El mensaje informativo*. Ed. Colección Libros de Comunicación Social. A.T.E. Barcelona, España, 1995, pág. 18.

² Del Río Reynaga, Julio. *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*, FCE. México, 1997, pág.16.

La actividad periodística utiliza técnicas, herramientas apropiadas para la captura de los eventos, sin éstas los sucesos no pueden ser retenidos para su difusión. Además, se basa en un principio informativo al divulgar mensajes que proporcionan a los individuos ciertos conocimientos para determinados fines.

El periodismo es información, "es el nexo entre el hecho y el hombre; entre el acontecer y el acontecimiento. Cumple una función formativa y educativa cuya trascendencia social pudiera no haber sido aún suficientemente valorada. Todos quieren servirse y disponer de los medios de información; todos quieren servirse y disponer de sus objetivos comerciales. La influencia de los medios de información es tal que pone en contacto entre sí a los seres al participarles de asuntos para los cuales hay un interés común."³

Para elaborar mensajes se utiliza la *información*, un enunciado que contiene datos, éstos son detalles específicos basados en la realidad; "en la práctica sociológica un dato es un *insumo potencial*. Insumo comunicativo conformado por indicadores y rasgos. Los indicadores son elementos verbales, icónicos o escritos, cuantificables. Son índices de cantidad que permiten ubicar un hecho o acontecimiento en tiempo, lugar y frecuencia de repetición del mismo. Los rasgos son parte descriptiva de los datos, indican la calidad antes que la cantidad de los hechos, sujetos u objetos".⁴

Un *mensaje* es un texto perceptible (visual, auditivo, oral, táctil) que contiene información o elementos informativos emitidos a través de un canal o varios y expuesto a ser procesado en la capacidad reflexiva individual.

Hoy en día se ha generalizado un término a fin de darle sentido a la mancuerna información-noticia de la que hablamos: *el mensaje informativo*. El mensaje es tanto alimento vital de los medios de comunicación y la información como columna vertebral del periodismo propiamente dicho, es decir, aquel que se acerca a un método para el logro de una indagación exacta. Aquí el periodista se convierte en un investigador, de esta manera da inicio un proceso metodológico.

El colector de datos usa ciertas técnicas o herramientas a fin de registrar la materia prima para el medio o canal. El verbo *informar* implica una serie de responsabilidades como asuntos tangenciales; lo más cercano a esta práctica es investigar.

No hay información si antes no hay garantía de investigación, obtener detalles: números, nombres, lugares, noticias, estadísticas, fechas, medidas, testimonios, hechos verdaderos, mensurables y descriptibles, pueden ser catalogados, enlistados o jerarquizados de acuerdo a un orden preestablecido. La información se caracteriza por el empleo exhaustivo de datos.

Es necesario conocer las leyes que rigen a la información y saber de la importancia que representa hacer un servicio a la comunidad por utilizar los medios que pueden o no influir en la opinión pública.

³ Fernández, Jorge. *Enseñanza de periodismo y medios de información colectiva*. Citado en: Del Río Reynaga, Julio. *Op.cit.*, pág. 14.

⁴ Gallardo Cano, Alejandro. *Propuesta de contenidos para la materia Teorías de la comunicación*. UNAM. México, 1990, pág. 120.

"Así como existe una técnica industrial para trabajar las cosas, también existe una técnica social para obrar sobre la opinión de los hombres. La particular técnica de trabajo nos permite actuar tanto sobre el proceso informativo como también llegar a entender el mecanismo de dicho proceso, es lo que Fattorello denomina *la técnica social de la información*".⁵

De hecho, como técnica social, la Información influye en quien la captura a medida que tenga la capacidad de retener más o menos datos y en la manera en cómo los utiliza en la vida cotidiana. Es inteligente hacer práctica la Información y más aún indagar, crear, o generar una nueva. Tiene la característica de ser objetiva debido a que se trata de una exposición de la realidad por ser medida y calificada. Siempre hay datos en la Información.

"Informamos los datos al darles una utilidad específica; la Información no son los datos sino lo que hacemos con ellos. Nuestro contexto social nos enseña formas más o menos comunes de usar las cosas y las relaciones; podemos decir que nuestros sentidos comunes están informados o que nuestra comunicación está informada aunque no sepamos por qué o para qué".⁶

Si se trata de una información destinada fundamentalmente a educar, es decir, su meta es didáctica o pedagógica, en *Teoría de la Información* se llama *información no contingente*. Por ejemplo: libros, manifestaciones artísticas, estudio de la opinión pública, procesos de enseñanza, agitación política.⁷ Otra posibilidad es la *información contingente o publicística* relacionada íntimamente con el periodismo. Esta información es actual, temporal y trascendente... *tiene como fin genérico la difusión de mensajes entre los grupos sociales de una comunidad*.⁸

Cuando la información no tiene como móvil principal educar, los medios de comunicación colectiva, el periodismo, *publicidad, mensajes persuasivos o relaciones públicas*⁹ son vehículos de su difusión.

En este caso nos referimos a la Información cuyas características la hacen intrínseca a la actividad periodística. Dada la magnitud de su influencia, el periodismo no podría realizarse sin información. Esta relación contribuye a fundamentar a las ciencias de la comunicación relacionadas a su vez con las ciencias sociales.

Para el investigador, buscador de datos, la principal tarea es obtener la mayor cantidad y calidad de información en todo momento. Un periodista no puede hacer caso omiso de la importancia que tienen los sucesos y estadísticas en su profesión.

⁵ Martínez Albertos. *Op. cit.*, pág. 30.

⁶ Paoli, Antonio. *Comunicación e información*, Ed. Trillas. México, 1986, pág.16.

⁷ Gallardo. *Op. cit.*, pág. 213.

⁸ Martínez Albertos. *Op. cit.*, pág. 27.

⁹ Gallardo. *Op. cit.*, pág. 213.

Estamos de acuerdo que la comunicación es distinta de la información y ésta es intrínseca al proceso comunicativo debido al intercambio de mensajes. Podemos crear diferentes formas para decir a los demás cómo se han registrado determinados hechos y describirlos, darlos a conocer en un tiempo, un espacio geográfico y un medio.

"El hombre contemporáneo se ve inmerso en una necesidad vital de conocer lo que ocurre en el mundo para obtener de este conocimiento una ventaja práctica y establecer una línea de conducta. Se exige información para fines materiales o espirituales; personales o colectivos; prácticos y realistas; concretos o bien egoístas".¹⁰

El periodismo tiene objetivos específicos de acuerdo al género, al medio tratado, a las cualidades profesionales de los medios que pueden ser: informar, opinar, explicar, interpretar, entretener, divertir, anunciar o educar, la manera de alcanzar estas metas depende de las técnicas utilizadas y el tipo de información que se difunde; las implicaciones, legisladas o no, forman parte de una ética profesional, por ejemplo en la *Teoría de responsabilidad social* la difusión es un servicio, además no debe inclinarse más que por el pluralismo y la diversidad libre de opinión.

Actualmente el periodismo existe como una profesión universitaria, académica, una enseñanza rica en conocimiento, es como un terreno fértil, una manera de especialización magisterial, doctoral y, sobre todo, práctica, con una utilidad real en el campo de trabajo, en la vida cotidiana, por ello se debe tener conciencia de la responsabilidad de la información.

Los precursores del periodismo expresan oralmente en las localidades diversos sucesos. En la antigua Roma, Julio César ordena la redacción diaria de reportes sobre las actividades del senado romano llamados *Acta Diurna* para ser leídos por los ciudadanos, una serie de tabloncillos expuestos en los muros del palacio imperial o en el foro, en los que se recogían los últimos y más importantes acontecimientos ocurridos en el Imperio.¹¹ También se usa el pregón como vehículo para divulgar las disposiciones de los señores a sus súbditos.

"La *prehistoria* del periodismo se puede ubicar en las cartas de los comerciantes de la Edad Media, documentos en los cuales relatan las noticias y hechos acaecidos en sus viajes. Estas crónicas alcanzan tal éxito que en Inglaterra, alrededor del siglo XIII, se populariza el oficio de recopilar y difundir información, la cual es vendida a las altas clases sociales".¹²

En la Edad Media surgen los mercaderes de noticias que redactan los *Avisos*, también llamados *follos a mano*, consisten en cuatro páginas manuscritas que no llevan título ni firma, con la fecha y el nombre de la ciudad, se venden en los puertos y ofrecen información del mediterráneo oriental, recogen noticias facilitadas por marineros y peregrinos, estos avisos son censurados por las autoridades de toda Europa.

¹⁰ Clause, Roger. *Sociología de la información*. Ed. CIESPAL, Ecuador, 1987, pág. 2.

¹¹ Salama, Girgis, *Nigerian journalism*. Ed McGrill. USA, 1983, pág. 142.

¹² Valenzuela, José Francisco. *Historia del periodismo*. En: www.saladeprensa.com

También los *juglares*, peregrinos que van de posada en posada dan información verbal de todo lo que ocurre, son pioneros del periodismo. Después nacen las *Efemérides*, la primera forma de hacer prensa escrita incluyendo todo lo ocurrido en un año. Posteriormente salen las *hojas volantes* meramente noticiosas.¹³

Los trovadores cantan todo tipo de acontecimientos. *El cantar*, trasmisor de hechos importantes, como la información sobre guerras o noticias sobre *Las Cruzadas* llega a determinado auditorio a través de estos singulares artistas. En torno de los puertos existen *the price-currents* con información sobre precios de las mercancías en el mercado internacional, los horarios de los barcos, itinerarios o intercambios de productos.

"Las civilizaciones se desarrollan con la escritura y es el tránsito de la comunicación oral a la palabra escrita lo que desarrolla una civilización. Pero hasta la invención de la imprenta, la cultura de toda sociedad se fundamenta principalmente en la *transmisión oral*. Hasta que los textos escritos son reproducidos a mano por amanuenses, no se podrá hablar aún del *hombre que lee*. Leer y tener algo que leer fue hasta finales del siglo XV un privilegio de poquísimos doctos".¹⁴

Antes del desarrollo de la imprenta en el siglo XV, las vías de transporte son limitadas, los informadores anuncian a la comunidad diversos hechos de manera oral, pictórica, mímica o dramática, por esta razón, viajan distancias asombrosas con la consecuente inversión de tiempo para dar a conocer los mensajes.

"El *homo sapiens* que multiplica el propio saber es el llamado hombre de Gutenberg. La Biblia impresa por Gutenberg entre 1452 y 1455 tuvo un tiraje (hoy risible para nosotros) de 200 copias. Pero aquellas 200 copias se podían reimprimir. Se había producido el salto tecnológico. Así pues es con Gutenberg con quien la transmisión escrita de la cultura se convierte en algo potencialmente accesible para todos".¹⁵

El periodismo comienza a tener un sentido masivo, popular, de una difusión que puede registrarse, guardarse, leerse cuantas veces sea necesario y adaptarse a las condiciones sociales requeridas. Aparecen nuevas publicaciones periódicas: *los ocasionales* que informan sobre hechos excepcionales, los más famosos son los de Cristóbal Colón, con el descubrimiento de América; pronto los publican los gobiernos y los usan como medio de propaganda; tienen formato de libro y portada ilustrada. También se publican *las relaciones* que informan sobre los sucesos más relevantes en Europa.¹⁶

¹³ Saez, Anabel. *Historia del periodismo*. En: www.saladeprensa.com

¹⁴ Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Ed. Taurus. España, 2001, pág. 25.

¹⁵ Idem.

¹⁶ Bernabeu Morón, Natalia. *Breve historia del periodismo en México*. En: www.saladeprensa.com

En el siglo XVI aparece un nuevo tipo de Información con *los canards*, de corte popular con temas sensacionalistas, espectaculares y religiosos. Hacia principios de este siglo, el periodismo es utilizado en la práctica como propaganda política y comercial, mediante la aparición de *la gaceta*. *Los almanques y pronósticos* surgen en el siglo XVII, "son libritos de aspecto inofensivo, adornados con imágenes que se distribuían a millares por los pueblos y ciudades: ofrecían, bajo el pretexto de informar sobre el tiempo, los más variados contenidos: datos sobre los cambios de la luna, pensamientos, formas de conducta, oficios".¹⁷

En el siglo XVIII el 80% de la población en nuestro país se clasifica como analfabeta, los lectores de periódicos son una minoría ilustrada de nobles y clérigos, miembros de la burocracia real, oficiales del ejército y algunos sectores de la clase media como médicos, abogados, profesores y comerciantes. Esta situación muestra al periodismo como una actividad elitista aun con sus beneficios masivos.

El progreso de la reproducción impresa es lento pero constante y culmina -entre los siglos XVIII y XIX- con la llegada del periódico impreso todos los días, *el diario*.¹⁸

Después de la Revolución Francesa hay en Europa una reacción conservadora y con tintes de absolutismo por lo que el periodismo liberal tiene que dirigir sus esfuerzos a luchar contra ello. Las publicaciones de clara tendencia política defienden la libertad y ejercen una importante labor en las revoluciones liberales de 1830 y 1848, son creadoras de opinión pública y fomento de las instituciones democráticas. Con el triunfo del liberalismo, todos los países occidentales reconocen, hacia 1881, la libertad de expresión y dictan leyes de prensa.¹⁹

Durante la Primera Gran Guerra el periodismo colabora con el ejército y difunde entre la población sucesos falsos de historias heroicas, con el fin de mantener el entusiasmo de la retaguardia y fomentar el odio entre los contrincantes. Los europeos descubren el engaño al terminar la guerra y los lectores, concientes de que han sido manipulados pierden la confianza en los medios escritos.

A mediados del siglo XIX surgen las agencias de noticias y publicidad. Las vías ferroviarias favorecen la difusión periodística; el telégrafo es usado por las agencias de noticias para dar a conocer la información. Así nace un periodismo con mensajes claros, precisos y objetivos.

En las postrimerías de este siglo, el periodismo introdujo innovaciones técnicas al mejorar los métodos para la recopilación de noticias y los sistemas de distribución, para tal efecto contribuyen la mecanización de la imprenta, las mejoras en la fabricación de papel y la tinta, los adelantos en los sistemas de comunicación como la extensión del ferrocarril.

¹⁷ ídem.

¹⁸ Sartori. *Op. cit.*, pág. 25.

¹⁹ Bernabeu. *Op. cit.*, pág. 46.

De esta manera, el periodismo empieza a ser parte de la vida cotidiana en todos los pueblos y ciudades del mundo.

Durante el siglo XIX se diferencian dos bloques de medios Informativos: *la prensa política*, utiliza a los medios para difundir cierta ideología y *la prensa informativa*, cuyo objetivo inmediato es el beneficio económico.

Después de la expansión de la Imprenta el periodismo se convierte en una actividad propia de la prensa y empieza a manifestarse en los diferentes medios de comunicación, pero hasta el siglo XX comienza a sentar bases como disciplina metódica, objetiva, analizada y discutida en aulas universitarias.

A partir de entonces, editores y publicistas interesados en la cultura impulsan el nacimiento de nuevos medios impresos. El quehacer periodístico en la sociedad comienza a surgir en otros medios que se han inventado hasta nuestros días y que le han dado al periodismo una modernidad que fluye con el siglo XXI.

1.1 Periodismo en televisión

La Primera Gran Guerra proporciona altos índices de material de difusión a tal grado que el periodismo entonces recibe un fuerte impulso, tanto en las transmisiones de radio como televisivas. Con las primeras imágenes llevadas a la pequeña pantalla hacia 1928 comienza un nuevo camino en la historia de la humanidad; con el tiempo la televisión se ha convertido en uno de los medios más populares en el mundo, además de la radio.

La expansión de la emisión televisiva a partir de la Segunda Guerra es notoria. Antes del tercer Reich, hay bases experimentales en Estados Unidos, Reino Unido, Francia, Alemania y Rusia. Pocos años después de la guerra, una vez aprovechados los avances tecnológicos derivados de la conflagración, el número de receptores en el mundo se aproxima a 200 mil en 1940. Los alemanes son los primeros en incluir comerciales limitados en número y tiempo por día; además realizan un sistema de color (*PAL*) adoptado después por varios países de Europa Occidental.

A finales de 1940 ocurre un cambio significativo cuando se adoptan nuevos sistemas de televisión electrónica que dan nueva forma al periodismo con la aparición de las noticias instantáneas, es decir, transmitidas *en directo* desde el lugar de los acontecimientos. La batalla de Pearl Harbor a principios de los cuarenta es piedra angular en la emisión informativa para TV, de tal forma que al final de este decenio los noticieros televisivos forman parte de las programaciones cotidianas.

"La principal característica de la televisión es la inmediatez, que choca sin embargo con la necesidad de disponer de un tiempo determinado para completar una información televisiva."²⁰

²⁰ www.saladeprensa.com Texto de Oliva, Lúcia, et al. *Las noticias en televisión*.

"Cuando comienza la televisión comercial en 1946 se vive el problema de determinar la manera en que deben transmitirse las noticias. Pronto se advierte que la televisión debe hacer algo más que apuntar la cámara a un reportero que se encuentra ante un micrófono leyendo unas hojas escritas a máquina. Se debe presentar material visual, pero no es posible televisar todos los acontecimientos importantes de las noticias. La solución consiste en usar películas y fotografías fijas. Se ponen a prueba diapositivas, mapas, gráficas, diagramas y otros materiales gráficos. Desde entonces las agencias de noticias, las cadenas de televisión y las grandes estaciones han perfeccionado la técnica de los noticiarios a tal grado que es posible llevar al espectador al escenario de la gran noticia, a veces cuando apenas da inicio".²¹

Antes de la década de los cincuenta la emisión de noticias televisivas evoluciona con lentitud; la televisión entonces adapta programas de radio. De alguna manera la buena relación entre la banda sonora y el iconoscopio contribuye a legitimar el periodismo televisivo. Esta relación tiene implicaciones notorias en los procesos de producción. Las noticias difundidas vía radifónica ahora cuentan con imágenes reproducidas en los hogares. Este impacto social da al periodismo la oportunidad de ubicarse en una realidad inmediata, verosímil y real.

"Durante la guerra de Corea (1950) los noticiarios muestran su utilidad. Llevan a los hogares aspectos del conflicto. Las calles de Seúl se convierten en algo real para el mundo. Los rostros de hombres, mujeres y niños pueden verse en toda su lacerante desesperanza. Las cámaras de televisión van al frente y captan imágenes de violencia y destrucción en los combates".²²

La utilidad de los noticiarios televisivos no radica precisamente en reflejar aspectos bélicos, ésta se determina porque proporciona a la sociedad información a distancia de sucesos trascendentes, importantes y de interés general. Mientras que la guerra continúa, los programas de noticias por radio aumentan 30% y en televisión 70%.²³

Diversos países interesados en superarse a través del área de la comunicación empiezan una carrera por acaparar espacios; así, innovan para ir paulatinamente hacia un adelanto televisivo.

"Las noticias en televisión son para todo público, las ve gente de todas las clases sociales, de diferente formación intelectual y de distinta ideología, por ello es importante que el espectador tenga acceso directo a la noticia, esto significa que se debe procurar incluir en la información televisiva declaraciones de los protagonistas de los sucesos, el sonido ambiente"²⁴ y, sobre todo, claridad, coherencia, precisión, veracidad, datos.

²¹ Mandel, Siegfried. *Periodismo moderno*. Ed. Letras. México, 1994, pág. 181.

²² CBS News. *Técnicas de las noticias por televisión*. Ed. Trillas. México, 1985, pág. 19.

²³ Ídem.

²⁴ www.saladeprensa.com Texto de Oliva, Llúcia, et al. *Las noticias en televisión*.

El Impacto político de la televisión se manifiesta en diversas partes del mundo. En la transformación soviética y en China comunista, la televisión es vista como un instrumento del gobierno (pacificar a la población, por ejemplo) para exponer su ideología; hay quien afirma que el movimiento estudiantil de los sesenta es facilitado por ella debido a que comunica la presencia de los estudiantes de un país a otro con una urgencia que otro medio no posee.²⁵

La televisión funciona como una especie de muleta personal de múltiples y variados regímenes; en la España franquista, el Portugal de Salazar, el Egipto de Nasser, la Quinta República de De Gaulle, tiene fuerza crítica. En la República Sudafricana donde apenas se enteran de la era de la TV y su trascendencia, llega a ser poderosa arma de propaganda para el partido en el poder.

La televisión en nuestro país da inicio como un proceso experimental, con tintes académicos, didácticos y científicos.

La televisión con sistema de circuito cerrado llega a manos de Guillermo González Camarena, un estudiante de escasos 17 años del Instituto Politécnico Nacional, quien trabaja en un laboratorio instalado en una radiodifusora (XEFO) Durante varios años el ingeniero del Politécnico experimenta con el equipo que él mismo construye desde 1934. En 1939, cuando la televisión en blanco y negro funciona en otros países, González Camarena impacta al mundo al inventar la televisión con color gracias a su sistema *trícromático secuencial de campos* que obtiene la patente en 1940. Este sistema de televisión a color se empieza a usar con fines científicos. En 1951 transmite lecciones de anatomía desde la Escuela Nacional de Medicina. La primera transmisión en blanco y negro se lleva a cabo el 14 de agosto de 1946.²⁶

La televisión se instala en México a lo largo de la década de los cincuenta y al iniciar el sexenio lopezportillista, la TV estatal está formada por dos cadenas de carácter nacional: *Canal 13* y su red de repetidoras para las zonas urbanas del país y la red de lo que entonces se llama *Televisión Cultural de México (TCM)* para las áreas rurales.

"Quizá el gobierno mexicano sea el más sensato en cuanto a determinar el uso de la televisión al decretar una específica legislación que da derecho al 12.5% de la totalidad del tiempo televisivo justificando su política con las masas".²⁷

El incipiente periodismo comienza a estudiarse con una actitud de manipulación más que de información. El gobierno mexicano se percata de la influencia social de las programaciones y estipula una normatividad a fin de regular los mensajes televisivos.

²⁵ Coppa, Frank, *Screen and society. The impact of TV upon aspects of contemporary civilization*, Ed. Frank Coppa USA, 1979, pág. 22.

²⁶ www.camaranacionalderadioytelevisión.com

²⁷ Coppa, Frank. *Op. cit.*, pág. 19.

"Mediante un acuerdo presidencial con la secretaría de Hacienda y Crédito Público (julio de 1969) se establece el sistema de pago de Impuestos, primero a las radiodifusoras y después a los canales de TV, denominando al 12.5% tiempo fiscal, el tiempo de trasmisión concedido para el estado. Durante el régimen de López Portillo, la televisión de estado vive un caos administrativo, cuyo más fiel reflejo se manifiesta en un permanente cambio de directores de canal. Transformado en botín político de diversos grupos y bajo el muy especial estilo de dirigencia que predomina en la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), el proyecto de televisión estatal alcanza niveles extremos de desgaste, al tiempo que el monopolio de la televisión privada consolida su posición".²⁸

Las transmisiones televisivas vía satélite para uso nacional comienzan en 1981 y desde 1982 México cuenta con su propio sistema de comunicación satelital.

"Días después de asumir la presidencia Miguel de la Madrid, el Congreso aprueba la adición al artículo 28 de la Constitución Política Mexicana: se declara a la comunicación vía satélite función exclusiva del estado. Desde entonces no se menciona más al *Ihuicahua (señor de los cielos)* nombre original del sistema satelital y en marzo de 1983 el proyecto adquiere otro nombre: *Morelos*".²⁹

"Desde 1985 han operado dos satélites nacionales de comunicación llamados *Morelos I y II*. En 1992 y 1993 se pusieron en órbita otros dos satélites: *Solidaridad I y II*, en ellos se utiliza la tecnología más avanzada en transmisiones radiofónicas y televisivas, principalmente, con capacidad para ofrecer servicios de telecomunicaciones a todo el territorio nacional y a más de 23 países del continente americano".³⁰

Esta riqueza en la comunicación y la transmisión de diversa información ayudan al periodismo televisivo a consolidarse en la vida cotidiana. De hecho, la televisión da inicio a un proceso de difusión en todos los ámbitos de la vida humana; se trata entonces de una relación estrecha entre el individuo-telespectador y la sociedad-informadora.

²⁸ Arredondo Ramírez, Pablo. *Comunicación social, poder y democracia en México*. Ed. Universidad Autónoma de Guadalajara. Centro de estudios de la información y la comunicación. México, 1987, pág.181.

²⁹ Fernández Christlieb, Fátima. *Sistemas satelitales*. En: *Comunicación y cultura en América Latina No. 13*. Revista Cuatrimestral. Ed. UAM. México, marzo de 1985, pág. 18.

³⁰ www.camaranacionalderadioytelevisión.com

"La televisión contribuye a crear nuevos rituales cotidianos, en el sentido de que muchos patrones de relación de la audiencia con la televisión pueden ser considerados como *rituales* en cuanto manifestaciones de *reglas* microsociales (familiares) y macrosociales (culturales). Como consecuencia del poder cultural de la televisión, la actividad regular, repetida, puede alcanzar un nivel casi ceremonial. En algunos hogares puede suceder que ver determinado programa constituya un ritual en el que participa la familia (o una parte de ella) y que trata de preservarse de otras actividades diarias, alterando, si es necesario determinados horarios".³¹

Hoy en día la programación televisiva en nuestro país es decadente, comercial y poco crítica. La pequeña pantalla se empobrece día a día con las telenovelas, televentas (*telemarketing*), la nueva generación de programas para discutir problemas familiares (*paneles o talk shows*), violentas caricaturas, adivinadores y supuestos astrólogos que advierten a usted sobre su pasado, presente y futuro; en fin, pareciera ser una falta de respeto a un público necesitado de información, educación y ciencia. A pesar de la alta tecnología en los sistemas de comunicación, la televisión y sus contenidos han disminuido su responsabilidad informativa.

"Lamentamos el hecho de que la televisión estimule la violencia y también de que informe poco y mal o bien de que sea culturalmente regresiva (como ha escrito Habermas)".³²

Aunado a esta situación, me llaman la atención los recientes estudios de los informativos para televisión. "Hay que tener en cuenta que las noticias televisivas producen un efecto transitorio en la memoria: es cierto que dejan un rastro de estímulos visuales y auditivos, pero son tan numerosos, rápidos y variados que cuando el informativo ha terminado la mayoría del público ya no recuerda ni la mitad de lo que ha visto y oído".³³

James Carey sostiene que las comunicaciones masivas tienen un papel relevante en la creación de nuevos rituales cotidianos. Asegura que la *consideración ritual* de la comunicación no se orienta a la extensión de un mensaje en el espacio, sino al mantenimiento de la sociedad en el tiempo, a compartir cierta visión del mundo. Para Nordenstreg ver televisión constituye un ritual familiar, cuando comprueba que los noticiarios tienen una audiencia del 80% en Finlandia, estudia la comprensión de estos programas en los espectadores y descubre que apenas se acordaban del contenido de los informativos y la impresión general del público era de que *nada especial había ocurrido*. Por ello concluye que ver las noticias en televisión constituye un ritual, una forma de dividir el tiempo diario, una costumbre que contribuye a mantener un sentimiento de seguridad en el público.³⁴

³¹ Garmendia Larrañaga, Maialen. *¿Por qué ven televisión las mujeres? Televisión y vida cotidiana*. Ed. Universidad del País Vasco. Bilbao, 1998, pág. 20.

³² Sartori. *Op. cit.*, pág. 11.

³³ www.saladeprensa.com Texto de Oliva, Llúcia, et al. *Las noticias en televisión*.

³⁴ Garmendia. *Op. cit.*, pág. 21.

"Evidentemente este es un aspecto importante pero, al mismo tiempo, no se puede obviar el impacto paralelo que tiene la televisión en la *canalización periodística de la realidad* y en la cultura popular".³⁵ La televisión es un medio masivo que continúa multiplicándose alrededor del planeta.

1.1.1 Programación

Desde un punto de vista práctico es importante revisar en breve la programación televisiva, distingo en este apartado programas destinados a la difusión del periodismo.

Noticiero. Se caracteriza por la transmisión de noticias, utiliza todos los géneros del periodismo y da color con el cromakey y otras tecnologías que facilitan la continuidad: locutor a cuadro, viñetas, imágenes en directo y de archivo. Es un programa destinado a informar sobre acontecimientos cotidianos de la localidad y el mundo.

Documental. Podemos considerar este género como un registro histórico de la realidad con calidad en la realización; en general, son programas pregrabados, con un guión especializado. Cuentan con una investigación metódica, en general, son programas únicos.

Reportaje. Este género, del que abundamos con anterioridad, puede ser un programa independiente con un formato novedoso, creativo o tradicional. El potencial del reportaje en televisión radica en los elementos para la producción, satisface los requerimientos técnicos de un guión y utiliza los otros géneros del periodismo para dar a conocer la realidad de manera amena, dinámica y con iniciativa.

Entrevista. Los programas de entrevista dan información sobre un contexto, una personalidad, una situación, el porqué charlar con el (la) entrevistada (o); la entrevista proporciona datos del arte, la cultura, de una época, del pensamiento de un líder de opinión,

Mesa redonda. Es una metodología para recopilar datos sobre un tema; en la mesa redonda se describen testimonios, anécdotas, opiniones, a fin de informar sobre un acontecimiento de relevancia. Puede ser un programa en directo o diferido en el que participan más de dos personalidades especialistas, además del conductor o periodista que guía y da coherencia al contenido.

Panel. Cuando se trata de un programa serio, documentado, con expertos, con opiniones de doctos en el tema a tratar, se puede conducir la conversación hacia la veracidad de datos que ayuden al auditorio a formarse su propio criterio sobre el tema expuesto. Además de enterarse de otras problemáticas actuales.

Miscelánea. Cuando se analiza como un género periodístico debe contener información veraz, oportuna y fidedigna, su formato utiliza varios programas independientes pero con relación en torno de la información.

³⁵ Ídem.

1.2 Periodismo en otros medios

La radio surge a principios de los años veinte, su presencia en el período bélico y posbélico representa un factor de cambio. Este nuevo sistema viene a revolucionar al periodismo y la comunicación porque es la primera vez que los acontecimientos se difunden de manera social a través de un transistor a larga distancia que entrega mensajes en los hogares.

En un principio significa la posibilidad de pedir auxilio o darlo, así como intercambiar mensajes de un punto a otro. La radiodifusión terrestre, naval o aérea se adapta a las necesidades de comunicación a distancia.

En otoño de 1919, la compañía *General Electric* instala la *Corporación de radio en América (RCA-Victor)* que absorbe a la compañía telegráfica *Marconi* y después se constituye como una de las empresas más poderosas del globo.

No obstante, antes de existir un periodismo radiofónico hay una radio comercial desde su presentación en las esferas sociales a principio de la década de los veinte. A partir de entonces da inicio el audio casero por excelencia con programas artísticos, musicales, teatrales, de entretenimiento o informativos.

"Los orígenes de la radio comercial en México, de la década de los 20 hasta los 40, desata la creatividad de músicos, artistas, declamadores, productores, disqueros, locutores del *buen decir* que promueven una cultura nacional media, válida para todo el territorio mexicano y buena parte del continente. Así, Guty Cárdenas, Agustín Ramírez, Lorenzo Barcelata o Pepe Guízar dejan de ser sólo yucatecos, guerrerenses, tamaulipecos o tapatíos, y ellos y su música se convierten en folklore nacional. Gabllondo Soler y Manuel Bernal se convierten en leyendas para la infancia, independientemente del lugar o grupo donde estén. Agustín Lara, en el proceso, trasciende sus antecedentes de pianista en burdeles para convertirse en músico romántico para la clase media".³⁶

A partir de los años 40, comprobada la sensibilidad melodramática no sólo en México sino en todo el continente a través del auge de la industria cinematográfica mexicana, la radio como mecanismo de competencia y en sintonía con las audiencias más maduras y más ciertas en las historias reconocibles descubre un capital nuevo: el de los guionistas de radionovelas, efectistas de sonido, musicalizadores, actores radiofónicos que se traducen en bienes radiofónicos diferentes.

³⁶ www.lazarillo.com/latina Texto de Aguiar Paz, et al. *Apuntes para el estudio de la radio informativa en México*. Programa doctoral en ciencias de la información. Universidad Autónoma de Yucatán. Mérida, México, 1998.

Coexisten, en consecuencia, los formatos musicales -como los conciertos en vivo, la hora de los aficionados, la hora azul de Agustín Lara, etc.- con los dramatizados como las radionovelas, diálogos y cortos. De los años 60 a principios de los 80, la radio mexicana fue entrando en un "impasse" derivado por la fuerza de la televisión y la falta de proyectos para reconvertir su programación y su función social. Los jugadores del campo, expertos en musicalización y guionismo, representación, tienen que dedicarse a otras actividades como el doblaje de películas o a la elaboración de boletines oficiales del estado. Luis de Llano Palmer dice que "la radio y la televisión fueron perdiendo la magia de sus inicios, cuando las agencias de publicidad únicamente se dedicaron a colocar anuncios" y las emisoras a programar canciones.³⁷

En este sentido, la sociedad escucha diversas producciones que permiten estimular la imaginación mediante guiones cuya característica es el empleo de efectos especiales realizados en cabina. La radio se presenta como una nueva forma de promoción mercantil. Música, discursos, noticias, lecturas de obras literarias, representaciones, efectos especiales, la información y la opinión, son el soporte de los inicios radifónicos.

"Algunos de los noticieros en la década de los veinte e inclusive en la de 1930 se leen directamente de los periódicos. Los directores de las estaciones de radio entregan diarios a los anunciadores que dicen noticias por el micrófono. También se transmiten los reportajes a control remoto de acontecimientos especiales, como convenciones políticas, elecciones, crímenes, desastres y deportes. Los auditorios son reducidos y especializados y muchos de los programas de noticias no tienen patrocinador debido a que otro tipo de programas atraen a más oyentes. Pero no es costoso producir noticieros y contribuyen a ocupar las horas requeridas de programas de servicio público".³⁸

Cuando los nazis toman el poder en 1934 acuden a una estación de radio y dan su particular versión de los hechos, utilizando la propaganda a su favor.

Hacia 1938 aparece uno de los primeros ejemplos de la estructura informativa del guión: la adaptación de la novela de H.G. Wells, *La guerra de los mundos* realizada por el joven Orson Welles sobre la llegada de extraterrestres a la tierra, provoca que miles de radioescuchas se aterroricen y cunda, irremediablemente, el pánico.

"El mensaje de abdicación del rey Eduardo VII (se transmite en directo, control remoto por onda corta), la crisis de Múnich de 1938 y el estallido de la guerra en 1939 dan a los periodistas una gran oportunidad. La radio mexicana encabezada por la XEW difunde programas musicales, radionovelas y algo de información".³⁹

³⁷ Mandel, Siegfried. *Op. cit.*, pág. 178.

³⁸ Ídem.

³⁹ Romo Gil, Ma. Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. Ed. Diana. México, 1989, pág. 38.

Durante la Segunda Gran Guerra los medios de Información (prensa y radio) tienen fines propagandísticos, usan técnicas, fórmulas y trucos de persuasión. Entre ambas grandes guerras surge el totalitarismo en distintos países de occidente (nazismo alemán, fascismo italiano, comunismo ruso) y se establecen entonces dos modelos de información diferentes: el de estos estados totalitarios que hicieron de la propaganda uno de los medios fundamentales de su organización y control de sistemas informativos en radio, libros, arte, educación, sometidos a los fines del partido en el poder; y por otra parte, el modelo liberal que reconoce la libertad de expresión, como en Inglaterra.

"Los críticos de los noticieros de radio dicen que cuando termine la Segunda Guerra, el público no se interesa en la transmisión de noticias. Sin embargo, la gente sigue oyendo los noticieros. Durante la guerra hay analizadores y comentaristas que interpretan las noticias en la radio. Continúan estos programas y a ellos se agregan otros, como las discusiones informales de mesa redonda en las que participan personalidades competentes, entrevistas con personajes famosos, debates sobre temas discutibles y reportajes documentales".⁴⁰

De 1940 a 1970 se vive una etapa de expansión económica que repercute en el desarrollo del sector informativo. Las naciones defienden la libertad de expresión y, al mismo tiempo, establecen normas de control en los medios. El negocio informativo crece y las empresas de información aumentan su poder. Esto favorece la concentración de los medios a pesar del control de los estados que promulgan leyes antimonopolio.

A medida que avanza el siglo, evoluciona el periodismo en radio, los noticieros radifónicos encuentran popularidad y aceptación en los escuchas, día a día se promueve la calidad informativa y la fugacidad de las ondas es transmitida en cadenas que llegan a todos los rincones del planeta.

Por su parte, "el cine se vuelve periodismo en lo que llamamos, en forma un tanto indefinida, película no teatral. En las primeras películas del siglo XX, aparecían acontecimientos y personajes reales y por eso fueron los precursores de los noticieros modernos".⁴¹

Podemos ubicar los orígenes del periodismo cinematográfico con la labor del cineasta ruso Dziga Vertov y *el cine-ojo*. Con una cámara capta los aspectos de la realidad, a veces cruda, fría, como es, sin embellecer el cuadro, lo que proporciona a la cinematografía los primeros pasos de las posibilidades periodísticas en cuanto a edición, montaje, claridad y una visualización estética del encuadre.

⁴⁰ Mandel. *Op. cit.*, pág. 180.

⁴¹ www.saladeprensa.com Texto de Fraser, Bond. *Introducción al periodismo*.

El cine-ojo es una teoría y método de trabajo desarrollado en 1923 por el soviético Dziga Vertov quien desde una óptica marxista, pretende un tipo de cine sin actores, sin interpretación, en el que la función del montaje y la espontaneidad de las tomas contribuyen a una reorganización ideológica del mundo tal como es. Esta práctica se nutre de los acontecimientos que conmocionaron al arte moderno a principios de siglo. Futuristas, dadaístas, escritores y pintores utilizan elementos que no han sido creados por ellos con métodos estéticos innovadores como el collage, objetos diversos agrupados, fotomontajes. Representantes de esta tendencia son, entre otros, Duchamp y Rodtchenko.⁴²

El trabajo de Vertov, quien en 1916 construye un laboratorio del oído, le permite investigar sobre el montaje de ruidos. Esto le sirve para añadir al cine-ojo en el momento de la aparición del cine sonoro, lo que él llama la radio-oreja. La revolución de octubre y su labor a partir de 1918 como redactor de *Kino Nedelja (Cine-Semana)* primer semanario soviético de noticias filmadas, proporciona al cineasta la base ideológica de su teoría. La teoría se estructura sistemáticamente en una serie de ideas formales sobre el cine-ojo durante los años 1922 y 1923. Vertov expresa sus teorías en varios números de su revista *Kino Pravda (Cine-Verdad)* que se traduce como *cine-periódico*.

En junio de 1923 se publica el manifiesto del cine-ojo (*Kinoks-Revolución*) Vertov se opone al cine narrativo, a los actores y al tratamiento (considerado como perezoso) de los noticiarios filmados. Preconiza una reorganización del mundo visible gracias al montaje. El cine-ojo, es un ojo más que un cineasta, un veo más que pienso, un ojo armado (la cámara ve mejor que el ojo humano). El montaje se encuentra presente en todas las fases de la construcción de la película, antes y después del período de observación, durante las tomas, hasta llegar al montaje final.

La técnica de montaje aplicada por Vertov concierne a los planos, al movimiento entre imágenes, a las transiciones entre impulsos visuales, a todo lo que él llama *montaje de los intervalos*. Los acontecimientos no se retocan ni preparan, quedan aprisionados de una forma que evita toda trampa y engaño acerca del mundo real. La vida *aprehendida de Improviso* permite comprenderla sin distorsiones. Hay que procurar que el *ojo armado*, capaz de captar datos imperceptibles al órgano visual, pase tan desapercibido como el humano.

En sus dos últimas películas personales, *Tres cantos a Lenin y Canción de cuna (Kolybel'naja, 1937)*, Vertov se orienta hacia el documental poético, género floreciente en Europa en aquel momento. Las teorías del cine-ojo, al margen de la influencia inmediata que pudieran tener sobre cineastas como Ruttmann, Jean Vigo, Stork, Ivens, Grierson, son retomadas y sistematizadas por los seguidores del cine directo de los años sesenta: los canadienses del *Candid Eye*, el inglés Stephen Leacock, los americanos David Mayles, Albert Maysles, Don Alan Pennebaker, los franceses Jean Rouch, Chris Marker".⁴³

⁴² <http://thanitart.com/dzigavertov/>

⁴³ <http://thanitart.com/dzigavertov/>

Dziga Vertov, consciente de la influencia de las imágenes en el individuo, se enfrenta a una realidad y encuentra los primeros indicios del periodismo cinematográfico.

El documental cinematográfico forma parte del periodismo audiovisual. Este género de cine encuentra aceptación en la gran pantalla como una forma de expresión, sobre todo en ese momento bélico. Desde la década de los cincuenta el tema en todos los medios de comunicación es la guerra. Los documentos visuales llenan las pantallas de información que constata lo veraz en los campos de batalla.

"La película documental, para atraer, parte del supuesto de que los hechos pueden ser tan interesantes y tan pictóricos como lo imaginado. El perfeccionamiento de este tipo de película en los últimos años ha hecho historia, tanto cinematográfica como educativa. Actualmente, la película documental se exhibe mucho en escuelas, colegios superiores e iglesias y ha llegado a ser aceptada como medio de comunicación nacional e internacional de ideas. Semejante a la documental, porque utiliza la misma técnica, es la película de propósito especial, es una película que encierra un mensaje. La emplean con fines de propaganda en iglesias y grupos religiosos, los hospitales y las instituciones caritativas, los fabricantes, las empresas comerciales, grandes y pequeñas, los ferrocarriles y algunos movimientos sociales".⁴⁴

Hacia los sesenta, la actividad periodística en las salas cinematográficas se manifiesta en los noticieros de la gran pantalla antes de las proyecciones fílmicas. Sus temas son de propaganda y alguna información sobre acontecimientos relevantes en el ámbito nacional e internacional.

Podemos constatar en las mismas salas de exhibición comercial y, en muchas ocasiones privadas y culturales, que el periodismo cinematográfico ha tenido poca popularidad; hoy en día, el noticiero ha sido descartado de las salas comerciales, los anuncios publicitarios tienen un tiempo considerado en las proyecciones; en general, diez o quince minutos de anuncios son transmitidos antes de la función de cine.

De hecho, las noticias han quedado delegadas a otros medios masivos, como en la prensa escrita, el radio, la televisión y ahora la *cibernoticia*.

El periodismo en Internet da inicio en las salas de redacción en los periódicos de todo el mundo. Los diarios incluyen páginas web para los informativos. Hay prensa, radio, televisión y cine en Internet, es posible tener acceso a cualquier estación radifónica, ver un canal de televisión, una proyección fílmica de cualquier parte del mundo a través de una computadora.

⁴⁴ www.saladeprensa.com Texto de Fraser, Bond. *Introducción al periodismo*.

"En la actividad periodística, el primer contacto con una computadora es escribir con ellas. Han sido el sustituto de las viejas Olivetti o Remington de las salas de prensa. Conforme el tiempo, no muy largo, pasó, empezamos a aprovechar sus herramientas, como Word o Excel para almacenar los datos. Después utilizamos el correo electrónico por medio de las portátiles para enviar nuestras notas a las salas de redacción o para recibir algún documento oficial y hasta respuestas de algún entrevistado. Hoy, a través del uso de las computadoras personales en la vida cotidiana, hemos hecho de Internet una fuente de información, tal es el caso de notas levantadas directamente de los sitios de la red por otros medios de información. Es así como utilizamos el espacio virtual, pero hoy también la red nos utiliza a nosotros los periodistas".⁴⁴

La red ha permitido nuevas relaciones en los espacios informativos: sociales, económicos, de entretenimiento, familiares, culturales, eróticos, gastronómicos, turísticos, de salud, deportivos, de espectáculos.

El periodismo en Internet es una manifestación de las nuevas tecnologías, de innovadoras formas de obtener y recibir datos. Se llama *navegar* a la búsqueda de información en el ciber-espacio, dentro de una *realidad virtual*, en un universo lleno de datos, creatividad, de invenciones peculiares para consultar cualquier tema, a cualquier hora y en cualquier lugar del orbe.

Internet se encuentra en un nuevo estudio, una manera de hacer periodismo diferente, virtual, real, único. Cuenta con la inmediatez de programas en directo, tiene también programas diferidos y es una herramienta viable para los investigadores.

"Internet es una red de redes de computadoras que permite a los distintos servidores conectarse a un sistema computarizado mundial. Aunque Internet ha existido por más de 20 años, su crecimiento en los últimos tiempos es extraordinario... ha sido una herramienta de investigadores universitarios. No obstante, el periodismo está descubriendo con rapidez los usos de Internet en el reportero: 1. El correo electrónico, a través del cual los periodistas pueden encontrar, contactar y entrevistar a fuentes de información (en cualquier lugar del mundo) 2. El acceso a un sinnúmero de información de instituciones públicas, educativas, comerciales, políticas y de organizaciones no gubernamentales. 3. La capacidad de acceder a versiones electrónicas de periódicos, lo que muchos consideran el futuro de la prensa escrita".⁴⁵

⁴⁴ www.saladeprensa.org

⁴⁵ Benavides Ledesma, José Luis, et al. *Escribir en prensa. Redacción informativa e interpretativa*. Ed. Alambra. México, 1997, pág. 249.

"Hasta la llegada de la televisión a mediados de nuestro siglo, la acción de *ver* del hombre se ha desarrollado en dos direcciones: sabemos engrandecer lo más pequeño con el microscopio y sabemos ver a lo lejos (con binoculares y telescopio) Pero la televisión nos permite *verlo todo* sin tener que movernos: lo visible nos llega a casa, prácticamente gratis, desde cualquier lugar. Sin embargo no es suficiente. En pocas décadas el progreso tecnológico nos ha sumergido en la edad cibernética, desbancando a la televisión. Estamos pasando a una edad *multimedia* en la cual, como su nombre lo indica, los medios de comunicación son numerosos y la televisión ha dejado de ser la reina. La nueva soberana es ahora la computadora y con ella la digitalización de todos los medios, porque no sólo unifica la palabra, el sonido y las imágenes sino que introduce realidades simuladas, realidades virtuales."⁴⁷

Incluso algunos teóricos como Giovanni Sartori, Goran Therborn y Roman Gubern, hablan del impacto de la era visual en los infantes, las nuevas generaciones (video-niños) están sujetas a juegos novedosos que limitan la imaginación, la facultad de abstracción, la capacidad de entender, el poco interés creativo, en breve, se está creando un nuevo tipo de ser humano.

En este auge tecnológico surge la era cibernética, "el término cibernética fue acuñado por Norbert Wiener para denominar el control y la comunicación en el animal y en la máquina. Trata de los mensajes de órdenes que el hombre da a la máquina, también los que la máquina da a la máquina y los que ésta le devuelve al hombre. El significado etimológico es *arte del piloto*"⁴⁸.

Con la posibilidad de complejas redes que facilitan las actividades humanas, la aparición de las computadoras domésticas parece dar a la televisión un segundo término; sin embargo, la televisión es considerada un medio masivo único, pues al incluir a la computadora en sus sistemas digitales tiene aún más amplitud de audiencia, cobertura, contenidos y, sobre todo, en amplias posibilidades periodísticas.

Se trata de modos de comunicación diferentes. La televisión insiste en el espectáculo y el entretenimiento, e Internet en la comunicación interpersonal, en el correo, en los foros, en la navegación, en el intercambio.

"Ni viejas, ni nuevas tecnologías sino fases de expansión, de *bing bang* progresivo del que surgen las diversas innovaciones. No hay cortes bruscos entre lo viejo y lo nuevo. Hay tecnologías de comunicación e información, como la del teléfono, que tienen más de cien años y ofrecen en la actualidad una de las mayores transformaciones. La red telefónica es una tecnología de vanguardia por la que pasan innovaciones como Internet, bancos de datos, radio por cable y diversidad de procesos comunicativos. Si hablamos de innovaciones nos referimos a los antiguos y recientes cambios de unas y otras tecnologías. La innovación supone mutación en todos los órdenes".⁴⁹

⁴⁷ Sartori. *Op. cit.*, pág. 32.

⁴⁸ Ídem.

⁴⁹ Cebrían Herreros, Mariano. *Cambios técnicos, comunicativos y pedagógicos*. Ed. Pirámide. Universidad Complutense. España, 1999, pág. 59.

La tecnología digital está transformando profundamente el sector audiovisual. La digitalización no sólo supone un extraordinario incremento de la información y el contenido audiovisual que recibe el ciudadano, permite que muchos más operadores nuevos puedan producir y distribuir esta información.

Por ejemplo, mientras que las redes de televisión por cable, con técnicas de transmisión similar, sólo permiten la difusión entre 30 y 40 cadenas, las redes digitales por cable ofrecen, además de cientos de cadenas, servicios interactivos, telefonía vocal y acceso rápido a Internet, un exponente de la revolución digital. Estas redes permiten acceder a una cantidad de datos electrónicos virtualmente infinita, a un costo cada vez menor, y abre múltiples horizontes a los proveedores de información, incluidos creadores, productores y distribuidores del sector audiovisual.

La televisión digital comienza a tener importancia: los servicios de televisión digital, a través de un decodificador o un televisor digital integrado podrían convertirse en una puerta de acceso a gran parte de la información en línea y del comercio electrónico. El marco jurídico debe intentar optimizar las posibilidades de crecimiento económico y de creación de empleo que genera el auge del sector audiovisual como consecuencia del desarrollo de la tecnología digital.

Tomando en cuenta la función social y cultural de los medios de comunicación del sector audiovisual, el marco jurídico también debe proteger el interés general, principio sobre el que se asienta la legislación de la política audiovisual desde su creación.

Además, hay cambios en los propios medios: a la televisión de masas se añade la televisión personal o de auto-programación mediante los sistemas digitales, aunque siempre dentro de las ofertas dadas por alguien.⁵⁰

Un estudio patrocinado por la empresa *Comverse* en Reino Unido revela que los usuarios de televisión digital muestran un gran interés por recibir y enviar mensajes cortos, mensajes de voz, correo electrónico y mensajería instantánea en sus televisores. Para la elaboración del citado estudio se contó con la colaboración de los componentes de cuatrocientos hogares británicos.

De ellos, 17 por ciento son usuarios habituales de correo electrónico a través de la televisión y más del 30 por ciento de los encuestados querían mensajes de voz a través de su TV. En cuanto al costo, estarían dispuestos a pagar una media de 11 peniques por mensaje por este servicio.⁵¹

De las computadoras personales se pasa a las computadoras en red: redes locales, nacionales e internacionales integradas en Internet. Parece magia el sistema digital. Es indispensable utilizar al periodismo desde un punto de vista formal, académico, es decir, de investigación y encaminarlo a todos los medios mediante una metodología. Para ello se utilizan los géneros periodísticos así como las técnicas de investigación para el tratamiento de la información periodística especializada que compete a esta labor.

⁵⁰ www.saladeprensa.org

⁵¹ www.video.com

2. Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos son herramientas adecuadas para recopilar datos, junto a las técnicas formales de investigación metodológica da inicio el proceso profundo de búsqueda. Estos utensilios hacen la tarea más sencilla, representan una fuente de datos y, al conocerlos, los periodistas muestran sus inclinaciones y van formándose los estilos, manera personal de cada investigador para enmarcar las ideas.

"Los géneros periodísticos son las diferentes modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con el ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos".⁵¹

El comunicador obtiene los datos con objetividad y enfrenta a la noticia con pleno conocimiento de sus propiedades. Los géneros proporcionan los elementos para la redacción periodística susceptible de ser difundida en los medios de comunicación colectiva. El periodista entonces puede convertirse de un momento a otro en investigador siempre y cuando aplique el método de las ciencias sociales.

Para los periodistas, los géneros se convierten en técnicas, éstas son especiales y alimentan el trabajo informativo; requieren de ciertas habilidades y su empleo apoya los bloques de noticias, principalmente.

A partir de la exposición de hechos o comentarios (ideas) puedo apreciar los criterios de clasificación genérica: nota, entrevista, crónica, artículo, reportaje que se realizan por el informador quien define sus estructuras, y les da forma y color, según su personalidad.

En resumen, la actividad periodística tiene la particularidad de obtener datos informativos para difundirlos en prensa, radio, cine, televisión y redes de cómputo. Para tal efecto se vale de herramientas idóneas a su quehacer llamadas *géneros periodísticos* a fin de dar un manejo diferenciado y crítico de la información y los datos. Tienen la finalidad de emitir información periodística que no es otra cosa sino *la noticia* explicada de acuerdo a cierto género o géneros y las condiciones requeridas por el medio en cuestión.

¿Cuáles son los rasgos comunes que hermanan y a la vez diferencian a los géneros periodísticos? Todos ellos utilizan elementos fundamentales del periodismo como son las oraciones breves, los párrafos cortos, la jerarquía de información, el lenguaje llano y una deseable imparcialidad.

⁵¹ Martínez Albertos. *Op. cit.*, pág. 217.

Aún cuando existen amplias discusiones sobre ellos y nuevas clasificaciones, los géneros periodísticos son aceptados por su sentido práctico; su importancia es tal que se han convertido en la técnica básica para la emisión del mensaje-noticia.

Desde los primeros diarios impresos hasta nuestros días podemos clasificar tres géneros del periodismo en los que se conjugan las herramientas indispensables para procesar los acontecimientos: *periodismo informativo; Interpretativo y de opinión* en los que se clasifican los géneros periodísticos propiamente dichos; de alguna forma se trata de exponer, narrar, describir, relatar, explicar, valorar, los sucesos que se dan a conocer a la audiencia.

Para continuar con esta exposición, sintetizo algunos programas vía televisión relacionados con el periodismo. Lo importante es observar, en breve, las diferentes opciones de información que tiene el auditorio en el televisor y en esta medida, enfatizar la importancia de los reportajes culturales por su alto contenido en datos, entretenimiento, diversión y color.

2.1 Periodismo Informativo

El *periodismo informativo* se caracteriza por la narración o relato de noticias, del acontecimiento, la información; aparece en Inglaterra hacia 1870 y en 1914 se arraiga con fuerza en Norteamérica. Se le llama así porque expone los hechos, trata de alinearse a los principios de imparcialidad, no hay opinión, no comenta ni valora y se basa en la cronología. Es como la semilla germinal que da cauce a las expectativas para la trasmisión de los eventos. El género predominante es la nota.

Para redactar periodísticamente la información es necesaria la noticia, ésta constituye el elemento que los medios de comunicación transmiten respaldada por el periodismo. La información -propone Moles- es todo el conjunto que procede del exterior y contribuye a modificar el ambiente del receptor, o sea todo lo que de nuevo hay en el mensaje y no es parte integral e inmutable de este ambiente. Los géneros periodísticos constituyen, juntos, la técnica para darle forma y coherencia a la noticia. En ella se encuentra la información (contingente) propia del periodismo.

Algunos periodistas están encargados del acopio y redacción de noticias para ser adaptadas al lenguaje particular de cada medio. Se debe a *la noticia* la presencia del periodismo informativo impreso, cinematográfico, radiofónico y televisivo. Abundan las definiciones en torno de ella; de hecho, no siempre son iguales, sus diferencias se relacionan con características adquiridas durante su difusión.

La noticia es la aprehensión de un hecho, evento o suceso ocurrido en la realidad cuyo carácter esencial del periodismo (obtener información de actualidad) es dirigido a receptores por un profesional de la información a través de uno o varios medios de comunicación colectiva. Es decir, este evento es noticia sí y sólo sí es transmitido por algún medio de comunicación.

En una vecindad de alguna colonia marginada una mujer de dieciséis años da a luz a cinco varones en condiciones insalubres. No hay periodistas alrededor y, al parecer este suceso está destinado a permanecer ignorado por el resto de la sociedad ¿podemos considerarlo noticia?

Por ser un momento de la realidad que apela tanto a madres de familia como a científicos especializados e incluso al conjunto social, es noticia; sin embargo, no se ha dado a conocer en los medios de comunicación.

Si los cinco varones de la mujer han crecido y son importantes funcionarios de gobierno, tal vez alguien se interese en publicar su historia y regresar a aquella vez en una colonia marginada, para hacer de sus vidas personales una noticia. El público receptor querrá saber de su nacimiento y la forma en que se desarrollaron social y políticamente.

El factor *tiempo* es necesario cuando se difunde el hecho en un lapso preciso, adecuado y de acuerdo en la forma cómo ocurre, de lo contrario, la noticia envejece y al perder su condición novedosa deja de serlo para convertirse, quizá, en historia.

Si hay una costumbre muy antigua que se practica en ciertas regiones y es difundida por los medios dándole un aspecto actual, también se considera noticia. El tratamiento de un tema y su relación con los medios lo hace ser noticia. Todo esto nos conduce a imaginar los diversos y posibles factores que rodean a los hechos noticiosos pero con características suficientes para clasificarlos en géneros medulares de la actividad periodística. Podemos considerar a la noticia como el alimento de los medios de comunicación masiva en el terreno del periodismo.

Entre las teorías más destacadas que explican y definen a la noticia existen dos grandes corrientes: *teorías normativistas* y *teorías culturalistas*.

En el primer rubro se encuentra la *Teoría de prensa libre* cuyos precursores son John Milton y John Stuart Mill. Sus ideas centrales se basan en la libertad de comunicación pública como un aspecto esencial siempre que los individuos busquen la verdad y plantean el descubrimiento de ésta como un móvil de evolución hacia un orden social ideal. La noticia, por tanto, debe ser veraz.

La *Teoría del mercado de ideas* liderada por los publicistas de la *Penny press* afirma que las ideas irrumpen en un mercado que debe ser auto-promovido: aquellos periodistas que difundan los mejores contenidos serán los más exitosos.

Mientras que la *Teoría progresista de reforma social* encabezada por Pulitzer y Scripps alude a que la prensa debe servir como vigilante asiduo de los grandes negocios y del gobierno como líder del progreso. Dicha vigilancia da inicio y es guía de una útil reforma social.

La *Teoría de responsabilidad social* representada por la *Comisión de Prensa Libre* dice que la noticia en la prensa debe existir para el avance y servicio social y como tal, asistir al desarrollo y preservación del pluralismo.

Dirigida por Harrison existe la *Teoría de la interrupción*. Describe a la noticia como un recuento de las relaciones cambiantes del hombre; es un Informe, dice, de eventos actuales que interrumpen el *status-quo* o tienen el potencial para causar tal interrupción, tiene impacto social y consecuencias en la comunidad. La interrupción es explicada en el sentido de una alteración en la estabilidad social y todo suceso que altere ese orden, es noticia.

Por otra parte, las *Teorías culturalistas* comienzan con los argumentos de la *Teoría neomarxista* precedida por Bard Williams y Jeremiah Hall quienes afirman que los medios son propagadores de una forma de cultura consensual que sólo sirve al interés de una pequeña clase. Las élites mantienen el poder mediante el dominio de *políticas de significación*.

La *Teoría sobre la cultura del status-quo* encabezada por Gary Tuchman y Hal Fishman quienes señalan, en breve, que las noticias tienen la peculiaridad de legitimar el *status-quo*.

La *Teoría de cultura pública* cuyos representantes son Tamoutsu Shibusani, Joseph Gusfield y Herbert Gans, afirma que las noticias en primer lugar orientan al público hacia un lejano y heterogéneo ambiente social, que propagan definiciones consensuales (y estandarizadas) de eventos y personas, que existe una eminente dramatización y una presentación ritual.

De cualquier manera, podemos distinguir a las noticias porque tienen cualidades ampliamente distinguibles de los demás hechos. Veamos algunas de sus principales virtudes:

Proximidad. La comunidad quiere saber sucesos de su propia región; sin embargo, una noticia del extranjero no deja de ser próxima al encontrarse en el noticiario del propio país. La proximidad alude al contacto directo del receptor con el hecho; corresponsales y reporteros deben tomar en cuenta que un hecho es próximo no sólo por tratarse del área conocida (la localidad) sino porque es percibida por un receptor.

Trascendencia. Las noticias se consideran tales en función de las consecuencias sociales. Un evento es noticia porque trasciende, si en apariencia no genera consecuencias, su emisión más simple debe provocar en el receptor cierta inquietud que lo lleve por lo menos a meditar en torno de ella. Por supuesto hay hechos más trascendentes que otros; por ejemplo, un partido de fútbol es de pequeña consecuencia, una campaña política de mayor consecuencia y una guerra, quizá, de mayor trascendencia.

Temporalidad. Entre menos tiempo transcurra de su aparición a su difusión, la noticia parece más oportuna y fresca. Incluso un tema antiguo puede parecer nuevo. No vale la pena guardar las noticias para la semana próxima porque los acontecimientos suceden continuamente y si un hecho no es presentado a tiempo se devalúa, pierde actualidad. A pesar de ello, hay noticias que llegan a la sala de redacción y son seleccionadas para la publicación dominical o algún suplemento y no por esto dejan de tener valor, calidad y ser actuales.

Prominencia. Por lo general, los productores de noticias saben qué personas y qué lugares son los focos de atención del momento y lo que ocurre a su alrededor o les afecte directamente podemos considerarlo noticia.

Importancia e Interés. Ocurren eventos tan especiales como para influir positiva o negativamente en el conjunto social y es probable que éste no se entere. Estar al tanto de algo, saber qué pasa en el entorno, mantenerse informado, es un hábito que se desarrolla en ciertos individuos con deseos de saber más sobre cualquier tema.

Podemos distinguir así diferencias entre lo que es importante y lo que es interesante. Importa un acontecimiento porque su presencia concierne a una comunidad entera y es interesante en la medida en que un individuo lo valore como tal.

La percepción selecciona lo significativo para el individuo. Significativo no sólo en el sentido de importante sino de portador de significado. Hay noticias importantes que a algunos miembros de la comunidad no les interesan. La elección próxima del candidato presidencial es importante para el país aunque puede no interesarle a ciertos individuos al abstenerse de votar o evitar lo más posible cualquier información sobre el hecho.

Es indiscutible el vínculo entre la importancia y el interés; en el caso de las noticias esta relación adquiere fundamental relevancia por considerar estos dos tópicos medulares en la producción.

En resumen, la importancia de una historia está determinada por su intensidad y extensión: el número de personas afectadas. El interés es un aspecto individual contemplado a partir de ciertos sondeos de mercado que ayudan para distinguir a las noticias de los demás sucesos.

Apelación personal. El acontecimiento se refiere a un fenómeno que atrae al individuo, ya sea por gusto personal, por análisis o porque simplemente interesa a su conocimiento particular.

Simpatía. No sólo en el sentido de una provocación lúdica se promueve el interés, sino por una situación de empatía involuntaria que supone, además de cierto momento agradable, una cuestión atractiva por la noticia.

Novedad. Si un perro muerde a un hombre, no es noticia, pero si un hombre muerde a un perro, es noticia. Lo novedoso llama la atención no sólo por desconocido sino porque su existencia efímera o permanente no ocurre ni se ve todos los días.

Progreso. Este es otro móvil del interés. Puede manifestarse en los acontecimientos de corte científico, tecnológico y los inventos humanos que promueven cierto espíritu de hazafia y triunfalismo.

Conflicto. Un evento interesa por el grado de conflicto que representa: un enfrentamiento bíblico; un hombre contra otro; un hombre contra sí mismo, la naturaleza o la divinidad. Los sentimientos que pudieran reflejarse en el espectador son de tensión y sorpresa.

Desastre. Incertidumbres; por ejemplo, de la naturaleza: lluvias de inundación, temblores, nevadas, insolaciones, huracanes, ciclones, sequías, incendios, accidentes.

Secuencia. Hay hechos que se convierten en noticia por presentar continuidad, son secuenciales e impredecibles.

Suspense. Este factor conduce a los lectores por sentimientos de intriga y emociones diversas (el caso de los *narco-satánicos*, los *narco-babés*, por ejemplo) que los mantienen atentos a temas de su interés.

Animales. El reino animal ha sido punto de atención a las miradas humanas (civiles y científicas) Los animales representan un eslabón más en la cadena del interés noticioso.

Otros. El sida en el siglo XX ha generado una serie de restricciones en el trato sexual así como públicas sugerencias preventivas que influyen en el comportamiento de la gente. El ámbito sexual es inherente a los hombres y lo surgido en torno del tema atrae el interés del lector. Divorcios, amoríos, escándalos entre las estrellas de cine y bellezas famosas.

En sentido estricto, el interés humano es el valor de la historia y no el valor de la noticia. Un evento tiene significado a través de su contexto, las circunstancias que lo rodean; de esta manera es difícil distinguir el valor de la noticia de un hecho completamente aislado, excepto en género.

El interés no es precisamente un valor medido para un hecho fuera de contexto, es un término útil para caracterizar los materiales que completan las columnas de noticias y que son atendidas por determinada audiencia.

Con propósitos prácticos, el interés se acepta de acuerdo al conflicto, trascendencia, desastre, progreso, novedad, prominencia. Cualquiera evento dado puede sugerir y requerir algún tratamiento de interés.

Algunos autores⁵² han caracterizado a la noticia por las similitudes en cómo ocurren y por la forma de su redacción. En el primer caso tenemos las siguientes nominaciones: *noticias duras*, *noticias blandas*, *noticias en desarrollo*, *noticias de secuencia*, *noticias súbitas* y *noticias exteriores*; y por la estructura de su redacción existen dos modelos del texto noticioso: *la pirámide normal* y *la pirámide invertida* a los que me refiero más adelante.

⁵² Tuchman, G. *La producción de la noticia*. Ed. Gustavo Gilli. México, 1983, pág. 15-30.

En este trabajo es relevante para mí distinguir estos aspectos de las noticias porque encamino el estudio hacia un tema de tradición ancestral, es decir, es un tema que existe antes del periodismo mismo, ¿cómo dar actualidad a una temática ancestral? A través de las técnicas y de la orientación del programa, es decir, que incluyo este subcapítulo para dar un sentido teórico a esta tesis y relacionar el enfoque que tienen los sucesos en el tratamiento de la redacción. De esta manera, doy continuidad con la síntesis de los géneros que le dan al reportaje cuerpo y definición.

2.1.1 Nota Informativa

La nota informativa es un género del periodismo, un instrumento para tratar la información. Como técnica periodística se aproxima al suceso cuando responde verídica y brevemente a cinco básicas preguntas desglosadas a partir de un modelo norteamericano llamado "las cinco w": *what, who, when, where, why*; es decir, qué, quién, cuándo, dónde y por qué, respectivamente.

Las respuestas a esos cuestionamientos conducen a la obtención de los datos mínimos indispensables para conocer al acontecimiento noticioso.

Este género expone la realidad tal y como ha ocurrido en el tiempo y en el espacio sin otro aspecto que la adorne o trate de explicarla. Cuando la noticia ha sido detectada por el periodista, puede convertirse en una nota (si el acontecimiento es de importancia e interés) siempre y cuando en ésta se encuentren contenidas las cinco respuestas condicionadas a su vez por el tácito distanciamiento entre las opiniones del periodista y el suceso.

En el tradicional modelo de "las w" no existe el *cómo*, tal vez porque sugiere una respuesta abierta en la que se pueden alcanzar niveles subjetivos que en la nota informativa sobran. Ello no resta importancia al *cómo*, siempre que existan datos complementarios; su consideración en la estructura de la nota no es fundamental ni necesaria, pero sí debe ser tomada en cuenta y coordinada -si es el caso- por el periodista.

La utilidad de la nota informativa se determina porque a partir de ella es posible tener los principios de la información periodística; con el material recopilado en este género se puede elaborar cualquiera de los otros géneros del periodismo.

Es tan significativa como técnica periodística que sin la nota informativa es difícil encontrar un esquema adecuado que nos dirija al conocimiento del evento de manera objetiva, directa, llana y eficaz.

"Los enunciados son cortos, van al grano; el estilo es simple y directo. Está escrita para ser leída en voz alta y con una sola lectura debe entenderse".⁵⁴

⁵⁴ Macdougall Curtis D. *Reporting for beginners*. Ed. Mcmillan. N.Y., USA, 1987, pág. 76.

Se dice que hay un lenguaje "simple y directo" cuando se utilizan proposiciones sin redundancias, circunloquios y con sencillez en el vocabulario, responde a los datos privativos de la noticia y se adapta a las peculiaridades del medio que trate. En general, los tiempos verbales son dos: presente y pasado. Ambos contribuyen a dar la idea de inmediatez en el receptor siempre que se refiera a temas de actualidad y cuente con importancia e interés humano.

Las agencias de información se apoyan en la nota informativa. Los boletines se caracterizan porque emplean principalmente este género para dar a conocer las noticias.

Cuando se redacta una nota para la prensa escrita, encontramos que los encabezados son elaborados en la jefatura de redacción o el departamento de formado. Por tratarse de información "pura", es decir, sin comentarios, se adapta a la casa editorial y su contenido se alinea a los requerimientos de ésta. Las notas informativas (y en general todos los géneros) tienen un número bien limitado de líneas de acuerdo con el espacio en las planas.

Los *encabezados* o *titulares* deben sintetizar en una frase a la noticia, casi siempre responden al qué del hecho y su gramática no está decidida por el periodista sino por quien cuenta los cuadratines en los esquemas para formar el periódico.

De manera que *balazos*, *sumarios* y *cabezas* están condicionados al espacio y al uso que hagan los técnicos de los datos recabados por el periodista. Razón de más para que las notas se adecuen a la información.

En radio, las notas informativas constituyen el soporte del noticiero; a veces son extractos de información publicada en los periódicos del día, otras son parte de boletines de dependencias gubernamentales o agencias y otras más son datos obtenidos por reporteros contratados y todas deben responder al modelo de las "cinco w".

Al igual que en la prensa escrita, el lenguaje es breve y conciso, cuenta con el apoyo del recurso musical, *cortinillas* o *puentes* que aparecen como punto final entre las notas. Un estribillo o rúbrica identifica al noticiero y divide la información para indicar al escucha que son diferentes los sucesos de actualidad.

La emisión radiofónica de las notas precisa de un locutor capacitado en la dicción y velocidad de palabra a fin de emitir con elocuencia la información y la interpretación; durante la lectura del texto se sugiere no incluir otros efectos.

Las notas informativas para televisión además de contener oraciones directas están complementadas con imágenes de la realidad, grabadas en el lugar de los hechos de tal manera que el histrionismo permanece lejos de la cámara televisiva. Los cinco tópicos deben responderse en la totalidad del mensaje sea en imagen, audio o ambos.

Las notas informativas suelen aparecer como encabezados del noticiero televisivo; a manera de resumen advierten el panorama de noticias que podrá ser tratado a profundidad en otros géneros durante el programa. Generalmente, procuran incitar al receptor a atender durante el tiempo de transmisión.

Hay cuatro factores de consideración durante la emisión de noticias por TV: a) el conductor (o lector de las notas) b) el *cromakey* c) los encabezados y señales (*cues*) d) la *voz en off*.

El conductor lee las noticias con rapidez; la dicción y entonación proyectan la sintaxis y la comprensión del evento así como reflejan su claridad. También es necesario emplear enunciados cortos. La inflexión dada por el locutor a las palabras brinda la posibilidad de enfatizar ciertos acontecimientos.

El *cromakey* ilustra a la noticia. Es factible ver en un pequeño recuadro ubicado en alguna parte superior o inferior de la pantalla, imágenes alusivas a la noticia mientras se dice información que la complementa o la reitera.

Los encabezados y señales constituyen la clave para las entradas, salidas o pausas que hacen saber al conductor el momento de iniciar determinada información, finalizarla o dirigir al televidente hacia otro tipo de cuadros.

La *voz en off* aparece cuando las imágenes ocupan toda la pantalla y el conductor sigue narrando el hecho sin su presencia física.

Es común que en los noticiarios televisivos, el reportero o corresponsal se comunique telefónicamente y mientras expone la nota, el locutor a cuadro sostiene la bocina a menos que se hayan solicitado previamente al personal de almacén (*stock*), imágenes apropiadas y *en off* se emita los datos.

En el caso de una grabación en directo, la cámara se dirige al lugar del suceso y los televidentes ven con sus propios ojos qué ocurre.

Los ejemplos más comunes de notas los podemos encontrar en las grandes empresas productoras y exportadoras de noticias: *CRS, NBC, BBC, ABC NEWS, ITA*; además de las agencias de información que también apoyan su subsistencia con el intercambio y venta de notas informativas, mismas que pueden ser transmitidas por cualquier medio: *UPI, AP, TASS, EFE, DPA, ANSA, REUTER, NOTIMEX, AFP, PL, IPS, ANN*, entre otras.

Existen en el periodismo, como mencionamos antes, dos funcionales estructuras que sirven para jerarquizar la información. Una se llama *pirámide normal* y la otra *pirámide invertida*. Las dos obedecen a una organización preliminar de los datos según el género tratado, el estilo lingüístico del mismo y atienden a una particular cronología.

La finalidad de los géneros periodísticos es informar, cada uno cuenta con el estilo personal del redactor, es decir, cómo coloca los datos por orden de importancia y qué tipo de lenguaje utiliza para ello.

La manera de estructurar la información debe estar pensada siempre en términos de difusión y adecuarse lo más posible a la imparcialidad periodística.

La *pirámide normal* constituye una lógica secuencia de la noticia de menor a mayor importancia e interés, ello significa que el clímax de la historia quedará comprendida al final del texto.

Se relata el hecho atendiendo a la valoración de los datos para que el receptor conozca lo más importante en último término. Es *pirámide normal* porque es un triángulo (con uno de los vértices hacia arriba) que el periodismo retoma en sentido figurado: de lo más pequeño a lo más grande, de lo menos significativo al clímax del asunto.

Al redactar la noticia siguiendo esta analogía, de menos a más, se pretende interesar al lector durante todo el relato a manera de intrigante narración pues se busca mantener su atención hasta terminar la historia en un extenso punto climático.

La pirámide invertida describe el o los clímax al principio del texto para después desencadenar la historia. La invertida es una pirámide que desde las primeras líneas evoca el aspecto principal del suceso, lo más importante, aquello que constituye la noticia misma. Define primero el qué, para deslizarse después por los distintos tópicos que dan a conocer el suceso.

El clímax va al principio y ello no disminuye la atención del receptor (o no debe disminuirla) por las cualidades lingüísticas empleadas en la redacción, con esta especial cronología el lector permanece atento hasta saber el desenlace de la historia.

La nota informativa debe usar la fórmula de la pirámide invertida para jerarquizar la información, ¿por qué?

Si empleamos a la normal como la pirámide modelo de este género sería notoria la contradicción: la nota informativa expone lo más importante de la noticia de principio a fin.

Los cinco cuestionamientos adoptados por todas las escuelas de periodismo dan forma al suceso, la noticia deja de ser una abstracción para convertirse en una fuente de datos maleables por el reportero y sus lectores. Lo adecuado entonces, es redactar la nota teniendo en mente a la pirámide invertida para procesar la información en orden de importancia. La nota informativa es en sí misma un recurso directo de información.

2.2 Periodismo de opinión

Es pertinente destacar aquí el *periodismo de opinión* como parte fundamental en los géneros; se llama así porque surge de acuerdo a tendencias proselitistas que pueden ser políticas o religiosas con preferencias a partidos políticos y luchas ideológicas; es doctrinal, modernizador -por la retórica oficial- y presenta más comentarios que información. Aparece en 1918 y 1919 con articulistas, líderes de opinión, comentaristas, editorialistas, con una labor más apegada a los intereses de la dirección que a la información. Sus géneros más comunes son el artículo, la reseña y la entrevista.

"Los periódicos del siglo XIX no contenían avisos publicitarios, eran como cartas de notas semanales, se ligaban a partidos políticos, se compraban por suscripción y circulaban entre los miembros de un partido. Sus columnas tenían análisis de noticias con ataques injuriosos contra líderes de oposición. Diseñadas para una élite urbana las suscripciones eran demasiado costosas para los trabajadores".⁵⁴

En los razonamientos del periodismo de opinión influye el estilo del periodista, hay una intención implícita en la información, existe cierto criterio y valoración de la noticia; en general, trata de persuadir a la audiencia sobre un tema.

"En todo comentario *son muy importantes el principio y el final*: el hecho y su última consecuencia. Empezar y terminar bien un comentario garantiza su efectividad. El primer párrafo debe captar la atención del lector, arrastrarlo a la lectura. El último párrafo, por su trascendencia, debe quedar grabado en quien lo lee... Al lector inteligente -a quien a fin de cuentas va dirigido el comentario- no se le convence con frases hechas, con lugares comunes, con sonoros latiguillos falsamente oratorios: *se convence con razonamientos, con hechos, con juicios lógicos*".⁵⁵

Este género del periodismo mantiene a los lectores de noticias atentos a las valoraciones del suceso. "Es el enjuiciamiento *personal* del periodista a un acontecimiento de actualidad, generalmente. Para ello hace uso del juicio, en ocasiones crítico, con la ayuda de la retórica y de un lenguaje y estilo muy propios. A veces, sobre todo en épocas recientes, además de utilizar al argumento como arma de ataque, utiliza datos para fundamentar sus tesis sobre el hecho, objeto del comentario. Velada o explícitamente el articulista realiza su comentario desde una ideología. Por lo general el artículo se compone de un planteamiento, seguido de un análisis crítico donde se argumenta a favor o en contra del hecho y finalmente da conclusiones que pretenden la persuasión."⁵⁶

El periodismo de opinión trata de convencer al receptor a fin de darle elementos suficientes para formarse un juicio personal sobre determinado acontecimiento. Los géneros son: el artículo, la reseña y la entrevista que a continuación esbozamos para establecer referencias en este trabajo.

2.2.1 Artículo

El artículo es un género periodístico transmitido a través de un medio de comunicación cuya principal característica es dar a conocer información y opiniones obtenidas por el periodista sobre un tema. Este género pertenece al periodismo de opinión, su redacción se relaciona con el empleo de valores, juicios, opiniones fundamentados en la investigación y difundidos a través del uso del lenguaje.

⁵⁴ Tuchman. *Op. cit.*, pág. 217.

⁵⁵ Martínez Albertos. *Curso general de redacción periodística*. Ed. Mitre. Barcelona, 198, pág. 49.

⁵⁶ Del Río Reynaga. *Op. cit.*, pág. 49.

Para un articulista no es tan imprescindible que existan las cinco respuestas a "las w", esto significa que no son indispensables como en el caso de la nota pero sí útiles; se discrimina el abuso en la exposición de hechos y el lenguaje procura atraer al lector durante todo el relato. Los artículos pueden tratar temas de noticias; de investigación; de opinión y/o para divertir.

Ello significa que son muy variados y tratan sobre lugares (una comunidad, una fábrica o negocio), tópicos (educación, ciencia, economía, filosofía), eventos (conciertos, programas, circos), sobre gente conocida o desconocida; animales; objetos: arte o productos y en general todos aquellos ámbitos requeridos por el medio.

La mayoría de los artículos apelan al interés humano y envuelven emocionalmente al lector. Abarcan información veraz y detallada, atractiva y creativa.

Se emplea más tiempo que en la elaboración de una nota debido a que precisa del profundo conocimiento del tema, un caudal de opiniones y una capacidad de creación lingüística.

El artículo es útil porque tiene la ventaja de informar al tiempo que proporciona al receptor comentarios, juicios o ideas sobre esa información, con el incentivo de obtener sus propias conclusiones en torno del tema tratado.

Este género tiene la cualidad de emplear un lenguaje basado en la argumentación. Pasado, presente e incluso futuro son los tiempos verbales que bien pueden ser conjugados durante la historia pero con la apremiante de argumentar cada premisa o proposición.

Si los géneros tienen la meta de difundir datos, el artículo además intenta entretener y, algunas veces, divertir. Lo significativo de él es que no aborda siempre temas de noticias en sentido estricto; de un hecho simple u ordinario, el articulista puede desentrañar una serie de situaciones que además de informar al público lo interese, otorgándole a este hecho, en algunas ocasiones el giro noticioso al hacer del artículo una redacción que importe a la sociedad y al individuo, haciéndolo así, próximo, inmediato y actual.

Como hemos dicho, es tal la cantidad de temas que pueden abarcar los artículos que han surgido ciertas clasificaciones a fin de distinguirlos.

Artículo de noticia. Se desarrolla en torno de noticias del día, eventos con inmediatez y temporalidad, el hecho es analizado con aportaciones personales, citas de autores y quizá, emoción. Estos artículos acompañan a las notas informativas como historias de color que aportan subjetividad a los temas que abanderará el medio. En general, tratan sobre la nota principal, llamada de ocho columnas, que tiene como principal característica ser la información primordial.

Artículo de perfil o esbozo de la personalidad. Alude a personas destacadas. El articulista expone aspectos de su carácter, vida y obra. El perfil casi siempre es una pieza de revista aunque aparece también en publicaciones diarias. El esbozo de personalidad se hace al descubrir virtudes particulares o el estilo de vida del personaje, sin que éste tenga la oportunidad de manifestar sus ideas. Se colocan en las secciones de entretenimiento: sociales o aquellas dedicadas a la cultura.

Artículo de fondo. Esta clasificación está basada en una rigurosa investigación. En el proceso de obtención de la noticia, el articulista debe buscar datos de otras fuentes y, al realizar el producto apoyarse en el principio argumentativo; esto es que deja prácticamente la exposición para comprobar con resultados fidedignos determinado suceso. Busca con razonamientos comprobables o por lo menos lógicos, persuadir al lector para que acepte o rechace las tesis planteadas.

El de fondo es uno de los artículos más elaborados, cuenta con la opinión como uno de sus principales elementos. Se preocupa del por qué y el cómo del hecho, lo desmenuza atribuyéndole cualidades objetivas y llenándolo a la vez de subjetividad para mantener la atención del receptor.

Artículo de opinión. Como su nombre lo indica, este texto inicia y termina con las puras opiniones del periodista. Basado en el supuesto de que la audiencia conozca determinada noticia, el articulista de opinión escribe lo que él considere positivo o negativo, trascendente o extraordinario. Plantea sus propias inferencias y cuestionamientos, dudas e intereses.

Ello no implica abandonar la investigación, al contrario, debe dar a los lectores datos suficientes para fundamentar sus ideas. También los artículos de opinión tratan de persuadir al lector para conducirlo a determinadas conclusiones y buscan casi siempre ganar su simpatía.

Editorial. El editorial es como "el artículo de la casa". Los editorialistas (quienes dirigen la edición) realizan artículos de cualquier tipo- cuya mayor distinción es que están firmados por la empresa.

El medio condiciona su tema principal (de ocho columnas, encabezados o titulares) este espacio es considerado la "línea del periódico", de la emisión radiofónica o televisiva, a la que se denomina política editorial porque en torno de ella se canalizan los demás temas en los diferentes géneros.

Editorializar es estar a la vanguardia de la información, se trata de emitir una información actual, importante y con intervalos de opinión para dar a conocer con un lenguaje sencillo, coloquial o formal que es una sección directriz del medio.

Es un artículo que gira en el anonimato; sin embargo, se sabe que son textos escritos por la "casa editora". No importa quién hace el editorial sino lo que opina alrededor de la noticia y sobre todo cuál es el medio que lo trasmite.

Columna. Estos artículos se llaman así porque son espacios difundidos en el mismo lugar del periódico, del radio o la televisión, dentro del formato, y están escritos por determinado periodista. Su opinión y particular estilo están contenidos en la emisión informativa, las columnas son parte de la programación y son leídas por los interesados en conocer los juicios del columnista y sus conclusiones.

Se titulan con el mismo nombre y acostumbran transmitirse en un específico lugar durante la publicación o el programa. Aunque las columnas afrontan un tema específico, es posible tratar de vez en cuando otros distintos de acuerdo a las necesidades del medio o la jefatura de información así como los objetivos del redactor.

En cuanto a la estructura del artículo, tradicionalmente utiliza el modelo de la pirámide normal. Como desglosa un tema de actualidad, por lo general, deja el clímax hasta el final, ello no implica una regla. Hay artículos cuya ordenación de datos se basa en la pirámide invertida; debido al principio argumentativo del artículo se recomienda a la pirámide normal como la estructura idónea del texto.

Hay que distinguir lo más conveniente para iniciar o finalizar el artículo, pues a veces, las conclusiones pueden adecuarse mejor en el primer párrafo, esto es posible deducirlo mediante la oportuna organización de los datos y el estilo propio del articulista.

Encabezados. El título del artículo debe ser sugerente para atraer de inmediato la atención del lector y colocarlo frente a la historia. Los encabezados pueden variar en contenido y estilo, pueden ser proposiciones afirmativas, preguntas, extractos de diálogo, partes textuales, enunciados inusuales e incluso expresiones idiomáticas. Estos son propuestos por los articulistas.

Transiciones. Si el título es el señuelo para atraer a la audiencia, la transición entre párrafos es el anzuelo que no permite al receptor alejarse de las líneas formadas por el artículo, lo hará querer continuar hasta el fin, prometiéndole algún tipo de recompensa: informarlo, entretenerlo o divertirlo.

Cuerpo. Puede estar constituido por el uso de la descripción, narración, exposición y le es permitido el empleo de algunos tropos literarios como la metáfora o alegoría. Debe contener el conocimiento veraz del tema aunado a las habilidades en la escritura (que llevan al lector a variadas experiencias) con datos documentales y detallados. Es posible entonces, desarrollar una especie de trama durante la redacción.

Conclusiones. Las conclusiones se vinculan con el resto del trabajo estableciendo unidad; de preferencia dejan en el receptor cierto sentido de satisfacción; a menudo, ello se consigue con un breve y conciso resumen.

En ocasiones es posible concluir con alguna anécdota o cita que se agregue a la sustancia de la historia. Si el clímax ha sido reservado para el final, las conclusiones pueden llegar a formar parte de él.

Los artículos pueden tener cualquier longitud; a veces, llegan a publicarse en varias partes; los artículos cortos complementan el programa, la mayoría de veces son como descansos entre las noticias que más impactan y dominan en la edición ayudando a dar variedad informativa.

Los más prolongados pueden acompañarse de recursos gráficos: esquemas, fotografías, gráficas, mapas, caricaturas, dibujos, pinturas.

En radio, este género tiene las mismas características que en prensa, difieren en la transmisión; se trata de medios distintos. Hay locutores dedicados a emitir sus artículos durante el programa de noticias. En general, no cuentan con música o efectos durante la lectura y de igual forma son altamente subjetivos.

En los artículos para televisión, la mayoría de las veces las imágenes cuentan más que la historia. Son más comunes en este medio en comparación con la radio. Todas las estaciones televisivas tienen archivos de artículos; los articulistas procuran retomar las noticias dándole un enfoque suave, entretenido, que dista de semejarse a las notas, reseñas o entrevistas.

En televisión, el artículo tiene el mismo propósito que en publicaciones periódicas: captura la atención de la audiencia sobre cualquier aspecto (de la realidad); informa, proporciona una opinión y de ser posible incita al entretenimiento.

2.2.2 Reseña

La reseña, como género periodístico, tiene sus peculiaridades y una especial audiencia. Este género se distingue por utilizar a la *descripción* como uno de los principales recursos durante el relato. Si bien responde a los cinco fundamentales incisos, la reseña los describe vinculados a las abstracciones y juicios valorativos del informador, por ello, quienes la leen buscan una opinión para actuar en consecuencia.

Como técnica periodística, la reseña se basa en reportar y evaluar, en estar al tanto de las últimas novedades de espectáculos, nuevos programas de televisión o radio, viajes, incluso cultura culinaria: el público se aproxima a este género para saber en qué ocupar su tiempo (y dinero) y dónde no vale la pena invertirlo.

Si una reseña no describe las cinco preguntas ("las w") corre el riesgo de ser un género literario y no periodístico debido a que la descripción es un recurso de la literatura. El periodista puede reflejar lo que percibe con detalle, su propio estilo y lenguaje.

De hecho, las reseñas son analizadas como género periodístico a partir de la etapa del periodismo interpretativo. Al explicar una noticia, invariablemente se alude a las abstracciones; se alcanzan grados de subjetividad.

La reseña exige describir cualquier información emanada del particular pensamiento del periodista. De tal forma que puede asegurar que tal evento es recomendable o pésimo cuando es capaz de basar sus opiniones en la evaluación y los resultados.

Por consiguiente, la reseña debe someterse a una minuciosa indagación para argumentar las interpretaciones surgidas en torno del tema. Por supuesto que una buena reseña es breve, precisa y su texto se encuentra completo de información.

La responsabilidad de una reseña es seria; aunque su estilo emplee objetividad periodística, tiene opiniones objetivas al margen de las inclinaciones del gran público. Es satisfactorio y recomendable aceptar la invitación a un espectáculo o a la lectura de un libro cuando sabemos que la información empleada goza de confiabilidad.

"No es lo mismo ser crítico que reseñador. La reseña cubre la industria del arte y la crítica escribe acerca del arte y sus artistas".⁵⁷

Los críticos, en general, están dedicados a un campo especial: drama, danza, pintura, literatura, música, escultura y sus publicaciones son durante transmisiones especiales o revistas especializadas.

Las reseñas incursionan en todos los medios de comunicación colectiva y son capaces de manejar variedad de temas con juicios, recomendaciones y un lenguaje autorizado al empleo de recursos literarios que pesan en la descripción, ello supone que el redactor también es un especialista del género.

Describir los cinco tópicos del periodismo es tarea de la reseña, se preocupa demasiado del cómo del evento. Los enunciados son cortos y profundizan en la descripción y el comentario sobre todo de acontecimientos tales como exposiciones, exhibiciones de cine, danza, teatro, música, presentaciones de libros y noticias de este tipo.

Debido a que no existe un formato único para la elaboración de reseñas, sugerimos los siguientes caminos:

a) Antes de realizar este género es conveniente hacer un esquema de investigación. Si se trata de la reseña de un libro, hay que encontrar datos acerca de su autor, si tiene otras publicaciones, cuál es su nacionalidad. En el caso de una obra de teatro se pueden entrevistar algunos personajes y obtener información preliminar lo más vasta posible.

b) Redactar en breve qué tipo de tema es. Por ejemplo: si se trata de una película, especificar si es drama, melodrama, tragedia, comedia o si es un concierto qué clase de música (jazz, clásica, rock, contemporánea, *new age*, experimental) y si es ensamble, orquesta, instrumental, electrónica).

⁵⁷ Newsom, Doug, et al. *Media writing. News for the mass media*. Ed. Wadsworth publishing Company. Belmont, California, 1985, pág. 372.

c) Hacer anotaciones sobre las inclinaciones personales y especificar el porqué.

d) Argumentar las opiniones. Ello implica tener precisión; el exceso de adjetivos, diminutivos o superlativos sólo refleja la posición y gustos del reportero y no describe el suceso. No es lo mismo afirmar que determinada obra tiene una escenografía mala a explicar con detalle la distribución del espacio escénico o el uso del color que hacen ver aquella escenografía poco o nada adecuada al espectáculo.

La reseña fundamenta opiniones para la audiencia, con estilo (sentimientos y reacciones) y sobre todo con imparcialidad. Este género puede estructurarse en cualquiera de las dos pirámides. Sugiero que sea la invertida el modelo principal por tratarse de una necesidad inmediata, sin rodeos, de la información.

En la mayoría de los casos el último párrafo de la reseña está dedicado a los datos de referencia. La ficha bibliográfica, el lugar, el precio de los boletos, y algunas publicaciones anotan una, dos, tres y hasta cuatro estrellas que sugieren ir a ver la obra, leer el libro, escuchar el disco o definitivamente "no recomendable". En cualquier caso los razonamientos están ampliamente explicados.

La duración o longitud de las reseñas depende del programa o la publicación. En la prensa escrita, pueden abarcar desde varias líneas, media columna o unos cuantos párrafos. Pueden tener una duración de 5 a 15 minutos en televisión o constituir un programa de mayor tiempo con una serie de reseñas. Para radio y televisión, además de ser breves, se someten a tres temas básicamente: cine, libros, espectáculos, inauguraciones. En radio, las reseñas son emitidas con énfasis, cierta inflexión de voz y la pronunciación con un tono pausado. Son incluidas en la cartelera radifónica y en programas de corte cultural.

"Mis reseñas de cine duran dos minutos con quince segundos incluyendo el tiempo que toma introducirme al tema. Las reseñas de teatro, noventa segundos incluyendo la introducción. Podemos pensar que las palabras son la parte más importante pero el efecto total es cambiado por las imágenes (filmillas de teatro y extractos fílmicos incluidos en la pieza) Trato de usar pocas palabras, pocos adjetivos, frases cortas, introduciendo todo al punto definido enfatizándola de una a cuatro veces. Opino que las palabras son lo más importante, también la improvisación ayuda a guiar a la audiencia hacia donde sugiero".⁵⁹

Con el apoyo visual, los realizadores de reseñas quizás no encuentren demasiadas complicaciones para transmitir su mensaje. Como la reseña tampoco pierde las características propias durante la escritura, el periodista que reseña no pierde la oportunidad de sellar el programa con sus opiniones, rodearlo con lo que quiere informar y expresar.

⁵⁹ Íbidem, pág. 380.

En televisión, las reseñas aparecen antes de la emisión de una película o después. El o la reseñista, a cuadro, expone sus comentarios y datos con el auxilio de imágenes; relata breves avances de la trama, platica sobre la vida del director y / o los personajes, comenta la filmografía y en general se presenta como un conocedor de la exhibición.

Se difunden también como programas aislados o como contenido de las *cápsulas informativas*, reseñan una obra de teatro, una novela o la noche de los oscars.

Las reseñas llegan a formar parte del noticiero: el conductor se convierte en reseñista cuando presenta un nuevo libro y lo reseña, es decir, reporta y evalúa lo investigado en torno de la obra.

Varios periodistas encuentran oportuno citar obras de reconocidos escritores, así como músicos o cantantes. Hacen un reporte especial sobre un producto literario, pictórico o de otra índole, por lo general, se trata de obras contemporáneas y artísticas.

Otras veces son programas pregrabados que completan el noticiero y son realizados por reporteros o corresponsales. La reseña no es común en televisión. Se debe tener cuidado con el manejo que se hace de los géneros periodísticos debido a que de ellos depende que la información sea difundida veraz, oportuna, confiable y entretenidamente dentro de los marcos establecidos por la redacción.

2.2.3 Entrevista

"La palabra *entrevista* no es propiedad exclusiva de la actividad periodística; es más, las primeras entrevistas no aparecieron en planas de periódicos ni fueron idea de un sagaz reportero; a partir de la invención del lenguaje, los seres humanos se encontraban ya muy cerca de sostener sus primeras entrevistas. Se sabe que Sócrates fincó la estructura de su doctrina filosófica en el sistema de preguntas y respuestas. Su nombre deriva del inglés *interview*. En los siglos XVI y XVIII, la entrevista se consideró primordialmente como un medio para entablar negocios".⁵⁹

Ahora, la entrevista es una técnica periodística que paulatinamente se ha convertido en un género propio del periodismo. Un individuo adiestrado en algún tema responde a los cuestionamientos del periodista-investigador.

⁵⁹ Perdomo Orellana, José Luis. *En el surco que traza el otro*. Ed. CONEICC. México, 1987, pág. 5.

Como la división social del trabajo ha generado, de una forma u otra, cada vez más especializaciones, algunas personas se dedican al análisis de determinados objetos de estudio, convirtiéndose en conocedores de su materia. Estos especialistas son capaces de portar consigo información de su área además de experiencias particulares como seres sociales. Si para complementar la información noticiosa requerimos ayuda y conocimiento de otros se puede acudir a ellos por medio de la entrevista.

"Mucha de la información obtenida por los periodistas en el curso de su trabajo está basada en entrevistar".⁶⁰

La entrevista requiere de habilidades y conocimientos del periodista para hacer de ésta un género profesionalmente práctico.

Además de la posibilidad para acopiar datos, la entrevista presenta una serie de factores localizados a partir de su flexibilidad en cuanto puede ser transmitida por cualquier medio de comunicación colectiva.

Los profesionales de la información saben cómo usar la entrevista para alcanzar sus fines; sin embargo, es pertinente señalar que una buena entrevista es aquella donde el entrevistador es capaz de emitir con fidelidad cuestionamientos que interesen a la audiencia.

El periodista debe conocer el campo de trabajo del entrevistado y datos de su vida personal y profesional. Las dudas deben presentarse como cuestionamientos inteligibles y, sobre todo, que lleven al informador a reflexionar en su respuesta.

"El público no tiene la oportunidad de poner las preguntas por sí mismo, debemos conducirlos hacia el desentrañamiento de las ideas."⁶¹

Esta técnica del periodismo no sólo es un listado de preguntas-guía para formularse a cierta personalidad; es un encuentro, una charla, una cita, donde las interrogaciones serán aclaradas en el tiempo concedido. Como vehículo de investigación, la entrevista es capaz de proporcionar altos porcentajes de datos sobre un tema.

No todas las entrevistas se realizan de igual forma, también existen clasificaciones diversas que contribuyen a seleccionarias para su estudio y práctica. El periodista cuenta con la posibilidad de utilizar a la entrevista como más le convenga. Desde la obtención de una cita hasta la manera de agradecer el tiempo valioso que ha dedicado el personaje a la causa informativa.

⁶⁰ Akiba, Cohen. *The television news*. NY University Press. USA, 1976, pág. 12.

⁶¹ Swallow, Norman. *Factual televisión*. Communication art books. USA, NY. 1986, pág. 19.

Si bien no podemos precisar el momento en que la entrevista aparece divulgando información, fue en 1859 cuando un periodista llamado Horace Greeley⁶² publica entrevistas y explica sus propias formulaciones técnicas. Al parecer, Greeley emplea a la entrevista para proponerla como un género esencial del periodismo, además, le atribuye clasificaciones: *de rutina, de personalidad y de simposio* que contribuyen a delinearla en un sentido teórico.

Actualmente están reconocidas: la entrevista informativa, de opinión, de semblanza y en profundidad.⁶³

Existen ciertas consideraciones fundamentales para llevar a cabo una entrevista con fines periodísticos: 1. Previa investigación a fondo. 2. Desarrollo de técnicas y estrategias. 3. Presentar una actitud apropiada. 4. Jerarquía y clasificación de datos. 5. Redacción final.

En primer lugar se debe buscar la manera de hacer una breve historia sobre el tema y la relación con el sujeto. ¿Por qué voy a entrevistarlo? ¿cuál es su trayectoria profesional? ¿por qué se relaciona con la información que buscamos? Recopilar datos sobre la vida y obra del entrevistado(a) y de ser posible memorizar algunos títulos o citas que permitan conocerlo un poco más.

Se investiga para conocer el tema requerido al grado de suponer las respuestas: puede ser que el entrevistado esté en un error o que las otras fuentes sean las erróneas, hay que permitir al informante una explicación clara acerca de lo que afirma y por qué; sus aseveraciones ayudan al investigador a la captación de datos confiables.

Existen tantas técnicas y estrategias como periodistas en el mundo. Retomamos una serie de pasos que pueden ser de gran utilidad:

- a) Hacer una introducción clara y precisa. Asumir el rol de reportero.
- b) Asegurarse del título y nombre del entrevistado antes de formular preguntas.
- c) Permitir al especialista hablar libremente, no interrumpir y hacer notas mentales o escritas de los puntos que necesitan más explicación.
- d) Las preguntas "más difíciles" dejarlas al final de la entrevista: el propósito es obtener información, hacer una pregunta complicada entre la charla puede provocar en el entrevistado un cambio de actitud.
- e) Estar consciente del tiempo de la entrevista.
- f) No hay que aferrarse a las preguntas preparadas, es posible entablar una nueva línea de discusión si las respuestas se encaminan a ello.

⁶²Akiba. *Op. cit.*, pág. 54.

⁶³Perdomo. *Op. cit.*, págs. 27-28. Taylor. S.J., et al. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Ed. Paidós. España, 1996, págs. 100-132.

g) De preferencia formular preguntas abiertas; no sirven de mucho las respuestas con un *si* o *no* ya que conducen casi siempre al *por qué*; con una sola pregunta abierta el entrevistado encuentra un camino para extender sus conocimientos.

Es muy práctico registrar la entrevista. Hoy en día las personas estamos acostumbradas a la tecnología y con su uso, los detalles que no se alcancen a anotar, pueden ser verificados en la cinta; es importante apuntar fechas, lugares, nombres, números, para llevar una especie de secuencia y puntos clave que permitan estructurar la entrevista de la manera más eficaz y conveniente, así como lograr una práctica clasificación de los datos. Al tratarse de televisión, la grabación debe cuidarse. Se sugiere revisar el audio antes y es necesario hacer una prueba con el entrevistado, ello puede evitar cualquier alteración.

La neutralidad no permite al reportero emitir opiniones ni permanecer al margen de la plática. Debe ser imparcial, objetivo y cortés, así como interesarse verdaderamente en las respuestas.

La entrevista se caracteriza por ser un texto que busca intercalar continuamente las aportaciones del entrevistador y el entrevistado. El lenguaje debe ser breve y llano, al trabajar con opiniones se pueden abordar niveles tan subjetivos que pueden remitirnos a la estética lingüística.

Sin pensarla como género literario, la entrevista tiene la cualidad de presentarse como un texto tan bello en el empleo del lenguaje y jerarquía de datos que bien puede ser considerada como tal, pero no debemos confundirla dado que los géneros literarios están determinados en la esfera de este arte; la entrevista aquí es una herramienta metodológica y periodística.

Las entrevistas pueden organizar la información basándose en cualquiera de los dos tipos de pirámides periodísticas. No es fundamental iniciar o terminar con el clímax, aunque antes de redactarla, el periodista debe considerar analíticamente los objetivos del texto así como los intereses propios y del medio en cuestión.

Se dan casos en que algunos especialistas nos conceden una entrevista por teléfono y, de la misma forma, se puede transmitir en cualquier medio. Cuando disponemos de este género para la prensa escrita, la posibilidad de creación literaria puede desbordarse pues es válida la descripción y narración durante el relato que muestra los hechos más relevantes (importantes e interesantes) de la entrevista.

Al transmitir una entrevista por radio es muy probable que el escucha preste atención inmediata a ésta no sólo porque puede interesarle el contenido sino por presentarse como una variante en el conjunto de la programación. Una voz distinta, una opinión diferente, emite comentarios, ideas, datos. La radio tradicional mantiene a un locutor (cuando más dos) al aire. En la entrevista hay una voz ajena a la cotidianidad radiada que emite opiniones, juicios, respuestas, informa, entretiene.

Como entrevistadores en radio, además de conocer a la entrevista como género, consideremos siempre invitar a la audiencia al traslado mental momentáneo hacia el lugar de los hechos, así como llevarlo a imaginar algunas peculiares virtudes del entrevistado.

En el particular caso de la televisión, las entrevistas cuentan con el lenguaje propio de este medio; sin perder objetividad, este género incluye opiniones y / o comentarios.

Los orígenes de la entrevista televisiva los encontramos hacia 1939 durante un programa titulado *Television Roof*⁶⁵ transmitido desde el Centro Rockefeller en la ciudad de Nueva York.

Si se trata de una entrevista por teléfono, por muchas razones: el entrevistado se enfermó, no pudo llegar, viajó de improviso, podemos recurrir a las imágenes de archivo (stock), al conductor o reportero a cuadro o al *chromakey* para apoyar la información.

En general se presenta en los programas de noticias, aunque hay algunos que son dedicados a este género en su totalidad. Sus funciones son: informar, entretener o ambas; puede ser breve, de 1 a 27 minutos; mediana, de 30 a 60 minutos o larga, de 60 a 90 minutos o más.

"Una entrevista más larga es un programa que implica producción, las respuestas no tienen más de tres minutos en las de mediana duración".⁶⁶

Se puede considerar el grado de formalidad de la entrevista: muy formal, moderadamente formal o informal, como una situación premeditada o espontánea.

Algunas veces, la entrevista es anunciada al inicio del noticiario como parte del programa; otras, es durante el mismo que el conductor casi sorprende al televidente como diciendo: ¿quién cree usted que se encuentra con nosotros?

En prensa y en radio se deben hacer pruebas de sonido antes de formular la primera pregunta al personaje. Sin audio es difícil llevar a cabo una entrevista y en televisión debemos rectificar como disciplina que el entrevistado esté listo para emitir su voz en el momento indicado cuando nos encontremos en el estudio y fuera de él.

Las entrevistas en estudio pueden ser grabadas a una o dos cámaras (a veces más) y por lo general los participantes se encuentran sentados (cómodamente en sillones o sillas) ya sea en el *set de noticias* o en un *limbo-set*.

⁶⁵ Castleman, Harry, et al. *Watching TV*. Ed. McGraw Hill Book Company. USA, 1982, pág. 10.

⁶⁶ Sampio, Walter. *Journalismo audiovisual. Vozes limitadas*. Ed. Petrópolis. EUSP. Sao Paulo, Brasil, 1971, págs. 106-109.

Tradicionalmente, los encuadres para realizar una entrevista son: *medium-shot*, *full-shot*, *over the shoulder* y *close-up* y como base el *ángulo normal*. En realidad la variedad y combinación de todos los ángulos y encuadres posibles lleva a la realización de un programa elaborado que implica producción y edición.

En un programa *diferido* pueden alternarse varios entrevistados en torno de la misma idea o tema; en caso de que sus comentarios excedan los tres minutos pero tienen cabida en el programa, pueden mezclarse imágenes fijas o en movimiento con el recurso de *voz en off* del entrevistado.

Es posible recrear una historia paralela al tiempo de grabación que dé validez e ilustre el tema sin hacerlo parecer aburrido y poco comprensible.

Cuando una entrevista es editada, aún después de la grabación, puede existir la tentación de abreviar las respuestas o cortar uno o varios enunciados específicos que no se consideren asociados con la pregunta. Se puede justificar esta acción diciendo que es por cuestiones de claridad: la respuesta original no es precisa y se readapta al colocar los mismos puntos de una forma más inteligible o atribuyéndole énfasis.

El espíritu y la objetividad de la entrevista no han sido afectados en sentido alguno, ¿es esto posible? ¿puede explicarse este tipo de edición? Tales problemas ocurren todos los días en el mundo de las noticias, es engañoso sugerir que un vasto número de programas televisivos es experto en este sentido.

La esencia del programa nace primero como una idea. Cuando los intereses de producción no permiten la publicación de ciertas opiniones, ya sea contra empresas, gobierno o sociedades particulares, la censura parece transformarse en auto-censura; sin embargo, con un inteligente tratamiento de las opiniones es posible abordar todos los temas sin dañar la estabilidad de una nación.

"El arte en el uso de la palabra y la imagen se puede convertir en artificio cuando se trata de crear las condiciones para que se pueda insertar necesariamente una información. Se crean en forma material las circunstancias de un contexto informativo, (operando una recontextualización) y se rescribe la estructura de la argumentación original alterando su sentido. Este tipo de manipulación recibe el nombre de *reconstrucción forzada*. Lo más importante sería, después de todo, no apoyarse en vicios como la conmutación sino concienciar cierto manejo de la información en cuanto puede ser manipulada; la conmutación es, junto con el silencio, la forma más eficaz de manipulación y es comparable con el efecto de censura, la conmutación es una desviación radical de la norma periodística elemental por la que se comunica una información diferente de la original. Es probable que este término haya sido tomado de las matemáticas donde se advierte que una fórmula puede variar el orden de los factores sin alterar el producto, es otro factor que viene a redondear la selección fortuita o premeditada necesaria para la formación, en tanto son creados, de programas".⁶⁶

⁶⁶ Vilches, Lorenzo. *Manipulación de la información televisiva*. Ed. Paidós Comunicación. Barcelona, 1989, pág.31.

La selección de datos, materiales y recursos resulta arbitraria si la vemos como una valoración del periodista, por ello la importancia de las herramientas útiles del periodismo que ayudan a organizar con imparcialidad los detalles para crear una redacción especial como el caso de la entrevista. La fórmula básica de preguntas y respuestas resulta una fuente de información.

2.3 Periodismo interpretativo

"La Interpretación periodística tiene su origen en Estados Unidos: la prensa sensacionalista del siglo XIX. Su propósito era tanto mercantil como propagandístico: atraer más lectores y muchas veces servir de instrumento político".⁶⁸ Sin embargo, desde 1945 se consolida el periodismo *Interpretativo*, su apogeo es durante la década de los cincuenta y se caracteriza porque consta de la combinación simultánea del relato y el comentario.

"Periodismo Interpretativo es el que busca el sentido a los hechos noticiosos que llegan en forma aislada, situarlos en un contexto, darles un sentido, entregárselos al lector no especializado. Esta Interpretación debe basarse en hechos concretos y en opiniones responsables y que sean pertinentes y debe ser presentada en forma amena y atractiva".⁶⁹

Los Informadores comienzan a teorizar analíticamente sobre las posibilidades del uso de la objetividad y la subjetividad periodística, así como del metódico estudio de la comunicación. Evalúa y valora los hechos.

"El *periodismo Interpretativo* continúa hoy día en la cobertura de noticias. La postura de narrar un hecho y comentarlo ha propiciado el surgimiento de un periodismo apoyado en la opinión. Las columnas, por ejemplo, son modelo de creatividad estilística. En opinión de Barthes (1967) el lenguaje y el estilo, aunque imposibles de separar, están de todas maneras individualmente condicionados. Mientras el lenguaje está determinado por los factores exteriores y culturales referidos por Lévi-Strauss, el estilo está referido a aquellos factores internos y personales dentro de la historia del escrito que son idiosincrásicos -y tan involuntarios- como sus huellas digitales."⁷⁰

⁶⁸ Benavides. *Op. cit.*, pág. 160.

⁶⁹ Santibáñez, Abraham. *Periodismo Interpretativo*. Ed. Andrés Bello. Chile, 1995, pág. 42.

⁷⁰ Baggaley, J., et al. *Análisis del mensaje televisivo*. Ed. Gustavo Gilli. España, 1985, pág. 60.

El formato Interpretativo de la prensa contemporánea atrae la atención del lector y brinda Interpretaciones de la realidad mediante la unidad narrativa, el contexto y la significación social. (Nótese que hablamos de *Interpretaciones* en plural: no hay una Interpretación única y completa de la realidad).⁷¹

El periodismo Interpretativo atiende al por qué y al cómo de la noticia, profundiza sobre estas respuestas y proporciona al lector una visión característica del medio, de las opiniones de los periodistas y, a veces, de los anunciantes. En el periodismo Interpretativo encontramos a la crónica y al reportaje como sus exponentes.

2.3.1 Crónica

La crónica, como el ensayo, está considerada en el campo de los géneros literarios; sin embargo, la práctica ha determinado el uso de este género en la actividad periodística. Lejos de despertar algún tipo de Inconformidad entre los literatos, la crónica es utilizada como un género más del periodismo y como tal cuenta con especificaciones que le son propias; es una expresión del arte literario y se ha adecuado al área del periodismo en los medios de comunicación colectiva.

Sus orígenes se remontan a la época de reinados, dinastías e Instituciones, se limita al registro de acontecimientos en anales y décadas según ocurren en tiempo y espacio.

A partir del siglo XV con Fernao Lopes (en Portugal) alcanza niveles literarios. Etimológicamente, *crónica* se deriva del latín *chronica* y del griego *chronik*, biblia, libro de relación de sucesos en el que se observa el orden de los tiempos debido a la participación de los cronistas.

Se trata de una especie de recuento histórico redactado por escritores dedicados a verter los hechos del momento en diarios que van constituyendo poco a poco anuarios y posteriormente décadas o decálogos.

Este género ha contribuido enormemente a formulaciones históricas, por lo menos verosímiles de los sucesos cotidianos en determinada sociedad. Su éxito depende del cuidado que se dedica a la trascendencia porque finalmente las crónicas atienden al presente en cuanto los hechos se dan en ese preciso momento; al pasado cuando se vuelven motivo de consulta analítica y de conocimiento y al futuro por estar pensadas para ser aprehendidas por las próximas generaciones.

Al tratar de definir a la crónica actual, la encontramos como un texto corto, testimonial, cuya principal característica es dar inicio con un hilo conductor que va desglosando los hechos hasta el final; puede crearse en un sentido lírico, épico o narrativo.

⁷¹ Benavides. *Op. cit.*, pág. 159.

Se escribe en prosa y es sumamente sensible a la estilística del cronista, su estructura está dividida en dos grandes y principales bloques: el tema y el cuerpo, éste, a su vez, delineado por sus derivaciones (un tema opuesto u otro emanado del principal, narración del hecho o fábula con todo y aspecto moralizante)

Existe una postura ideológica, motivación y excesiva concentración del cronista, quien puede incluir conclusiones, aspectos lúdicos, ironía o cualquier enunciado que le permita continuar con la secuencia del relato.

Hay cronistas oficiales, escriben sobre los acontecimientos históricos de un pueblo, una ciudad o una nación.

"En las crónicas tiene lugar la actualidad (a veces a partir de una noticia del periódico), la memoria (se regresa a la información, sus distinciones, recuerdos, nostalgias), el ambiente (se evoca a la ciudad, el campo, los diferentes tipos de realidad), la tipología humana (los afiladores de tijeras, el zapatero, el cilindro ciego, los frequentadores de café) y finalmente, ciertas fabulaciones de tipo onírico, maravilloso o fantástico que más tarde pueden concretizarse en la obra de ficción del cronista".⁷¹

El carácter estético de la crónica la hace tener cualidades literarias por el empleo de géneros literarios como la narración, descripción, alegoría, metáfora. La crónica es un instrumento de trabajo periodístico, un relato de los acontecimientos a través del tiempo, narra *el acontecer cotidiano*, la crónica figura como una de las redacciones especializadas que han tenido popularidad en los diarios impresos y las emisiones radiofónicas.

La información, la noticia y los géneros rodean al periodismo dándole forma y definición, juntos hacen de esta práctica un complejo estructurado. Los géneros periodísticos son las herramientas indispensables para el tratamiento de la información en los medios. Con las posibilidades técnicas, el periodismo se convierte en una puerta a la disciplina metodológica.

2.3.2 Reportaje

El reportaje es un género con características que lo hacen ser una de las columnas vertebrales de las técnicas periodísticas. Con el desarrollo tecnológico de los medios de comunicación el reportaje se ha convertido en el patrón de los demás géneros y no sólo por el modelo que ha llegado a representar sino por la subordinación que los otros géneros le manifiestan. Para entrar al estudio del reportaje lo voy a observar en el marco del periodismo.

⁷¹ *Los Universitarios*. Órgano de la coordinación de difusión cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México. Mensual. Dir. Gonzalo Velorio. UNAM. Tercera época. Septiembre, 1989, pág. 15.

Los instrumentos periodísticos, en su calidad de únicos (con singularidades) constituyen juntos una técnica más de expresar la noticia a través de la acción informativa al encontrarse en una unidad diferente que llamamos reportaje. La nota, la reseña, la crónica, el artículo y la entrevista al conjugarse armoniosamente y apoyados en vertientes literarias auxilian a conformar un nuevo género, una estructura privativa denominada *reportaje*. Este género permite incidir en los hechos sociales de manera ágil y dinámica, así como aproximarse a los temas de interés humano básicos del periodismo.

Se distingue entre otros aspectos porque le está permitido el uso de la crónica, narración, descripción, exposición, metáfora, argumentación, parodia, alegoría, poesía y la participación activa del reportero por lo que se le puede considerar también como un género literario. Es decir, el reportaje emplea los elementos objetivos propios del periodismo y los elementos subjetivos propios de la literatura. Es por medio del reportaje que se puede reflejar la realidad de manera tal que el espectador o lector puede formularse sus propios juicios, opiniones o nuevas ideas, sobre todo busca generar cierta conciencia sobre algo, independientemente de la subjetividad empleada por el reportero.

"Hacer reportaje significa ir al lugar de los hechos después de hacer una mínima investigación, tomar notas y después, tras completar la investigación, elaborar un texto con respecto a ese acontecimiento. Como los demás géneros, el reportaje posee todas las características generales del periodismo pero, a la vez, va a agregar otra, particular, peculiar para los requerimientos del periodismo: su capacidad de recrear las descripciones y comentarios a la manera de los géneros narrativos de la literatura. El reportaje es el rey de los géneros periodísticos, no sólo por su trayectoria histórica (representando siempre las características más funcionales y atractivas del periodismo) sino también por sus objetivos, los cuales producen una estructura flexible y a la vez amplia y operativa. Además cuenta con las características y cualidades propias de todos los géneros periodísticos."⁷²

El formato del reportaje es fluido en su presentación; veraz, confiable e innovador en la exposición del tema; actual (no precisamente nuevo) y oportuno en su emisión o publicación; contiene altos índices de interés humano y, sobre todo, al integrarse gracias a la ayuda de los otros géneros debe auxiliarse de una rigurosa y sistemática investigación a fin de transmitir la información lo más fiel, resumida y amena posible.

La realización del reportaje exige un proceso de investigación y conocimiento de técnicas para su creación y difusión. El uso que hacen los medios de este género le da un lugar singular en el tratamiento de la noticia.

Podemos situar los orígenes del reportaje desde la invención de la imprenta porque la acción de *reportar* da inicio prácticamente en este medio; sin embargo, como género ya constituido lo vemos en el primer tercio del siglo XX. A partir de entonces ha existido voluntad y preocupación por hacer de este género la forma más completa de dar y recibir la información periodística.

⁷² Dallal, Alberto. *Lenguajes periodísticos*. UNAM. México, 1987, págs. 63-64.

El reportaje nace como consecuencia de las necesidades sociales de *vivir en la noticia* (estar informado) y se moderniza conforme lo adoptan las nuevas tecnologías en el ámbito de la comunicación social.

Las primeras evocaciones teóricas del género que ahora estudiamos datan de 1938 cuando Curtis MacDougal propone los principios que han de conducirlo posteriormente hacia el análisis profundo de la noticia, llamándolo *reportaje interpretativo*. Algunas décadas después (1972) surge el término *reportaje de investigación* a raíz de las publicaciones sobre historias ocurridas en Watergate; aunque su uso ha sido ponderado antes por periodistas y literatos desde la década de los treinta, se perfecciona y difunde hacia los años cincuenta y sesenta:

"Stone, el reportero que escribió sobre el gobierno federal de los Estados Unidos de Norteamérica (1953), Upton Sinclair con la novela titulada *La Jungla* acerca de la industria empacadora de carne en Chicago; Ran Stannard Baker con sus escritos referentes a las condiciones de trabajo en los infantes; Ida Tarbell sobre las injustas prácticas laborales de la *Standard Oil* o Truman Capote con su novela titulada *A sangre fría*".⁷³

Es importante subrayar que algunos reportajes se convierten, por sus características narrativas en géneros literarios del área de la novela, principalmente. Éstos son igualmente válidos a medida que dichas obras tienen relevancia popular, se apoyan en noticias y toman, al mismo tiempo, carácter informativo alejándose evidentemente del mero aspecto ficticio para tratar un tema noticioso basado en la realidad cotidiana.

La Segunda Guerra Mundial trae a la radio los primeros reportajes; transmitidos gracias a los boletines de agencias, emiten al escucha informes sobre lo acontecido durante y después de la guerra. Al parecer este género tiene poca importancia en la radio, su difusión comienza a ser suplantada por noticiarios cuyos contenidos se apoyan sobre todo en la nota, la entrevista y el artículo, además del radio-teatro y musicales.

73 Existe una producción filmica que se basa en la historia real de un asesinato múltiple.

3. Periodismo cultural

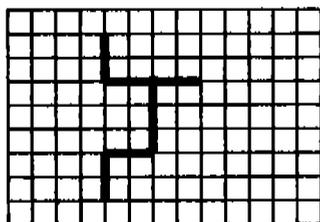
Para referirnos al periodismo cultural es pertinente acercarnos a una definición accesible de *lo cultural*, desde una perspectiva teórica y práctica para dar seguimiento a nuestro trabajo y contar con diversas aportaciones que contribuyan a comprender este estilo de periodismo.

"Desde comienzos del siglo XVIII, con la producción pionera de escritores periodistas como Swift, Defoe, Addison y Steele, para periódicos como *The Tatler*, *The Spectator*, *The Review* y *The Examiner*, el campo del llamado periodismo cultural no cesó de expandirse y diferenciarse en el mundo entero como un aspecto más de la *haute vulgarisation* y del profundo proceso de socialización y diversificación cultural desatado por la imprenta de Gutenberg a mediados del siglo XV".⁷⁵

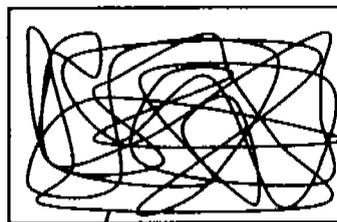
La cultura es el conjunto de relaciones humanas que caracterizan a una sociedad. "Un modo de organizar el movimiento constante de la vida cotidiana. La cultura es el principio organizador de la experiencia, mediante ella ordenamos y estructuramos nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales".⁷⁶

En este sentido podemos referirnos a una cultura moderna y a una cultura tradicional, ésta tiene relevancia para nuestro estudio debido a que se trata de una parte de la cotidianidad fundamentada en la transmisión oral del conocimiento a través de las generaciones.

"La era tecnológica ha invalidado el conocimiento aristotélico tradicional que ordenaba el mundo en categorías definidas y subordinadas entre sí. Hoy descubrimos el mundo al azar y por un proceso de ensayo y error, según las vicisitudes de nuestra propia historia. La cultura de nuestro tiempo es desordenada, aleatoria, fragmentada. Carece de principios jerárquicos, *el individuo sabe todo de todo* aunque permanezca en la superficie de las cosas. Estamos ante la cultura en mosaico. Un gráfico de Moles define la cuestión:"⁷⁷



Cultura tradicional



Cultura moderna

⁷⁵ Rivera B. Jorge. *El periodismo cultural*. Ed. Paidós. Estudios de comunicación. Argentina, 1995, pág. 41.

⁷⁶ www.geocities.com Texto de Barei, Silvia. *El sentido de la fiesta en la cultura popular*.

⁷⁷ Tubau, Iván. *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Ed. ATE. Barcelona, 1982, pág. 33.

El periodismo cultural se define por la difusión específica de las relaciones comunitarias que incluyen costumbres, vida cotidiana, historia social, antropología, bellas artes, historia regional; sus espacios se consolidan en las secciones dedicadas a la cultura, revistas especializadas, suplementos culturales y secciones especiales.

Se define por la temática de sus contenidos. Busca difundir aspectos de la sociedad y para la sociedad pero no en un sentido amplio como el caso de la Información de actualidad, sino que sus temas son especiales de acontecimientos dedicados a estos aspectos.

Periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios de comunicación⁷⁸; "es una zona compleja y heterogénea de los medios, géneros y productos que aborda con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los fenómenos de las bellas artes, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destino".⁷⁹

En un acercamiento al estudio de la programación televisiva cultural encontramos que "Canal 22 es un canal estatal con programación cultural... Canal 11 (XEIPNTV) desde un principio presentó como Instrumento para su labor educativa, programas de corte cultural. Desde entonces la televisión cultural ha recorrido un camino difícil para llegar a convertirse en una opción que interese y guste al público mexicano... El proyecto más significativo, anterior a Canal 22, fue realizado por Televisa, surge a principios de los 70, encabezado por la Fundación Cultural Televisa A.C. y tiene como objetivo la difusión de educación y cultura para la sociedad mexicana... Televisa había designado el Canal 9 para transmitir programas culturales pero finalmente le redituaba más la programación de entretenimiento, sin difusión cultural, así que, al cabo de unos años, se modificó la programación, regresó a ser un canal comercial".⁸⁰

Aquí nos tocó vivir es un programa de Canal 11 con cerca de veinte años de transmisión cultural. Su formato obedece a los géneros de entrevista, reportaje, crónica, algunos artículos y su aceptación es tal que es uno de los programas de más rating en la televisión cultural del país. "Este ejemplo puede servir como punto de partida para hablar de la producción televisiva cultural que debe responder a las necesidades particulares de la sociedad en que se genera, ese debe ser su principal objetivo".⁸¹

Por lo tanto, el periodismo cultural no se define por el campo -como lo puede ser el periodismo especializado en la literatura, la plástica o el cine-, aunque los incluya, sino por una especial manera de ver cualquier práctica social.

⁷⁸ Ibidem, pág. 37.

⁷⁹ Rivera. *Op. cit.*, pág. 63.

⁸⁰ Rodríguez López, Nelly. *Canal 22, una alternativa para la difusión cultural en la televisión de México*. Tesis. UNAM. FCPy S. Ciencias de la Comunicación. México, 2002, págs. 55-57.

⁸¹ Hernández Carvajal, Roberto. *La televisión cultural a través de canal 22 a partir de la creación del Consejo nacional para la Cultura y las Artes*. Tesis. UNAM. FCPyS. Ciencias de la Comunicación. México, 1997, pág. 40.

3.1 Reportaje cultural

El reportaje cultural se define por su contenido temático, en éste, la técnica periodística prevalece como herramienta indispensable en la redacción, se distingue por el tratamiento y el tema del suceso-noticia. El reportaje cultural dedica sus páginas a difundir aspectos de la vida social inherentes a la cultura. De alguna manera hablamos de hechos culturales en forma de información de actualidad, o sea, periodística. En consecuencia tratamos aquí con el periodismo especializado, se encarga de una fuente específica y se convierte en un conocimiento propio de expertos.

En este género especial se pueden obtener habilidades para el procedimiento del acopio informativo cultural en forma de reportaje aun cuando sea dirigido a un público no especializado. De hecho, el reportaje debe tener sencillez y dinamismo, sobre todo si trata temas cotidianos o históricos.

"La especialización está llamada a convertirse no sólo en la columna vertebral de un nuevo periodismo que sirva mejor a los intereses de la sociedad, sino en el crisol fundente de una nueva concepción de la empresa informativa. Abundan quienes sostienen que es un objetivo totalmente obligado, aunque por el momento, más sobre la mente que sobre la práctica".⁸²

Al realizar un reportaje cultural se debe tener en cuenta el amplio concepto actual de cultura: "la cultura deja de fundamentarse en las obras de arte y pasa a considerarse desde el punto de vista de cómo se organiza y *realiza* un estilo de vida".⁸³ La perspectiva del nuevo periodismo unifica este género a través de la investigación y lo integra en un equipo de producción.

Enfocamos este trabajo al caso de la *tradición* como eje de la actividad social cotidiana: la continuidad del conocimiento a través de las costumbres que se enseñan y aprenden mediante la palabra y se transmiten de generación en generación hasta nuestros días. Como ejemplo tenemos el caso del *baño ceremonial temazcalli*, como parte de la medicina tradicional, la herbolaria, las ceremonias y rituales prehispánicos que prevalecen hoy como una forma de vida tanto en los pueblos indígenas como mestizos, en las zonas rurales y urbanas.

Existen tradiciones antiguas que han dado a nuestro presente bases para la obtención de datos importantes que han sido útiles para los estudios científicos, antropológicos, sociales, históricos, culturales y, en nuestro caso, periodísticos.

Estos sucesos han formado parte de las costumbres de nuestro país antes de la época prehispánica hasta nuestros días, esto significa que se conservan en la vida cotidiana ciertas prácticas indígenas que no fueron transformadas por la conquista española; ello se debe, en gran medida, a la tradición oral.

⁸² Tubau. *Op. cit.*, pág. 16.

⁸³ *Ibidem*, pág. 80.

"La tradición oral es la fuente inagotable del pasado que facilita a la humanidad la relación constante del presente en épocas pretéritas, perdidas en el mundo mítico para buscar aquellos datos que permiten explicar sus raíces y así evitar la ruptura del hoy con el ayer. La tradición oral relaciona al hombre con sus semejantes durante toda su existencia, en el uso común de la palabra. Esta relación tiene el carácter de una comunicación directa y personal. La oralidad es el medio que permite avanzar en la preservación de identidades y culturas, por eso, al seleccionar la fuente es necesario previamente establecer la verdad o falsedad de los testimonios a transmitir. Mas allá de distinguir entre fantasía o realidad en la interpretación de la historia, la tradición oral demanda acabado conocimiento y experiencia de vida propias de quien *ha vivido o pertenece a una comunidad* para transmitir, fehacientemente y con autoridad, su mensaje. La necesidad del conocimiento del medio en que se desarrollan las tradiciones precisa recaudos propios esenciales, entre ellos elección de temas, veracidad en la fuente, precisión en la trasmisión."⁸³

Por lo tanto, el reportaje cultural puede adecuarse a los temas de transmisión oral porque es un asunto factible de publicarse en secciones destinadas a la cultura misma. Hay una difusión de una memoria ancestral, conductual y de antropología social. Es el reportaje el que mejor se adapta a las condiciones comunitarias porque utiliza a todos los géneros en su estructura.

"Se supone que una persona no esté capacitada para iniciar un proceso de comunicación utilizando símbolos convencionales, a menos que posea una *memoria* de funcionamiento adecuado. La misma suposición recae sobre la persona receptora; a menos que otras experiencias internas y paralelas puedan ser provocadas en las funciones de la memoria; cuando esa persona responde al símbolo, no podrá producirse la comunicación. El paralelismo de la experiencia requiere que ambas partes hayan sido expuestas a convenciones culturales, relativas al vínculo entre el símbolo y su referente. ¿Cómo funciona la memoria humana? y ¿cuáles son las consecuencias de las funciones de la memoria para el acto básico de la comunicación? El concepto más importante que ayuda a comprender el funcionamiento de la memoria humana es *la señal*, toda experiencia de la que el individuo se entera queda *indeleblemente impresa* en las células nerviosas del cerebro."⁸⁴

Nos encontramos con símbolos, señales, referencias, impresiones en la memoria social, el lenguaje articulado como impulso de la información generacional, las anécdotas, leyendas, mitos, los momentos mensurables mediante las técnicas de registros informativos, por ejemplo, los géneros periodísticos. Si hablamos de una memoria colectiva, antigua, generacional, genética, familiar, social, regional, local, existe un sentido de búsqueda constante para el reportaje cultural. Se trata de la vivencia cotidiana a través de los fenómenos informativos que adoptan aspectos tradicionales de una cultura.

⁸³ Paredes Jáuregui, Nancy. En: www.escolares.com.ar

⁸⁴ De Fleur, Melvin. *Teorías de la comunicación de masas*. Ed. Paidós. México, 1987, págs. 172-173.

En este sentido, el reportaje cultural es un recurso adecuado para difundir las tradiciones autóctonas, nacionales, regionales, locales, a través de la historia, tal es el caso del temascalil que se efectúa en el estado de Morelos y del que abundamos en el siguiente capítulo, cuyas características lo involucran con el nuevo periodismo.

3.2 Producción periodística en televisión

La televisión tiene finalidades definidas: entretener, informar y / o vender; el aspecto comercial de la televisión nos permite reflexionar sobre lo opuesto: la difusión cultural contribuye a elevar el conocimiento de una comunidad y el reportaje es un género adecuado a temas culturales porque puede utilizar otros géneros periodísticos en su estructura. Con la cualidad en directo y diferido, estos temas pueden expresarse con artículos, entrevistas, reseñas, crónicas, unidos en una serie de reportajes.

"El tema de la televisión como medio de cultura preocupó tempranamente a muchos investigadores sociales, motivados por las acusaciones de banal y escapista que se levantaron contra ella también en forma temprana. Uno de los primeros intentos sistemáticos de explorar el campo en el sentido apuntado se llevó a cabo en Francia a comienzos de la década de los cincuenta, cuando el equipamiento televisivo y el propio desarrollo del medio se encontraban todavía en una etapa de real insipiencia. Una red de pequeños pueblos franceses, esparcidos en un radio de 100 kilómetros al este de París, conoció la televisión a través de lo que se definió entonces como la experiencia de los *teleclubs* o grupos zonales de consumo y debate de los contenidos televisivos".⁸⁵

En el área televisiva, el reportaje tiene sus primeras apariciones como género en el periodo de la posguerra (1950) es entonces cuando surge en un sentido interpretativo y con el recurso de la imagen se convierte en una manifestación expositiva con fines, claro, de difusión de los sucesos.

"Entre la década de 1950 y 1960 comienza a transmitirse en programaciones como *CBS Reports, 60 minutos* (de la CBS también), *NBC White Papers y Véalo ahora*".⁸⁶

Durante los sesenta los acontecimientos de la guerra de Vietnam tienen relativa fama entre los reportajes televisivos.

En un principio, *los reportajes de Investigación* se clasifican de acuerdo a ciertos géneros cinematográficos: *documental, mini-documental, reportajes especiales y programas de revista*; las últimas tres denominaciones se ajustan con rapidez a la televisión. Posteriormente, el reportaje simplifica sus cualidades y se convierte en un género *interpretativo y de profundidad*.

⁸⁵ Rivera. *Op. cit.*, pág. 159.

⁸⁶ Newsom. *Op. cit.*, pág. 320.

El *documental para televisión* dura de 30 a 90 minutos; trata sobre un tema específico y a menudo expone una perspectiva política, económica y / o cultural, de una realidad determinada; deja la puerta abierta para reflexionar sobre el cambio social.

Los recursos empleados para la realización del documental son complejos, se necesita un equipo de trabajo permanente, de tiempo completo: camarógrafo, reportero, iluminador y sus respectivos equipos técnicos: cámaras, grabadoras, trípode, iluminación. Ello implica un financiamiento que no siempre se ve retribuido por los *ratings*⁸⁷ representados por el documental. Es objetivo en imagen y audio. Expone, explica, reporta, atiende a los marcos que su realidad implique, esto significa que existe impacto, importancia y sobre todo la posibilidad de creación periodística.

Después de proponer un tema, es aceptado por el director y el productor, deben conocer detalles sobre el porqué y propósito del programa, características y audiencia, así como los recursos necesarios para su realización. Debido a que la fundamentación es un móvil apropiado que invita a la producción.

El *mini-documental* aparece determinado tiempo asignado en diferentes días: dos, tres, cinco partes o más; regularmente no excede los 45 minutos. Este tipo de programa comienza a ser producido por la CBS (*Corporation Broadcasting System*) hacia 1968 y se comercializa en América.

El *reportaje de profundidad* es el *reportaje de investigación* del que hablamos a lo largo de este estudio, forma parte del nuevo periodismo en su calidad metodológica, rigurosa, y de acuerdo con la alta tecnología que pueda emplear.

Se llaman *reportajes especiales* aquellos que se constituyen en una serie emitida previa promoción y horarios especiales (quizás dominicales o nocturnos) se distinguen porque son altamente especializados y hacen constante llamada al interés humano. Cuentan con una producción detallada y en general, cuentan con un personal de investigación que se encarga de los contenidos. Como el caso de los recientes reportajes de Enrique Krauze llamados *Siglo XX*, sobre la historia económica, artística, política y social de México.

El *reportaje de revista* es el que aparece en programas de contenido variado; en la miscelánea que lo trasmite se presenta como programa independiente y ello no le priva de sus peculiaridades como género. Su duración es de 10, 15 o 20 minutos para emitirse en programas de una hora u hora y media. Le pueden acompañar la reseña, el artículo o editorial del programa. Se utiliza como eficiente recurso para atraer a la audiencia.

Estas son clasificaciones que dieron origen a las que conocemos actualmente y se resumen en dos: *el reportaje interpretativo* y *el reportaje de profundidad o de investigación*.

⁸⁷ En televisión cada punto de *rating* abarca aproximadamente 69,200 hogares. Jeremy, George. *¿Quién es quién?* En: *New York Times*. Revista. Julio de 1989, pág. 4.

Ambos, debido al elemental aspecto de investigación convergen en el requisito indispensable de todo reportaje: el proceso teórico-práctico de investigar. Esto significa que cualquier otra denominación queda comprendida en estos dos ordenamientos del género.

El *interpretativo* es el tipo de reportaje que deja la mayor parte de su redacción a la opinión, basada en los datos, como si se dejara llevar siempre por la abstracción y explicación del reportero; el índice subjetivo: valoraciones, juicios, argumentos personales, se suman en la estructura, forman parte del periodismo interpretativo.

El *reportaje de profundidad* es informativo, pretende distanciarse de la opinión. Se acerca al documental pero con la firme certeza del empleo y dominio de los otros géneros periodísticos. Es decir, presenta dinamismo, fluidez y agilidad como reportaje al tiempo que es abundante en la información.

Como género periodístico el reportaje tiene la principal distinción de hacer conciencia en el lector sobre el tema tratado. Para ello utiliza un lenguaje adecuado basado en la interpretación e información, con todas las libertades permitidas.

Se emplean párrafos cortos, oraciones largas o breves, se responde a los cinco tópicos y se elabora un minucioso y riguroso esquema de investigación que no le permite demasiado apoyarse en el conocimiento puramente empírico.

Debe emplear las técnicas de investigación: observación directa e indirecta, investigación documental, bibliográfica, hemerográfica, especializada, iconográfica, fílmica, testimonial que proporcionan al reportero (investigador) todos los detalles posibles. Se somete a la observación, experimentación, comprobación de resultados y elaboración del producto.

La continua y certera mezcla de opiniones, anécdotas, factores lúdicos, deseos, apreciaciones, a su vez condicionados por una serie de particularidades implícitas en el periodista: sus intereses, la selección de información, su nacionalidad, contexto, marcos referenciales.

La flexibilidad utilizada por el reportaje para el empleo de las técnicas de investigación y de la lengua misma lo hace ser un medio eficaz para la transmisión de conocimiento mediante infinidad de mensajes.

Como género periodístico el reportaje cultural para televisión trata con noticias elaboradas por el periodista de manera tal que constituyen algo nuevo, innovador, importante, así como de verdadero interés para muchos.

Persigue hechos con frescura e inmediatez mediante un proceso de elaboración que los retendrá más tiempo al empleado por cualquiera de los otros géneros. Son acontecimientos que el periodista convierte en noticia al transformarlos en reportaje del área de la cultura. No pierden validez como tales aunque no ocurran el mismo día de su emisión.

"La programación temporal -que apunta al establecimiento de una cronología- no debe ser confundida con la programación textual que efectúa el enunciador obedeciendo a las coerciones y aprovechando las libertades debidas a la naturaleza lineal (temporal o espacial) del texto."⁸⁸

Nos enfrentamos por una parte, al tiempo del discurso informativo y por otra al tiempo del acontecimiento, "en otras palabras, podríamos decir que uno es el tiempo del texto y otro el tiempo de las cronologías vinculadas por el texto".⁸⁹

En el reportaje televisivo nos enfrentamos con uno de los principales cometidos del quehacer informativo: construir el mensaje de manera que suponga el tiempo real. El espectador puede tener la sensación de percibir el acontecimiento en un tiempo inmediato y con la perspectiva formal de actualidad remitirlo al plano de lo verosímil.

Se inquieta del porqué y el cómo de la historia, la desentraña y le proporciona un significado preciso, analizado y visto desde varias perspectivas por permitirse el uso razonado de distintos géneros.

El reportaje televisivo se adapta a las distintas situaciones ocurridas en el tiempo real, según sucedieron. El texto intenta seguir una secuencia cronológica, las transiciones entre párrafos parecen llevarnos de un salto a la subjetividad. Ambas pirámides pueden ser utilizadas según la capacidad creativa del redactor. Podemos iniciar con una breve entrevista para aunarla a una reseña y ésta a un artículo para terminar siempre con una estructura cronológica.

El reportaje cultural no pierde sus dimensiones informativas, de entretenimiento y originalidad aun cuando tenga la imperiosa necesidad de los otros géneros pues éstos dejan de serlo en sí mismos transformándose para el reportaje. De cualquier manera que sean elegidos para la redacción del texto final constituyen una estructura coherente con significados, sintaxis, pragmática y estilo.

Se requiere introducción al tema, desarrollo por capítulos o incisos -explícitos o implícitos- y conclusiones, así como una continua y certera mezcla de los argumentos hechos por el periodista. Tenemos un sector completo de información en sentido estricto y otro de valores, en sentido amplio, que conjugados encuentran su máxima exposición en este género periodístico.

Las pirámides ayudan a jerarquizar la información, este ordenamiento obedece a tres principales circunstancias: los objetivos del tema, el punto de vista del informador, su estilo.

De acuerdo al esquema de investigación, los objetivos se desglosan en la estructura (cualitativa y cuantitativa) del reportaje. No deben perderse de vista debido a que forman el hilo conductor del relato y pueden basarse en dos grandes bloques: informar o entretener e informar.

⁸⁸ Greimas, A. *Semiotique*. Ed. Avangard. Paris, 1984, pág. 323.

⁸⁹ Vilches. *Op. cit.*, pág. 164.

Los reportajes pueden promover la participación de la audiencia en una realidad inevitable, en un suceso con datos manipulados para darse a conocer.

Es valioso tener claros los objetivos, de ellos depende lo que se infiere en las conclusiones y en la estructura misma. Existen reportajes cuyo principio las explique e incluso expone los resultados, ello aumenta la calidad a medida que los objetivos están constantemente buscados durante el trabajo.

Al emplear las técnicas de investigación, delimitar el tema, plantear y justificar, definir objetivos, formular enunciados hipotéticos, señalar y descubrir fuentes, analizar y estructurar conclusiones, el reportaje cultural es un trabajo minucioso, metódico y ordenado. Abarca el conocimiento de técnicas en el nivel metodológico. Necesita un modelo útil que establezca los pasos a seguir para la eficaz realización del producto. Por ello incita a la búsqueda de información e interpretación para ser procesadas por el periodista. Seleccionar la información implica una opinión, estructurarla para su difusión requiere de cierto análisis. Bajo esta perspectiva parece ser entonces que la objetividad es una estampa formal más que real.

El estilo forma parte fundamental en la redacción de noticias, en el caso de los reportajes este aspecto contribuye a su éxito y lo hace trascender junto con la noticia misma. Al remitirnos al aspecto estilístico es necesario introducir elementos estéticos desprendidos de la elocuencia empleada en el uso del lenguaje. Sus cualidades de belleza deben relacionarse para coparticipar en la producción.⁹⁰

La combinación de lo real y lo escrito vertida en las formas más exaltadas de la gramática lingüística y del adecuado manejo de su vasta riqueza hace de los momentos periodísticos acercamientos al arte literario, y pueden mirarse como géneros estéticos. Es en el estilo donde ronda la veterana discusión sobre periodismo y literatura que encuentra su máxima expresión en la creación del reportaje.

Cualquiera de las dos pirámides elegidas para estructurar el cuerpo del reportaje requiere dedicación del reportero para ordenar los datos de la manera adecuada.

Si se trata de la *pirámide invertida*, por ejemplo *A sangre fría* de Truman Capote, se usa lo más directo de la información en las primeras líneas; después, poco a poco se agregan los detalles que incluyen aportaciones condicionadas a su vez por la práctica estilística del realizador.

Luego de conocer el tema que se aborda en el reportaje, el siguiente cometido es redactar una agenda de trabajo, ésta tendrá las anotaciones más completas sobre el calendario de actividades: qué día y cómo aplicaremos las distintas técnicas de investigación metodológica y periodística.

⁹⁰ Por ejemplo los programas de Jaques Cousteu: *El lenguaje de los delfines*. Francia, 1993. 60 min. *Jinetes del viento*. Francia, 1996. 60 min. *El misterio de los arrecifes ocultos*. Francia, 1997. 60 min. *Las últimas sirenas*. Francia, 1997. 60 min, entre otros, que almacena la videoteca de Canal Once del Instituto Politécnico Nacional. Información de la videografía de Cousteu en: www.ucom.es/BUCM/bio/Mediateca.htm

Contamos con más de diez técnicas (además de las exclusivas del periodismo) para ayudar a elaborar el producto con eficacia y de acuerdo al tiempo disponible desde el inicio a su difusión.

Por medio de la observación directa, indirecta, investigación bibliográfica, hemerográfica, documental, testimonial, especializada, fílmica, iconográfica, se encuentra la mayor cantidad de datos posibles.

Luego se divide el acopio de éstos en dos grandes columnas: una informativa y otra interpretativa, de manera tal que sea viable ordenar los acontecimientos, los datos, en su apartado correspondiente.

Se catalogan los detalles y se da inicio a un breve proceso de clasificación por capítulos, ya sean expresados o implícitos al interior de la historia.

Como un boceto, esto sugiere tener un primer acercamiento a la estructura de la producción. La agenda de trabajo consiste en definir con aproximación cuánto tiempo, qué días y qué técnicas usaremos, es decir, se enumeran los distintos cometidos que se pretenden realizar de acuerdo al tema, la duración y la imaginación del reportero.

Después de recopilar toda la información mediante las técnicas de investigación y los géneros periodísticos, se busca intercalar las columnas siguiendo la secuencia de los capítulos.

Se puede procurar el constante equilibrio entre la realidad y la opinión, justificado en el proceso de investigación para obtener el contenido del reportaje.

Los capítulos están pensados con base en una cronología por las necesidades del tema o la información. Contribuyen a la ordenación de datos y se relacionan con la selección del tipo de pirámide.

La organización informativa requiere de la jerarquía de datos. En este sentido, intercalados los aspectos informativos e interpretativos en atención a una cronología específica, se procede a la redacción final del producto. Apreciaciones e información están contenidas en el reportaje.

Los enunciados -breves o prolongados- buscan interactuar hasta balancear su contenido en los dos ámbitos.

No se parece al artículo, entrevista o reseña; el reportaje los comprende a todos y los utiliza de acuerdo a las formulaciones elementales del periodismo. Responde por lo tanto a las cinco preguntas; describe, expone o narra el cómo y es capaz de emitir información hasta en el mensaje más subjetivo.

"El pueblo de *Holocomb* está en las elevadas llanuras trigueras del oeste de Kansas, una zona solitaria que otros habitantes de Kansas llaman "allá". A más de cien kilómetros al este de la frontera de Colorado, el campo con sus nítidos cielos azules y su aire puro como del desierto, tiene una atmósfera que se parece más al Lejano Oeste que al Medio Oeste. El acento local tiene un aroma de pradera, un dejo nasal de peón y los hombres, muchos de ellos, llevan pantalones ajustados, sombreros de ala ancha y botas de tacones altos y punta afilada. La tierra es llana y las vistas enormemente grandes; caballos, rebaños de ganado, racimos de blancos silos que se alzan con tanta gracia como templos griegos son visibles mucho antes de que el viajero llegue hasta ellos".⁹¹

La entrada (*lead*) del reportaje incita al lector a continuar. Cada párrafo es como un episodio, intriga al receptor hasta que termine de informarse sobre lo acontecido, sabe que es una historia de la vida real descrita con el particular análisis del autor. Cualquier medio de difusión es válido para la transmisión de reportajes culturales y consideramos a la televisión como uno de los recursos más idóneos para este tema.

Si bien el reportaje puede adaptarse a las formalidades del guión radiofónico, aquí la noticia (en sentido amplio) es transmitida sólo en audio; los reportajes para este medio aún no encuentran verdadero acomodo al ser desplazados por los noticieros o los programas de corte musical.

En cuanto al periodismo cinematográfico, el reportaje ha transitado por la gran pantalla como un medio publicitario más: en Inglaterra este género llegó a su comercialización por medio de la industria fílmica. En los países socialistas se ha convertido fundamentalmente en un programa con tendencias documentales o didácticas.

A través de Internet, los reportajes de *reforma.com*, y *lafornada.com* son breves, parecen más notas informativas que este género, y aunque eran accesos gratuitos hoy en día cobran una suscripción para el periódico, programas de radio y televisión, *en línea*.

El directo es una cualidad inherente a la televisión, su práctica es casi una rutina de las cámaras reporteras. Tiempo real, espacio real y acción real son dones del directo.

Se llama *en diferido* (en radio y TV) cuando se simula un tiempo, un espacio y / o una acción. El diferido es un programa pregrabado, antes de su emisión ha sido editado y trata con imágenes espontáneas o escenas premeditadas. Para hacer manipulables estos tres factores, es posible adecuar variedad de recursos según las necesidades de producción. Por ejemplo: en caso de tratar con el espacio, se puede acudir a las locaciones, la escenografía o iluminación.

⁹¹ Truman Capote. *A sangre fría*. FCE. México, 1989, pág. 9

El directo origina una forma de lenguaje que de entrada rehuye a la narrativa sincopada -y aún retórica- propia del relato fílmico. El directo es fiel al tiempo real (también lo era en cine *Solo ante el peligro* (*High Noon*, 1952) de Fred Zinnemann, pero a diferencia del film, la narración televisiva en directo también es fiel al espacio único.)⁹³

Tempo, espacio y acción pueden verse como acciones manipulables. El tiempo real implícito *en directo* es apreciable cuando se transmiten imágenes desde el lugar de los hechos, en un espacio único y en el marco de una acción impredecible.

La televisión es un medio de comunicación con significados que trabajan como lenguajes, éstos son básicamente tres: imagen, audio y guión, cuya práctica obedece a un código específico.

Podemos referirnos a estos elementos de manera independiente sin encontrarles relación alguna pero hemos de acordar que juntos hacen al *lenguaje televisivo*; esto sugiere que aceptamos la presencia del término por formar un sistema generalizable en el quehacer de la televisión donde hay una simbología, así como una serie de signos formadores de códigos previamente establecidos para grabar programas.

En última instancia, el código llega a ser una *norma*, funciona de igual manera para quien lo utilice, se generaliza y, por ende, puede ser manejado por el usuario que lo conozca, domine y haga práctico. De cierta forma, quienes emplean el lenguaje de la televisión envían continuos mensajes a los receptores; por ello es de vital importancia para el periodista en televisión conocer técnicas y estrategias propias en la realización de ciertas transmisiones. Unas se conocen a través del código televisivo (su lenguaje) y cada transmisión de acuerdo a un género.

Otro aspecto de la pantalla chica es su relación con los financiamientos de producción, se requiere invertir con la finalidad de reproducir los recursos empleados. Es decir que el ámbito lucrativo ha hecho de las televisoras empresas que acaparan los mercados, constituidas en monopolios.

Este sentido comercial ha provocado que la cultura se tome en cuenta poco para las programaciones televisivas. En general, los contenidos obedecen a necesidades empresariales y no sociales.

Las tradiciones, costumbres, rituales ancestrales, medicina alternativa, juegos antiguos, fiestas regionales, pocas veces se ven en la televisión. En general, estos temas son tratados como programas aislados y cuyos patrocinadores son los institutos de cultura a través de organismos gubernamentales, o canales de corte cultural como el Canal Tres del Estado de Morelos, el Canal Once y el Canal 22.

⁹³ Llorenç, Soler. *La televisión: una metodología para su aprendizaje*. Ed. Gustavo Gili. Barcelona, 1993, pág. 105.

A las empresas televisoras no les interesa el aspecto cultural y no por su importancia sino porque aún es un tema poco tratado en televisión debido, quizá, a la naturaleza de su realización: ardua investigación, relaciones antropológicas, etnológicas, históricas, sociales, registros.

¿Qué sucedería si los programas culturales fueran transmitidos de manera cotidiana en televisión? ¿Cómo sustentar las producciones? El monto de las inversiones se ve retribuido por los *ratings* publicitarios. La publicidad es la que sostiene parte de los financiamientos de producción y la difusión de la cultura es medular en las sociedades.

Esta práctica puede tener consecuencias positivas si se aplican los conocimientos de la redacción periodística cultural por televisión. Es decir, si hablamos de la producción televisiva de calidad es oportuno referirse a los costos y mecanismos mercantiles y, sin duda, podemos pensar en dos posibilidades: una que es de un precio muy elevado o tal vez módico. Depende del cristal con que se mire.

La mayoría de la producción de excelencia está hecha con un bajo costo si se relaciona con los éxitos millonarios que representa. Imaginemos con cifras las ganancias comerciales de la producción televisiva.

"También existen canales de televisión cultural multinacionales y algunos países, incluso, mantienen cuotas de programación propia con el fin de proteger sus industrias audiovisuales, ya que han tomado conciencia de que éstas encarnan aspectos de su identidad y cultura nacional y no son meros objetos de consumo y comercio. En América Latina, el 60%, en promedio, de la programación de los canales abiertos es importada, y proviene, en su mayor parte, de Estados Unidos. En los canales abiertos se trata de series de entretenimiento, películas y, sobre todo, programación infantil. En los canales de nicho y /o de cable proliferan los documentales".⁹⁴

Según este estudio de la profesora Magdalena Acosta, *Televisa* es la más grande productora de habla hispana en el mundo⁹⁵ su capacidad industrial la ha convertido en ello.

Pero ¿cómo se organizan los costos de producción? ¿qué secciones pueden verse involucradas? ¿quiénes participan para la realización de calidad? Existe todo un complejo que se complementa para finalizar un producto de valor social, histórico, científico, didáctico, antropológico, psicológico, biológico, cívico, multidisciplinario. El asunto radica en la manera de imprimir el mensaje. Qué vamos a ver en la pantalla chica. Cómo lo vamos a registrar. Quiénes lo van a *realizar*. Dónde se produce. Cuándo se difunde.

⁹⁴ www.academia.ccc.cnart.mx Texto de Acosta, Magdalena. *La distribución internacional del documental*. Centro de capacitación cinematográfica. Centro Nacional de las Artes.

⁹⁵ ídem.

Un cometido de esta tesis es incluir en el diseño de producción *puertas prácticas, útiles, puntuales, específicas, ordenadas y en armonía con el tiempo* para contribuir a la producción de calidad y, al mismo tiempo, que permita obtener ganancias como resultado de las inversiones. Después de todo, se puede ver también como un negocio, debido a su intrínseca relación con los sistemas mercantiles del capitalismo.

Sin un plan de producción, sin una organización casi exagerada, sin una importante fecha límite, es obvio que la producción podría perderse. También es necesario un seguimiento de la posproducción, como un final complementario a esta actividad para mejorar cualquier deficiencia mediante la práctica.

A continuación presentamos un acercamiento a los actuales organigramas para la producción desde una perspectiva mercantil. Vemos cantidades actuales de costos de producción. También señalamos a la calidad como parte de la realización, pues en ella se sustenta una televisión creativa, analítica, de servicio, cultural y todo unido a la vez. Lo comercial no debe separarse de lo cultural, artístico y bien hecho.

"Obviamente, el cliente o anunciante requiere de una retribución para su inversión, podemos justificar el costo de producción en términos de cierta ganancia en relación con la inversión. Para ello tendremos que preguntarnos: ¿Cuál es el nivel probable de audiencia? Debe tomarse en cuenta si acaso será una presentación única o si los costos de producción podrán ser amortizados en el tiempo presentando el programa a otras audiencias".⁹⁶

Este tipo de cuestionamientos se hacen las grandes empresas con el fin de obtener más ganancias pues, como hemos mencionado, la televisión tiene un considerable costo. Con el fin de relacionarnos con una de las partes implicadas en la producción del reportaje cultural televisivo hablemos de inversión. La televisión de alta tecnología está catalogada entre las mejores, hay una industria extendida por todo el orbe con ingresos millonarios.

El costo de la televisión y el cine es elevado; se hace indispensable una economía proporcional que permita ganancias de lo invertido. Sin embargo, la televisión está en el apogeo de su existencia en el mundo. Nunca antes ha habido tanta oferta de televisión (documentales, películas, series de entretenimiento, publicidad) en el mercado internacional.

Existen más de 10 mercados grandes de televisión, algunos llevan 35 años de existencia. En los mercados que se celebran en Cannes dos veces al año, asisten alrededor de 2400 compañías (grandes y pequeñas), representando cerca de 100 países.⁹⁷

En México tenemos televisoras o canales de televisión que rivalizan entre sí por mejorar sus niveles de audiencia. Cada canal tiene su manera especial de ganar espectadores y vender tiempo.

⁹⁶ De Victoria, Raúl. *Procesos y elementos que integran la producción en televisión*. Ed. Trillas, pág. 76.

⁹⁷ www.academia.ccc.cuart.mx. Acosta, Magdalena. *La distribución internacional del documental*. Centro de capacitación cinematográfica. Centro Nacional de las Artes.

¿Cuánto cuesta producir un reportaje cultural para televisión? Hay diferentes posibilidades y medios para realizar un reportaje. Se puede tener tan sólo una cámara con cualidades digitales y conexiones a sistemas de cómputo por \$4,000.00 pesos y de ahí reproducir tantas copias como sean necesarias; pero ello no sirve de mucho si se considera que la televisión de canales competitivos requiere alta tecnología.

"En algunas televisoras la producción comercial es una manera efectiva de generar ingresos. El anunciante paga para que la estación produzca su comercial -lo que ayuda a recuperar el costo de los equipos- y paga nuevamente para que trasmita. Para aprovechar esta clase de servicio, sin embargo, un canal necesita ser competitivo no sólo en costos de producción, sino también con talento creativo y técnico. Muy a menudo una compañía productora de comerciales independiente puede pagar a su mejor gente más dinero que una televisora. Por eso un gerente debe saber balancear los altos salarios que tal vez se tengan que pagar frente a cualquier incremento potencial de ganancias".⁹⁷

En México las televisoras nacionales tienen gran ímpetu en la producción de programas de calidad y, de hecho, hay una búsqueda para ganar audiencia, hay una nueva forma de hacer televisión; sin embargo, para fundamentar esto debemos investigar otros temas que se apartan de nuestros objetivos, por lo pronto analicemos las siguientes cifras a fin de considerar los costos y ganancias de un programa de televisión factible de ser difundido en un canal comercial de calidad.

Existen mecanismos para calcular los costos de una producción y para ello se requiere de un presupuesto de producción. A fin de llevarlo a cabo con facilidad los gastos pueden ser divididos en categorías: *sobre-la-línea* y *bajo-la-línea*.

Los gastos *sobre-la-línea* generalmente se refieren a los elementos de realización y producción: talento, guión, música, servicios de oficina. Los componentes *bajo-la-línea* se dividen a su vez en dos grandes clases: las secciones físicas (*sets*, estructuras, maquillaje, vestuario, gráficas, transporte, equipo de producción, estudio e instalaciones y edición) y el personal técnico (personal de estudio, personal de Ingeniería, operadores de VTR, operadores de audio y labores generales)

De acuerdo a los estudios mercantiles del quehacer televisivo, existen tres bases para medir la efectividad de costos: costo por minuto, costo por espectador y costo vs beneficios medidos.

También se puede determinar el costo por espectador con una fórmula sencilla: se divide el costo total de producción por la audiencia actual o anticipada. Como hemos notado, en el campo de la publicidad, el CPM (costo por millar) es una medida común. Si 100,000 personas ven un programa que cuesta producirlo \$5,000, el CPM será de \$50. En las bases del costo por espectador esto se convierte en cinco centavos por persona.

⁹⁷ Hersh, Carl. *Producción televisiva. El contexto latinoamericano*. Ed. Trillas. México, 1995, pág. 142.

Costo por resultados medidos, es la más difícil de determinar. Para ello debemos comparar los costos de producción contra los resultados esperados. En la televisión comercial podemos vender 300,000 paquetes de afeitadoras después de transmitir un comercial de 60 segundos. Si nuestra ganancia de 300,000 paquetes fue \$100,000 y gastamos \$100,000 produciendo y transmitiendo el comercial, tendríamos que cuestionarnos si el anuncio fue una buena inversión.

Por supuesto que, una vez producidos, la mayoría de los anuncios son transmitidos más de una vez. Esto significa que el costo de futuras transmisiones es únicamente la compra de tiempo de transmisión. Si el costo de tiempo de TV fue \$10,000 y vendimos 300,000 paquetes de navajas de rasurar cada vez que transmitimos el comercial, entonces obtendremos una ganancia de \$90,000 con cada transmisión, por lo menos hasta que la gente se cansa de ver el comercial.

Calcular el retorno sobre la inversión no es siempre fácil. Contadores, administradores, tesoreros y cualquier intervención de tipo económico es un apoyo para conocer las ganancias, los gastos, las utilidades o como usted quiera llamar a los círculos de dinero en cantidades industriales.

Hay diferentes formas de organizarse en el terreno monetario. El 85% de los documentales transmitidos por *Discovery* son producciones originales realizadas mediante fórmulas de *coproducción*, *adquisición* o *comisión a productores independientes*. El tema más popular es la divulgación de la ciencia.

Es evidente que los programas tienen un costo de producción que se determina de acuerdo a ciertos gastos considerados por su importancia en la elaboración final. Los gastos se retribuyen gracias a la publicidad, la propaganda, las aportaciones voluntarias, las coproducciones que operan mediante convenios para estipular porcentajes o distribución de las ganancias.

La publicidad es un producto cultural doblemente determinado: por un lado, una lógica social de orientación marcadamente económica; por otra parte, en cuanto experiencia de mediación comunicativa, la publicidad debe ser considerada como un importante factor de socialización y representación cultural. La función económica de la publicidad se orienta a la difusión social de los productos, empresas e instituciones económicas en el marco de la competencia que favorece, estructuralmente, la orientación y ampliación de la demanda según las exigencias de reproducción del sistema productivo, garantizando no ya la circulación de los productos, bienes o servicios, en el mercado, sino más bien la producción misma de bienes y servicios, y, por lo tanto, la acumulación de capital.⁹⁹

Toda estrategia de marketing plantea despertar la atención, desarrollar el interés y, lograr la adhesión de los consumidores, independiente del contenido del producto. La retórica es por ello el medio privilegiado del marketing para, a través de la palabra, la imagen y el sonido, poner al servicio de lo más superficial la estructura profunda de los mensajes.¹⁰⁰

⁹⁹ www.saladeprensa.com Texto de Sierra, Francisco. *Publicidad*. Universidad de Sevilla.

¹⁰⁰ Ídem.

Poco a poco la televisión se ha convertido en una empresa grandiosa, con jugosos monopolios y una increíble capacidad masiva, amplitud geográfica y con miras a tener cada vez más y más televidentes. Con las nuevas tecnologías, recursos novedosos para transmitir información, increíbles sistemas digitales y de conexiones espaciales, este medio de comunicación merece atención en el área de investigación y análisis para los estudiantes. Reconocer su evolución a través del tiempo, identificar sus procesos tecnológicos (hardware) y de contenidos (software); ver la historia en la tv, tal vez sea mirar nuestra propia historia.

La televisión llega a un público de más de mil millones de espectadores, la mayor parte de los transmisores y receptores se encuentran concentrados en unas cuantas regiones. Casi la mitad de la audiencia televisiva está en Estados Unidos y lo que ahora es la Comunidad Económica Europea. De América Latina, sólo Brasil se encuentra dentro de las diez audiencias más grandes.

El flujo de la programación televisiva se concentra básicamente entre diez de los países más ricos del planeta: EU, Reino Unido, Canadá, Japón, Australia, Alemania, Francia y Brasil. Esto tiene consecuencias importantes para la producción de todo tipo de programas.

La creciente penetración de la televisión y la proliferación de canales regionales y de cable ha incrementado la demanda de materiales a ser difundidos. A diferencia de otros bienes y productos, un mismo programa de televisión o filme puede ser visto simultáneamente en muchos países, en diversos medios de distribución (comúnmente llamadas "ventanas") y su vida útil puede durar décadas.

El reportaje cultural para televisión puede trascender el marco económico y ubicarse dentro de los géneros con más audiencia al lograr su especial difusión, público adecuado e interés social.

Dos posibilidades darán a nuestra producción las primeras señales de vida: por una parte los géneros y, por la otra la forma de alimentar la información verídica, inmediata y eficazmente, a través de documentos escritos y audiovisuales. Juntos nos introducen al quehacer periodístico.

Puede llegar un momento, oportuno, en el que casi todo es un testimonio. Los ojos de la cámara¹⁰⁰, la documentación, la información planeada para televisión se puede convertir en anecdotario si no se cuida con detalle el diseño, el plan y las técnicas pertinentes para el resultado.

El plan de trabajo ha iniciado su marcha, las técnicas se apresuran a obtener una masa poliforme y, al parecer, infinita de datos, son como una lluvia interminable que ronda sobre un mismo tema y tienen variaciones, vertientes, pero si hay un tema tan solo, ése nos conduce por el sendero apropiado y nos lleva al descubrimiento del suceso, poco a poco, o de súbito.

Nos acercamos a una madeja de estambre sin tejer. Tenemos datos sobre el tema, incluso variantes, textos visuales, sonoros, escritos, hemos reunido material suficiente para darle cuerpo al producto.

¹⁰⁰ Recordemos el cine ojo de Dziga Vertov.

Utilizamos los géneros, la investigación documental y de campo, pero no hay un principio o un fin, quizá las fechas nos ayuden. Con la investigación hecha, da inicio la clasificación y selección de material. ¿Cómo calificar la información de utilidad? ¿qué parámetros manejar para tomar decisiones? Con el bagaje informativo frente a nuestros ojos, se inicia el siguiente paso. *Una manera de valorar los datos dándoles cierta jerarquía en la selección.*

En esta etapa contamos con estrategias para procesar la información: la clasificación del material obtenido mediante fichas y gracias a la posibilidad digital de la televisión, se puede acceder con facilidad los datos requeridos.

Hoy en día, un video digital cuenta con la posibilidad de búsqueda instantánea, se dirige a los cortes de cámara y trae la imagen solicitada en la pantalla. También el uso de fichas y documentación se puede almacenar con facilidad en la computadora y son de localización inmediata.

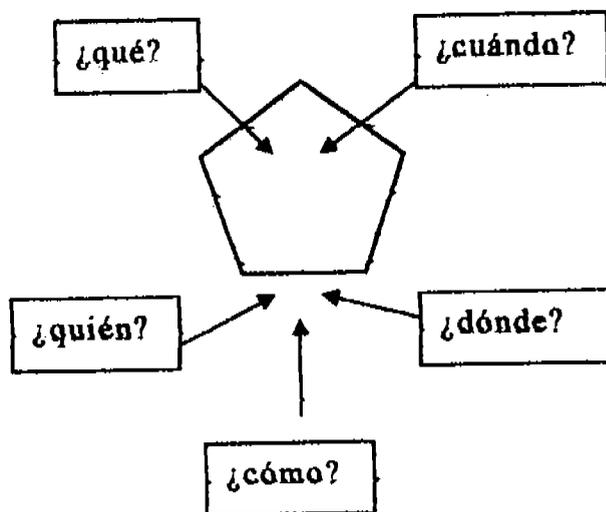
Al emplear los novedosos recursos tecnológicos se facilita la realización de las ideas. Los datos comienzan a tener un lugar, un número, una ficha, un enunciado, una fecha, se puede acceder a ellos. Encontramos la manera de ubicarlos y aprehenderlos cuando los elegimos como parte del cuerpo del reportaje. Tienen ahora un valor, porque se aproximan a los objetivos particulares del tema. Dan sentido a la producción misma. La información empieza a dibujar. El periodista puede contemplar de lejos el suceso, evalúa los datos, ¿son suficientes? ¿tienen calidad? ¿falta algo?

Aquí la intuición y el sentido profesional son de relevancia. Las diferentes entradas del reportaje están descritas principalmente en dos iconos conocidos como *pirámide normal* y *pirámide invertida*. Son las básicas cualidades de la redacción para iniciar un texto periodístico. Sin embargo, podemos encontrar otro tipo de imagen como un pentágono, es decir, buscar los cinco puntos climáticos de la noticia y concentrarlos en el cuerpo hasta dejar que sea siempre el lector creador de sus propias conclusiones.

Se pueden incluir los cinco tópicos (las w) en cada característica de la televisión a un mismo tiempo. Por ejemplo: ¿qué? voz en off; ¿quién? Superimposición; ¿cuándo? Superimposición; ¿cómo? en imagen; ¿dónde? Voz en off.

Esto significa que la entrada puede presentarse a un mismo tiempo con todas las opciones básicas del tratamiento noticioso de la información.

Esta forma pentagonal le puede dar al periodista un estilo propio y diferente. Es tan solo una reflexión para destacar la posibilidad de utilizar al reportaje para televisión como una herramienta idónea.



Enriquecido con imagen, texto, audio y el diseño de producción, este tipo de estructura para el cuerpo del reportaje le da apertura a la investigación, primero y a la difusión, después. Puede darle al receptor posibilidades de hacer su particular interpretación. El consumo de noticias por televisión es casi una práctica cotidiana, una vertiente diferente y llena de colorido que le da a la televisión otra calidad.

Es pertinente mencionar que se cuenta con la capacidad (en sentido práctico) de ahondar en ámbitos artísticos de manera peculiar dadas las condiciones de realización. Incluso hay algunos cursos de composición plástica que dan a conocer las bases para admirar el arte cotidiano. Es decir, se puede hacer de la imagen informativa un cuadro estético siempre y cuando existan técnicas. En consecuencia se logra una composición plástica, artística, estructurada, pensada, condicionada, cuya proyección sea capaz de estimular en el espectador (público, lector, receptor) emociones, de cualquier índole que éstas sean, consideradas elementos potenciales para que los datos cuenten con cierta susceptibilidad de ser retenidas en la memoria de forma prolongada.

Si la imagen tiene composición, en sentido estricto, podemos decir que busca alcanzar alguna cualidad de *belleza o lógica* aun cuando tenga el propósito de informar. En caso de grabar las imágenes en el momento de ocurrir existe o debe existir cierta sensibilidad natural del reportero gráfico (camarógrafo) para hacer de sus encuadres un mensaje legible y si conoce sobre el oficio de la producción televisiva, sin duda sus registros tendrán un significado especial para el espectador. Por ello nos hemos referido a la susceptibilidad de la imagen al ser retenida en la memoria sensible.

Una composición plástica proviene de la pintura y ahora sabemos que el artista gráfico hace también televisión. Hay técnicas para componer en el espacio visual un encuadre con armonía, equilibrio, con el recurso del color, luces y sombras, profundidad, ritmo, estructura, en fin, una serie de términos que se conocen mediante un acercamiento a la composición como expresión del arte.

Algunos críticos y teóricos de la comunicación han visto en el cine un *testimonio artístico por las posibilidades casi infinitas del encuadre. Por ejemplo, el video-arte inicia en los sesenta una breve revolución en la pequeña pantalla, así surgen las escuelas de videastas y teleastas que comenzaron una búsqueda del arte audiovisual creando un nuevo lenguaje. Una de las pioneras del video-arte en nuestro país es Pola Weiss (1944-1988), catedrática de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales.*

En la actualidad algunos artistas en el quehacer televisivo están alumbrando el principio del milenio; las nuevas generaciones cuentan con posibilidades innovadoras, creativas, llenas de vigor, alta tecnología, pero siempre y en todos los casos basadas en la investigación social, propositiva, con técnica y estilo.

En los propósitos del estudio radica, quizá, la verdadera pasión de un periodista. El porqué se vuelve casi una actitud inconsciente. Se busca una verdad inmediata. Es siempre una sorpresa el encuentro con los hechos grabados. Una realidad visible.

Necesitamos saber cuáles son los alcances de nuestro trabajo y por qué o para qué lo estudiamos. ¿Sirve a una comunidad amplia, se puede generalizar, aporta un beneficio a muchas personas?

Estas respuestas conforman los objetivos de nuestro estudio. En algunos temas habrá un solo objetivo general; sin embargo, casi siempre existen objetivos secundarios o colaterales.¹⁰¹

Una vez definido el objeto de estudio, el tema, el planteamiento del problema, la elaboración de la agenda, se puede entrar en el terreno de la suposición, elucubrar es el siguiente paso. Cuestionarse cada palabra de los enunciados, acudir a labores de campo. Hasta puede parecer una metáfora porque se siembra en el terreno de la comunicación y se cosecha en la difusión, como en un ciclo agrícola.

Las hipótesis sobre la noticia o sobre un hecho a investigar dependen de la información previa obtenida, son enunciados afirmativos no comprobados que guían el curso del trabajo. No hay trabajo en el que las hipótesis elaboradas no sufran modificaciones durante el proceso de investigación. Las hipótesis iniciales se desechan, es decir, son remplazadas por otras mejor fundamentadas y estructuradas.¹⁰²

*Conforme avanza la búsqueda las hipótesis tienen sentido, una especie de dirección para no divagar en el intento. Por ejemplo: *el baño de temascalili es una alternativa eficaz de curación.* Para llegar a este resultado entonces se emprende la labor de investigación.*

¹⁰¹ Baena Paz, Guillermina, *La historia de la no política de comunicación*, pág. 16. En: *Zurda*. Revista. Agosto, 1990. No. 78. México, 1990, pág. 16.

¹⁰² Rojas Soriano, Raúl, *Métodos para la investigación social. Una proposición dialéctica*. Ed. Plaza & Valdés. México, 1992, pág. 69.

Se plantea y delimita el problema según la región, población, estado, ciudad, municipio, localidad, colonia, cada vez más preciso en definición y contenido. La forma más sencilla de aclarar el problema es mediante la formulación de preguntas.

Esta parte de la Investigación es de gran importancia, ya que a partir de aquí podrá elaborarse el marco teórico y conceptual de referencia y el sistema de hipótesis. Antes de analizar estos dos momentos y procesos de la Investigación es necesario subrayar que el planteamiento del problema es un proceso que no se construye en forma definitiva sino que siempre cabe la posibilidad de afinarlo, enriquecerlo con las aportaciones teóricas y empíricas que el investigador recopile para construir su marco teórico y conceptual y sus hipótesis.¹⁰⁴

Al emprender la tarea, nos encontramos de frente con el marco teórico. Entonces aparece, en efecto, el marco conceptual.

Sucede lo mismo en los reportajes culturales. Hay una Investigación que lleva a la comprobación de ciertos resultados. Es evidente a través de las imágenes que existen hechos para ser difundidos.

¿Cómo se conoce el marco teórico? A través de los especialistas, bibliografía que se refiera al tema, técnicas de pesquisa informativa, datos. Es una investigación obtenida de registros, ficheros.

De esta manera aparece otra técnica importante para la realización del reportaje televisivo que se sustenta en la obtención, ordenación, redacción de la información. En esta etapa de proceso los resultados se escriben en un formato llamado *guión*.

Guión

Con la finalidad de distinguir un *guión informativo* del guión literario y del técnico, presentamos un resumen de ellos. Son herramientas para el quehacer televisivo, contribuyen a la creación de nuevas producciones, organizan los datos, ayudan al profesional a hacer programas de calidad y, sobre todo, son especialidades del guionismo como labor profesional, didáctica y pedagógica. El guión literario y el guión técnico sirven para clasificar, organizar información y elaborar reportajes.

El guión literario es la explicación narrada de una noticia para difundirse en un canal televisivo; es decir, la prosa se convierte en un instrumento para este quehacer cuando abordamos un tema que se fundamenta con una historia real. El guión literario es un texto que comprende la narración de las imágenes en pantalla y tiene como objetivo fundamental la organización y coherencia del programa.

El guión es un hilo conductor, una guía básica para iniciar el proceso de grabación en el que detectamos cuatro etapas:

¹⁰⁴ *Ibidem*, pág. 34.

Introducción expositiva: abre la narración al enunciar los términos del conflicto que va a desarrollarse a lo largo del guión. Se expone con claridad el carácter de los personajes o actuantes involucrados, así como la historia en una obra argumental o los hechos que se van a exponer en el documental. También introduce al espectador en el clima de la obra televisiva.

Desarrollo y articulación del conflicto. A partir de los términos expuestos en la etapa anterior, aquí se describe la evolución de las acciones del o los protagonistas en la consecución de sus objetivos con todas sus alternativas anecdóticas o la descripción progresiva de los hechos documentales, en un crecimiento progresivo del interés.

Culminación del conflicto. Es el momento en que se define la historia: fracaso, éxito o postergación en el objetivo propuesto por los personajes o los hechos que han comenzado a plantearse en la primera etapa y se han desarrollado en la segunda. Aquí culmina o podría culminar un conflicto, una tensión dramática, una explicación técnica, es el momento de máxima tensión o de giro en la historia.

Desenlace. Es la nueva etapa de relación entre los componentes de la historia después del giro efectuado en la culminación. El proceso o la acción que se describe ha pasado de un estado a otro a través de la culminación del conflicto.¹⁰⁵

Una de las diferencias de un guión literario y un guión técnico es la estructura del contenido, aunque sea el mismo, su manejo es diferente, en el primero acudimos a la tensión dramática de un hecho y en el segundo tratamos de realizar mediante un proceso de producción dicha tensión dramática sin caer en la falacia o el histrionismo, pues hablamos de sucesos reales. El tratamiento de estos sucesos hace la diferencia entre un texto y otro.

El guión técnico tiene cualidades especiales al ser manipulado por los operadores y periodistas en un ambiente de trabajo especializado en la producción periodística televisiva. Brinda la posibilidad de búsqueda en los mecanismos de realización. Esto significa que puede construirse de diversas maneras de acuerdo a una metodología especial. Cada Investigador-guionista cuenta con diferentes formatos para la obtención de un producto.

Este texto-guía es una fórmula que implica el conocimiento previo del lenguaje audiovisual, es decir, requiere saber los nombres de los planos, encuadres, procesos de sincronía, tecnicismos que promueven paso a paso la explicación detallada de las imágenes en pantalla.

Cada imagen cuenta con una explicación previa en su composición, por ello se requiere conocer el manejo de la cámara y sus aptitudes a fin de aprovecharlas al máximo, de esta manera hay claridad, tiene un sentido específico y el mensaje es directo.

¹⁰⁵ Feldman, Simón. *Guión argumental guión instrumental*. Ed. Trillas. México, 1987, pág. 60.

El guión técnico es la base de un programa de televisión profesional. Sin este recurso se puede recurrir a la improvisación, también válida si está bien hecha, o a la poca seriedad, pues no hay un sentido coherente en los mensajes grabados.

Para el reportaje en televisión, el guión técnico tiene una labor de seguridad en el producto, contribuye a crear y recrear las imágenes de acuerdo a la guía. Así, no hay manera de divagar o salirse del objetivo del programa, pues están considerados todos los elementos disponibles para la profesión.

El diseño de producción puede estar representado por una agenda. En términos técnicos es un escrito para definir con aproximación exagerada las específicas tareas que han de llevar a cabo técnicos e intelectuales y se basa en el tiempo de producción.

En cuanto a la obtención de recursos, es necesario saber lo disponible para efectuar las grabaciones: el número de cámaras, procesos de edición, traslados a otras regiones, documentación, corresponsalías.

Gracias a la ventaja de trasladarse sin demasiada dificultad con el equipo de grabación dada su condición portátil, se pueden grabar eventos en lugares distintos y en sitios donde es difícil el acceso a transportes. Por lo general, en los canales abiertos hay un reportero y un camarógrafo para cubrir los eventos exteriores.

Los recursos pueden generarse mediante mecanismos de publicidad o pueden ser financiamientos federales, estatales o municipales; los noticiarios existen como fuentes potenciales de datos.

Cuando los noticiarios se apegan a un trabajo periodístico profesional, fuera de intereses elitistas o individuales, nos adentramos al estudio del periodismo como una evidencia social, casi como una necesidad de difundir los hechos porque fueron captados en el momento de suceder.

Muchas veces en la práctica cualquier periodista se las ingenia sin guión, sin escaletas, pero con un texto para ser narrado a cuadro. Este texto merece atención: exige conocer la gramática visual y periodística para aplicarlas al momento de enlazar la imagen.

Con muchas probabilidades, este texto comprende un porcentaje alto de información y se llega a él de manera tan natural para el periodista que lo trasmite sin tantas notas o escritos. Va al grano.

El guión es un manuscrito presentado en secuencias cuyo contenido corresponde al material de audio y video, así como las direcciones pertinentes para ser practicadas durante el programa. Tiene un procedimiento técnico para ganar la atención inmediata del televidente como la responsabilidad más importante que el reportero tiene desde el comienzo hasta el final del escrito.

El guión es un instrumento de atracción, es buscar la información fiel con la intención de proporcionar al lector datos confiables con tal agilidad que no se vea motivado a cambiar el canal.

En el guión están contenidos aspectos de la agenda así como el manejo de técnicas en determinado lugar y tiempo y con el equipo apropiado. En esta fase se describen escalón por escalón qué locaciones se visitarán, las entrevistas a grabar (con quién, qué preguntas, cuándo, dónde) así como las tomas y encuadres Idóneos para el producto final.

Para un reportaje en televisión este escrito consta de una serie de imágenes y sonido solicitados por el periodista. Al buscar la noticia, indagar lo relacionado a ella, el hacedor de reportajes forma un cuerpo coherente. Para ello se ha creado un vocabulario especial cuya imprecisa traducción a otros idiomas ha provocado que se generalice con su fonología original.

La imagen tiene significaciones específicas por encima o al margen de su funcionamiento textual, esto es, desde efectos perceptivos hasta significaciones simbólicas fuertemente enraizadas en la tradición cultural de nuestra sociedad occidental.¹⁰⁶

Para un conocimiento más certero del caló o del llamado lenguaje técnico es necesario conocer el glosario de términos empleados en la producción televisiva. La nomenclatura de tomas, encuadres y planos debe codificarse por el equipo de producción; además de las señales de iluminación, las de audio y *switcher* así como las operaciones que deben llevar a cabo los elementos involucrados en dicha producción mediante las indicaciones (*cues*) contenidas y coordinadas en el guión.

Cualquier programa para televisión necesita un guión previo a la grabación, su formato contiene los mecanismos para relatar la historia. Los guionistas pueden utilizar varios formatos en los que se puede describir un programa: guión de *una columna, dos columnas, story board o escaleta* y mediante este trabajo encontramos otra posibilidad de redacción del guión que llamo *guión informativo*.

A reserva de explicar cada uno, el guión es una herramienta implícita en la fase de preproducción del programa. En este texto es posible comunicarse a través del lenguaje televisivo. Los elementos, categorías visuales y sonoras se fusionan para ser transmitidas al mismo tiempo, es decir, en el lapso de emisión.

Espacio, acción, tiempo y audio, utilizan en televisión una terminología propia y útil para explicar cuadro por cuadro la realidad. En sentido técnico o literario, el guión requiere de la investigación pues es el alimento de la TV.

Mantener atento al espectador no es difícil menester si se lleva a cabo una investigación previa por innovadora o antigua que parezca. De lo contrario, si nuestro programa se encuentra al aire, el espectador puede cambiar el canal o dejará encendido el televisor sin prestar atención al iconoscopio. Los textos lo llevarán a creer que no es necesario mirar las imágenes porque se trata de una reiteración del audio.

¹⁰⁶ Vilches. *Op. cit.*, pág. 273.

Para fabricar un guión se debe comenzar por considerar la interrelación entre lo visual y lo audible. George Mélié es quizá el primero en organizar y filmar una serie de escenas con decorados, vestuario y actores en función de un texto preestablecido.¹⁰⁷ Formado en el quehacer teatral, Mélié no hizo un guión como lo conocemos hoy en día sino anotaciones para ser filmadas con base en un argumento de teatro. A partir de entonces, las imágenes en movimiento concebidas por Louis Lumière y también por Dziga Vertov habían de tomar nuevas denominaciones al ser definidas por escrito y por superar en gran medida a la fotografía e íconos estáticos mediante un texto-guía con una estructura dramática y una línea narrativa.

Durante los años de cine mudo, la cinematografía buscó y desarrolló los elementos de su propio discurso. David Wark Griffith aportó una escala de planos y Sergel Mikajlovic Eisenstein el sentido del montaje. La sintaxis de un lenguaje particular para las imágenes ya estaba en camino, quizá el guión nació como una respuesta a una realidad cinematográfica que crecía, dejaba de ser fotografía en movimiento, testimonio o documento; mero producto de la técnica donde lo importante era demostrar que se podía jugar con las imágenes sin importar cuáles. El texto-guía tuvo que dar seguramente un salto cualitativo cuando el cine sonoro hizo su aparición. De la mímica excesiva de los actores del cine mudo y la obligada interrupción de los cartones para que los espectadores leyeran los diálogos y pudieran seguir la trama, se pasaba a una nueva dimensión narrativa: la palabra hablada. El oficio de escritor para cine se complicó pero también se vio enriquecido porque dispuso de un nuevo recurso; a la habilidad anecdótica había que agregarle la habilidad para dialogar.¹⁰⁸

Desde un *promocional* hasta una *serie* es necesario concebir el contenido a partir de un guión. Los requerimientos técnicos para hacer un guión con el formato de una columna y de dos columnas están explicados en diversos manuales técnicos.¹⁰⁹

El *story board* es la narración televisiva o fílmica por medio de cuadros gráficos que representan la distribución del espacio en la pantalla. Esto significa crear la composición audiovisual (de principio a fin) mediante dibujos.

"El story board es usualmente dibujado sobre papel especial que tiene ciertas áreas representando la pantalla de televisión, el audio y otra información. Contiene señales de visualización para imagen y audio, ofrece claves para requerimientos de producción como locaciones, posición de cámara, métodos de audio, diseño, posproducción, entre otros".¹¹⁰

La *escaleta* es el resumen preciso de la historia numerando a grandes rasgos las secuencias utilizadas para su coherencia.

¹⁰⁷ Joskowics, Alfredo. *¿Es el guión cinematográfico una disciplina literaria?*. En: *Los universitarios*. Revista mensual. Ed. UNAM. México, septiembre de 1990, pág. 18.

¹⁰⁸ Ídem.

¹⁰⁹ Linares, Marco Julio. *El guión. Elementos, formatos y estructuras*. Ed. Edicupes. México, 1986. 264 págs.

¹¹⁰ Zettl, Herbert. *Televisión production handbook*, pág. 535. Ed. Wadsworth. USA, 1984, pág. 535.

La necesidad de un *guión informativo* obedece sobre todo a la utilización del periodismo como disciplina, se trata de un diferente formato para la organización de datos y la producción en sí. Al elaborar un esquema de trabajo útil, la investigación tiene un sentido práctico y acorde con los requisitos de difusión. En este novedoso esquema sugiero combinar la técnica para la elaboración de guiones con la investigación.

Presento una propuesta para la producción de una serie de reportajes culturales transmitidos a través de la televisión. He elegido un tema específico de medicina tradicional, explico el porqué; hay un desglose del posible contenido de la serie, objetivos, metas, actividades, audiencia, recursos, costos, y de manera hipotética hay probables presupuestos para la producción; por último doy un ejemplo del guión como recurso adecuado a este género periodístico especializado.

4. Proyecto de reportaje para televisión del baño ceremonial *temazcalli*

El *temazcalli* es una práctica que forma parte de la cultura nacional, interesa difundirlo porque es herencia de mi familia y es una costumbre cotidiana en Amatlán de Quetzalcoatl y en otros lugares de Morelos, Puebla, Veracruz, Hidalgo, Tlaxcala. El estado de Morelos es una muestra de la vigencia y eficacia de estos baños; se llevan a cabo como parte de la vida diaria, su empleo y utilidad han propiciado que gente de diferentes lugares del mundo visite este estado para participar de este ritual.

La riqueza de la enseñanza de nuestros antepasados ha sido registrada en cada población, en forma oral, tradicional, cotidiana, costumbrista; ciertas comunidades indígenas en las que predominan las lenguas autóctonas (zona mesoamericana: Guatemala, El Salvador, México, Nicaragua, Panamá) utilizan el *temazcalli* como parte de la vida cotidiana, como una alternativa de curación y conservación de la salud. Es una ceremonia que toma sentidos rituales a través de la historia.

El baño ceremonial es una propuesta de curación ancestral; se conoce en otras culturas mesoamericanas, es un legado de testimonio oral, ha sido protegido por ancianas y ancianos de diferentes regiones del mundo, su utilidad se puede constatar en el actual auge que tiene en importantes y lujosos centros de salud, gimnasios, spa, balnearios, hoteles, deportivos y lugares alternativos.

Este tema, sustentado en la investigación, es un invaluable tesoro para la cultura de nuestro país y de otras regiones del mundo. Los acontecimientos prehispánicos llaman la atención en antropología, arqueología, sociología, periodismo, literatura, arte, así como en un sector predominantemente turístico que ha activado los conceptos de *turismo de salud* o *ecoturismo* utilizados por organismos dedicados a la promoción turística, agencias de viajes, hoteles, en los que se promueven actividades terapéuticas, novedosas y relacionadas con las tradiciones.

Este testimonio prehispánico formó parte de la cultura de un pueblo; a pesar de su práctica a lo largo de las décadas, aún no encuentra difusión en los medios, es desconocido para algunos sectores de la población y significativo para otros; todavía no se instrumenta la investigación del *temazcalli* que conduce hacia el nuevo periodismo; al emplear una metodología para la producción periodística televisiva, es posible investigar sobre un tema de antigua tradición.

Los aspectos comerciales y culturales de la televisión parecen estar separados; sin embargo, los programas con temas de cultura pueden integrarse a una programación de corte comercial; el caso del *temazcalli* es un asunto que amerita la producción del reportaje para difundir un conocimiento prehispánico; es decir, es susceptible de transmitirse en un canal comercial o cultural.

Existen programas para televisión que pueden servir como referencia porque tienen un enfoque cultural: *De sol a sol*, Canal 9, sábados de 11:00 a 12:00; *Pueblos artesanos*, Canal 22, sábados 13:30 a 14:00; *Mochila al hombro*, Canal 11, domingo de 3:00 a 13:30; *Águlla o sol, sabor a barrio*, Canal 11, domingos y martes a las 21:00¹¹⁰

El reportaje cultural para televisión es un género especializado, su dinamismo y flexibilidad ayudan a verlo con un estilo peculiar, informativo y entretenido. Por otro lado, la medicina tradicional es una manifestación cultural, un rubro de interés por tratarse de la salud. Este trabajo pretende la difusión y fomento de la cultura: el *temazcalli* es un evento que puede ser transportado a la televisión vía la producción periodística.

Mediante un proyecto para la producción periodística en televisión se define el tema; los objetivos perfilan el trabajo. El contenido de la serie tiene cincuenta y dos programas con un proyecto de producción. Hay una reflexión en torno de los recursos humanos y materiales para permitir un acercamiento actual y fehaciente a los presupuestos y costos. El plan de producción incluye encuestas, escaleta, guión técnico para la realización del reportaje, *breakdown* y un desglose de los recursos. Fundamento esta idea con diferentes puntos de vista que me permiten encontrar un hilo conductor a este breve estudio.

4.1 Fundamentación

"Si bien la medicina alópata está bien desarrollada en la mayor parte del mundo, grandes sectores de la población de los países en desarrollo todavía dependen de los profesionales tradicionales, las plantas medicinales y los medicamentos herbarios para su atención primaria. Es más, durante los últimos decenios, el interés del público en las terapias naturales ha aumentado enormemente en los países industrializados, y se halla en expansión el uso de plantas medicinales y medicamentos herbarios. Las muchas y diversas formas de los productos medicinales tradicionales han evolucionado frente a entornos ampliamente diferentes en lo etnológico, cultural, climático, geográfico y aun filosófico. Evaluar estos productos y asegurar su inocuidad y eficacia mediante el registro y la reglamentación plantean importantes desafíos. La finalidad de este documento es intercambiar las experiencias nacionales en la formulación de políticas sobre medicamentos tradicionales e introducción de medidas para su registro y reglamentación, y facilitar el intercambio de información sobre estos temas entre los estados miembros. En la actualidad, el documento cubre 52 países, pero después de unos años se actualizará y se ampliará atendiendo a la experiencia. Mucho se agradecerán las contribuciones adicionales de los gobiernos, instituciones y otras".¹¹¹

¹¹⁰ Chávez Gutiérrez, Markx Miguel. *Propuesta de una serie de televisión cultural y turística*. Tesis. UNAM. FCPyS. Ciencias de la Comunicación. México, 2003, pág. 16-18.

¹¹¹ Organización mundial de la salud. *Documento sobre medicina tradicional. Situación reglamentaria de los medicamentos herbarios*. Génova, mayo, 2003.

De hecho, los consumidores de la medicina tradicional se han encargado de darle actualidad y eficacia en los diferentes grupos sociales donde la utilizan. Han sido las mismas generaciones las que han conservado y practicado, las que le han dado vigor, conocimiento y difusión a esta tradición antigua.

Los diferentes estudios y documentos al respecto están en proceso de obtener conclusiones fehacientes sobre los retos que implica la reglamentación y regulación de esta medicina.

"La *medicina tradicional* representa una conexión culturalmente aceptada entre el pasado y el presente en México. Las culturas prehispánicas desarrollaron una manera original y potente de clasificar el conocimiento. La investigación ha individualizado la medicina mexicana prehispánica, con lo cual se logró una comprensión de sus sistemas de clasificación y el reconocimiento de la validez de aspectos nunca incluidos en el pensamiento occidental. Durante su larga historia, la medicina tradicional reiteradamente fue declarada ilícita y se prohibieron sus prácticas. Sin embargo, y a pesar de estas medidas, la medicina tradicional mexicana ha sobrevivido la tendencia política de dar a la medicina científica moderna una prioridad absoluta y la tendencia de los científicos de reducir al mínimo el conocimiento tradicional".¹¹³

Estos estudios recientes han corroborado su eficacia en distintos problemas de salud, hay congresos sobre medicina natural y tradicional que han probado ciertos remedios para diferentes enfermedades. Continuamente se reúnen especialistas (mexicanos, alemanes, españoles, cubanos, hindúes, argentinos, colombianos, rumanos, venezolanos, puertorriqueños, chilenos, peruanos) cuyas investigaciones han llevado a la eliminación de más de 360 tipos de cáncer y medicinas naturales para tratamientos del corazón; por ejemplo:

"Entre los especialistas de Iberoamérica se espera con especial interés la intervención de médicos indígenas mazatecos de la sierra de Huautla de Jiménez, Oaxaca, cuya medicina y prácticas naturales —que datan antes de la llegada de los españoles— han demostrado científicamente sus resultados. Actualmente, en todo el mundo, el divorcio entre la sociedad y la naturaleza, ha acentuado cada día la inclinación a padecer enfermedades. *La medicina natural y tradicional* apuesta porque se vuelva, poco a poco, y con el apoyo de las instituciones e instancias oficiales de la medicina en el mundo, a valorar los recursos que la propia naturaleza brinda al ser humano".¹¹⁴

El baño de temazcalli está considerado como parte de una medicina ancestral. La palabra *temazcalli* es de origen náhuatl y significa *tema, baño o vapor y calli, casa*. Es un baño de vapor empleado en sus inicios como parte de la vida cotidiana de los antiguos pueblos mesoamericanos.

¹¹³ Viesca-Treviño C. *Traditional Herbal Medicines around the Globe: Modern Perspectives. Mexican Traditional Medicine and its Pharmacological Resources*, pág. 79.

¹¹⁴ Rivera, Luz María. *Naturaleza contra enfermedad*. IV Congreso Iberoamericano de Medicina Natural y Tradicional. *El Universal*. 27 de octubre de 2003. Secc. Cultura. F pág. 1.

En la cultura maya se le conoce como *Zumpul-che*, un baño para mujeres después de parir, utilizado principalmente por personas que quieren eliminar enfermedades de sus cuerpos. En 1787 el italiano Francesco Clavigero escribe que los baños mexicanos son un poderoso remedio y pueden ser usados en Europa para curar el reumatismo.¹¹⁵

En general, la cosmovisión indígena sugiere que el primer rayo de sol matutino tiene una relación amorosa con la tierra, la fecunda y nace la vida. Todo existe alrededor gracias a ese acto amoroso del sol con la tierra, por ello la tierra se embaraza y le crece una panza que es el *temazcalli* donde guerreros y guerreras entran a convertirse en embriones, gestar un nuevo corazón y renacer con ese mismo amor con el que han sido engendrados.

En sus inicios, el *temazcalli* se hace en las viviendas como un baño de sudor; las mujeres son atendidas en estos baños antes, durante y después del parto; los hombres al regresar de la cacería; los niños para sanarlos de cualquier dolor; viejos, jóvenes, bebés, forman parte de este ritual sagrado que tiene profundas raíces en la historia de México, en otras partes de América y el mundo.

"El rito se lleva a cabo, necesariamente, en un lugar sacro que puede ser el baño de sudor llamado *temazcal* -presidido en la vieja época precortesiana por una deidad venerada-. Antes de la ceremonia se realiza el barrido ritual del aposento para asegurarle una limpieza mágica, el humo del tabaco agrega una secuencia más al acto de purificación unido al símbolo siempre presente del fuego -el abuelo- representado en los casos más apegados al rito primigenio por una gran hoguera; los actos de purificación no se limitan al local sagrado, abarcan también a las personas que intervienen en la ceremonia: el enfermo o consultante, el(la) *temazcalero(a)*, familiares, vecinos y allegados. El rito, pues, comprende a un grupo de gente que ayuna previamente".¹¹⁶

El *temazcalli* es una tradición prehispánica que ayuda a tener salud física, síquica y emocional. Este ritual ayuda a equilibrar los diferentes sistemas del cuerpo: respiratorio, cardiovascular, óseo, sanguíneo, muscular, nervioso, reproductor, digestivo, procesos gineco-obstétricos; además conduce al ser mediante ciertos valores éticos como el perdón, la voluntad, el respeto, el amor, la paz, la alegría, la energía, la bondad, la abundancia.

Varía en su forma y práctica en las distintas regiones en que se utiliza; sin embargo, se trata siempre de un aposento reducido con techo bajo, sellado a la intemperie y oscuro. Aunque se sabe muy poco de esta práctica entre los antiguos mexicanos, se cuenta con información de los cronistas españoles que, pese a su sensibilidad e interés por comprender lo diferente, difícilmente pudieron enmarcar en el contexto de la cosmogonía indígena los procedimientos que observaban, a pesar de que algunos lo adoptaron como instrumento de higiene.

¹¹⁵ Aguirre Beltrán, Gonzalo. *Obra antropológica*. Fondo de Cultura Económica. México, 1992. Tomo VIII, págs. 145-146.

¹¹⁶ ídem.

En la actualidad son pocas las publicaciones específicas sobre el tema y tienden a enfocarse al estudio de la *medicina herbolaria*. Cada vez más investigadores analizan, sintetizan y comprueban el comportamiento bioquímico de las plantas usadas por los médicos tradicionales. Aunque cada vez más la herbolaria mexicana es incorporada a los parámetros de la medicina occidental y aunque comprendamos científicamente los efectos de someter el cuerpo humano a condiciones controladas de extrema temperatura para el restablecimiento y cuidado de la salud, lo cierto es que la concepción de la enfermedad para el curandero incluye un complejo sistema de referencias místicas que han demostrado ser de gran ayuda para tratar enfermedades que hoy conocemos bajo el concepto de crónicas y sicosomáticas.

Hasta el momento no existe compendio alguno que registre la práctica viva del uso del *temazcalli* en las distintas comunidades indígenas mexicanas ni en otros grupos sociales del país que han sido cautivados por este instrumento de higiene que se practica en los siguientes estados y culturas:

Baja California: pai-pai, mixteco, triqui, zapoteco. Chiapas: chol, chuj, mame, tojolabal, tzeltal, tzotzil, zoque. Distrito Federal: nahua. Estado de México: nahua. Guanajuato: otomí Guerrero: tlapaneco, mixteco, nahua. Hidalgo: otomí. Morelos: nahua. Oaxaca: cuicateco, chocho, ixcateco, mazateco, mixe, mixteco, triqui, zapoteco. Puebla: nahua, otomí, totonaco. Sinaloa: mixteco, triqui, zapoteco. Sonora: seri, mixteco. Tlaxcala: nahua Veracruz: nahua, tepehua, totonaco.

La *medicina herbal* y las costumbres naturales de salud son especialmente sobresalientes en Oaxaca, donde una característica muy importante es la pulcritud y limpieza de la gente, el baño a vapor con hierbas forma parte de lo tradicional y se utiliza por las mujeres antes, durante y después del parto, para el tratamiento de diversos males de la población y para la purificación y bienestar general.

Muchos ritos religiosos también se asocian con los baños. El baño tradicional de vapor con hierbas se llama *temazcalli* y su diosa patrona es *temazcalltoci* en náhuatl, la lengua que fue de uso general para el comercio en todo mesoamérica.

Este baño ceremonial es en sí mismo una medicina antigua, tiene la virtud de proporcionar a los participantes diferentes niveles de curación: física, emocional, mental y de purificación a través de la energía universal concebida de distintos modos, según la cultura: Ometeotl, Temazcalitzin, Teo, Tao, Yavé, Jehová, Dios, Creación, Amor, Naturaleza, Ella, Él, el señor de los mil nombres, energía universal.

Si bien el corazón del *temazcalli* es el sol, como para la danza es el tambor, cada ceremonia tiene tantas maneras de realizarse como *temazcaleros(as)* en el mundo. Cada vez es diferente, aunque tenga siempre la misma forma operativa.

"Las ceremonias pueden leerse como una respuesta a acontecimientos externos, ya sean cíclicos y esperados, ya sean únicos e inesperados. Se contraponen a los acontecimientos rutinarios lo mismo que las crisis graves. En un contrapunto con las actitudes de la vida cotidiana, comentan las esperanzas y los miedos de los cambios estacionales, el acometimiento de empresas azarosas, el paso a nuevas condiciones fisiológicas, tales como la muerte y la pubertad o la adopción de una nueva condición social, por ejemplo, el matrimonio... Entre las ceremonias que se refieren a acontecimientos de existencia independiente, una serie de ellas se refiere a acontecimientos del pasado y otra serie a acontecimientos del presente. Las ceremonias referidas a acontecimientos del pasado pueden considerarse conmemorativas. El acontecimiento ya ha sido enunciado en la historia, pero su fijeza puede variar considerablemente."¹¹⁷

Es cotidiano y a la vez ceremonial; en el *temazcalli* existen ciertos momentos de interiorización que llevan a los bañistas a mirarse de otra manera. Los procesos de curación se realizan con plantas medicinales, cantos ancestrales dirigidos a las direcciones del universo: este, sur, este, norte, cielo, tierra y centro-corazón; en algunos casos se utiliza la terapia física como masajes, ajustes vertebrales, técnicas de respiración; los elementos son considerados sagrados: aire, agua, tierra, fuego, también se utiliza el caracol, sahumerio, copal, plumas de águila, jícara, piedras, ofrendas, tabaco, veladoras. Usualmente este baño es de techo bajo, se entra en cuclillas y se realiza con grupos de personas.

El vapor es producido por el agua medicinal depositada en piedras calientes. Al respirar este vapor se inicia el proceso curativo. Hay quienes aseguran vivir experiencias únicas a fin de sanar relaciones, sentimientos o enfermedades crónicas.

Algunos estudios antropológicos han encontrado en el *temazcalero*, quien dirige estos baños, ciertas similitudes con el chamán, "Individuo visionario, inspirado y entrenado en decodificar su Imaginería mental que en nombre de la comunidad a la que sirve y con la ayuda del espíritu aliado o guardianes, entra en un trance profundo o estado modificado de la mente sin perder la conciencia despierta que está viviendo, durante la disociación, su ego soñador establece relaciones con entidades que el chamán vivencia como de carácter inmaterial y puede, hasta cierto punto que depende de su propio poder personal, modificar el orden del cosmos invisible de acuerdo a su interés y / o al de su colectividad. El chamanismo se ha convertido en uno de los temas de estudio más importantes para la antropología."¹¹⁸

Según las definiciones, hay estrecha relación entre el chamán y el *temazcalero*; podemos decir que un chamán puede dirigir con facilidad un *temazcalli*, y un *temazcalero* puede tener virtudes chamánicas.

¹¹⁷ www.chamanismo.com Texto de Dayan, Daniel, et al. *La historia en directo*.

¹¹⁸ www.chamanismo.com Texto de Fericgla, Joseph Ma. *El chamanismo como sistema adaptante*.

La diferencia quizá radique en que no todos los chamanes son *temazcaleros* pero todos los *temazcaleros* pueden comenzar un camino chamánico. La curación es parte medular de sus actividades, en general, un chamán ha pasado por extremas situaciones de dolor, abstinencia, enfermedad y muerte; su comprensión de la naturaleza humana y del reino elemental (fuego, aire, agua, tierra) lo hace portador de una sabiduría poco común.

El término *chamán* tiene un halo de misterioso y puede evocar realidades diversas e incluso contradictorias. Ello no es extraño porque nos refiere a algo de origen ancestral y la propia creación de la cultura nos ha distanciado de sus métodos, muchas veces arcaicos y extremos. La palabra usada internacionalmente *chamán* es de origen manchú-tungu y llegó al vocabulario etnológico a través del ruso. La palabra tungu original de *saman* (*xaman*) se deriva del verbo *scha*, *saber*, por lo que chamán significa por tanto alguien que sabe, sabedor, que es un sabio.

Algunas investigaciones etimológicas explican que la palabra proviene del sánscrito por mediación chino-budista al manchú-tungu. En Pall es *schamana*, en sánscrito *sramana* es algo así como *monje budista*, *asceta*. El término chino intermedio es *scha-men*. Los pueblos siberianos y de Asia Central tuvieron también denominaciones locales para el chamán. En el turco altaico era *kam*; en Asia Central *bakshi*, para los samoyedos *tadibe*, para los lapones *molta*, para los finlandeses *tietöjõ* y húngaros, *táltos*.¹¹⁹

En relación con el mundo actual se considera lo chamánico como algo que pertenece a zonas geográficas y a grupos alejados, marginales o fronterizos, como algo conceptualmente difuso. Para numerosos investigadores el chamán actúa en un área de la realidad que en muchas ocasiones es compartida por los místicos y los médicos, según Henry Sigerist (1987), Michel Harner (1988), Sudhir Kakar (1982), Stanley Kripner y Max Welch (1992) y Joan Oleza (1996).¹²⁰

El chamán incluye en su actividad lo que sería propio de un psiquiatra o psicoterapeuta prehistórico. Especialmente si se considera que "la psicoterapia es un camino para la expansión de la conciencia. Es una actividad en el desarrollo de nuestra vida con la cual nos ayudamos a nosotros mismos y a los otros, para despertar del estupor de la inconsciencia y la ignorancia conociendo quiénes somos nosotros realmente (Steven Shainberg, 1993)".¹²¹

¹¹⁹ www.chamanismo.com. Joseph Hoppal. *Chamanismo siberiano y euroasiático*.

¹²⁰ Ídem.

¹²¹ Ídem.

El *temazcalli* es una construcción de origen prehispánico, sus beneficios contribuyen a la salud física y emocional. Cuando llegan los españoles a México¹²², lo consideran negativo¹²³ para el establecimiento de su cultura, por esta razón lo prohíben y, en consecuencia, destruyen estas estructuras como muchas otras; sin embargo, ancianos y ancianas, hombres y mujeres de conocimiento, continúan realizándolo en forma secreta porque saben de las ventajas obtenidas antes, durante y después de la elaboración del *temazcalli*; de tal manera, a lo largo de las generaciones se conserva este conocimiento a través de la tradición oral en familias dignificadas por este tipo de curación tradicional.

En la actualidad el *temazcalli* parece una moda. A pesar de ello y su antigüedad, mucha gente desconoce esta tradición de nuestros antepasados mesoamericanos. Hoy en día hay grandes cadenas hoteleras que lo incluyen en los servicios a huéspedes; el concepto de spa también lo considera en los provechos de salud; algunos importantes centros naturistas y de meditación así como en magnos eventos de difusión y conservación cultural también lo llevan a cabo; de esta forma el *temazcalli* se ha convertido en un tema de actualidad que interesa a hombres, mujeres, niños, indígenas, mestizos, de todas las edades y estratos sociales.

Según una breve encuesta realizada a sesenta personas (que presento más adelante) hay mexicanos que aún desconocen este tipo de medicina ancestral como una eficaz manera de integrar una diferente y novedosa concepción del mundo a través del equilibrio del cuerpo y la mente al retomar esta cosmovisión indígena. Se propone entonces una nueva conciencia de los elementos agua, aire, tierra y fuego, con la salud. Las enfermedades, por lo tanto, son estudiadas como un desequilibrio de esos elementos en la naturaleza humana.

Poco se ha investigado sobre este tema, el marco teórico se reduce a algunas publicaciones localizadas en el país y otros textos en mesoamérica; vía Internet se maneja información en cuanto a lugares donde se efectúa el *temazcalli*, así como cursos extraordinarios para ser *temazcalero* en la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, la Escuela de Enfermería de la Universidad Autónoma del Estado de Morelos, la Revista Electrónica Multidisciplinaria Tlahui y el Instituto Mexicano de Medicinas Tradicionales Tlahuilli A. C.; así como guías para obtener información sobre sus beneficios y logro

Sin embargo, no existe hasta el momento una serie de programas para televisión que brinde a la audiencia información suficiente para tener conocimiento de las posibilidades para participar y obtener beneficio de este recurso medicinal de antigua tradición.

¹²² "La aculturación comprende aquellos fenómenos que resultan cuando grupos de individuos de culturas diferentes entran en contacto, continuo y de primera mano, con cambios subsecuentes en los patrones originales de uno o de ambos grupos." Aguirre. *Obra antropológica*, Tomo VI, p. 13-14 "Aculturación significa simplemente contacto de culturas". Aguirre Beltrán. Tomo VI, pág. 10.

¹²³ Puede ser que les sorprendiera la desnudez de los indígenas y ello atentara contra la moral predominante en la Corona Española: "Que se bañaban mucho, no curando de cubrirse de las mujeres sino cuanto podía cubrir la mano" Fray Diego de Landa. *Relación de las cosas de Yucatán*, FCE. México, 1996, pág. 114.

Las fuentes de información para la obtención de datos son directas: observación, práctica, participación activa durante este recurso y documentales, como textos escritos durante la conquista de la Nueva España. Así como bibliografía reciente publicada por la Escuela Nacional de Antropología e Historia, el Instituto Nacional Indigenista, la Universidad del Estado de Morelos, datos emanados vía Internet, testimonios, entrevistas, grabaciones de campo.

Los especialistas que efectúan esta ceremonia se localizan en áreas rurales principalmente, sobre todo en los estados de Morelos, Estado de México, Puebla, Tlaxcala, Veracruz, Michoacán, así como en otros países: Guatemala, Nicaragua, El Salvador, en el centro de América, en Arizona, Nuevo México, Utah, al sur de Estados Unidos. También se practica en Asia y Rusia.

Esta información es, sobre todo, de trasmisión oral, por ello requiere una difusión cultural, social y etnográfica adecuada a través de la televisión. En este sentido, el modelo de comunicación y lenguaje de Ogden y Richards (1923) y el modelo de Halliday (1978) y la *Teoría de responsabilidad social*, ayudan en gran medida a fundamentar el aspecto teórico de este ejemplo sobre el *temazcalli*.

También es factible aplicar el modelo teórico de Joffre Dumazedier que habla de la teoría del ocio mediante la relajación (proporciona la liberación individual de la fatiga); el entretenimiento (libera del aburrimiento) y el desarrollo personal (libera de rutinas, pensamientos y acciones diarios)

Por medio de cincuenta y dos programas televisivos se pueden dar datos comprobables para la población interesada en asuntos culturales. Sin duda, el tiempo concedido al estado a través de los canales de radio y televisión debe incluir en sus objetivos la difusión constante sobre las alternativas de salud para la población.

Con esta información se brinda al espectador diversas posibilidades para acrecentar su conocimiento, transmitir su cultura y aplicar los beneficios en forma práctica.

En la actualidad la palabra *temazcalli* es utilizada en diferentes comerciales televisivos, radiofónicos, en prensa y vía Internet; sin embargo, aún no se ha dado a conocer de manera comercial o privada su historia, usos, precauciones, requisitos, beneficios, recursos, plantas medicinales empleadas, entre otros asuntos de interés para la población infantil, juvenil y adulta.

Los *temazcalli* que se realizan en Amatlán, Morelos me llaman la atención porque es una zona en la que su empleo es cotidiano en la mayor parte de las casas de este pequeño pueblo localizado a 130 kilómetros de la ciudad de México. Hay *temazcaleros* y *temazcaleras* de tradición que son conocidos y buscados por nacionales y extranjeros asistentes a este tipo de ceremonias

Por estas razones es indispensable dar inicio con la elaboración de programas para televisión que informen lo relacionado con esta tradición ancestral que ha permanecido a lo largo de la historia y hoy se realiza como una posibilidad práctica de curación.

Estos programas brindan la posibilidad de Investigar a fondo un recurso tradicional para tener un acercamiento al empleo de técnicas estudiadas por la ciencia y practicadas de manera rústica desde los principios del *temazcalli*, como la termoterapia, hidroterapia, fitoterapia, sicoterapia, fisioterapia, energía dinámica, *medicina tradicional o medicina herbolaria*.

"La medicina tradicional es la suma total del conocimiento, habilidades y prácticas basadas en las creencias y experiencias indígenas de diferentes culturas; explicable o no, se usa para el mantenimiento de la salud, en la prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades físicas y mentales".¹²⁴

La organización mundial de la salud ha publicado definiciones, reglamentos, registros, estatutos, en torno de la medicina tradicional que se aplica en todo el mundo. Al mismo tiempo, ha reconocido la complejidad de esta tarea y ha solicitado apoyo a los diferentes países para unir acuerdos; mientras tanto, esta práctica de los primeros formadores de las comunidades se realiza de una forma cotidiana y singular.

En lo referente a la reglamentación y registro de los medicamentos herbarios, es decir, la situación jurídica de medicinas preparadas con hierbas varía de un país a otro. En algunos, las fitomedicinas están bien establecidas, mientras que en otros se les considera como alimentos y no se permite sostener que poseen cualidades terapéuticas. Sin embargo, los países en desarrollo a menudo poseen una gran cantidad de medicamentos herbarios de uso tradicional y muchos conocimientos populares sobre ellos, pero no tienen casi ningún criterio legislativo para establecer dichos medicamentos de uso tradicional como parte de la legislación sobre medicamentos.¹²⁵

"Entre los factores que se aplican en los sistemas reguladores para la clasificación de los productos medicinales herbarios o tradicionales figuran los siguientes: descripción en una monografía de farmacopea, situación de la prescripción, afirmación de un efecto terapéutico, ingredientes o sustancias regulados o programados, o períodos de uso. Algunos países hacen una distinción entre productos *oficialmente aprobados* y *oficialmente reconocidos*, según lo cual éstos pueden comercializarse sin evaluación científica por parte de la autoridad pertinente."¹²⁶

De hecho, es una práctica tan antigua que su aceptación legal o ilegal es evidente. Las plantas medicinales y los productos derivados de ellas han incrementado su demanda, por ello la Organización Mundial de la Salud considera importante regular el sistema de conservación, venta y consumo.

En México la medicina de tradición es considerada una solución inmediata para remediar algunos padecimientos. En el estado de Morelos, especialmente, su práctica es cotidiana y la popularidad de estos baños es de relevancia para la gente que los utiliza con regularidad y para el *turismo de salud o ecoturismo*.

¹²⁴ Organización mundial de la salud. *Legal status of traditional medicine and complementary*, OMS. Bruselas, 1999, pág. 25.

¹²⁵ Ídem.

¹²⁶ www.oms.com Texto de Jayasuriya, D.C. *The regulation of medicinal plants a preliminary review of selected aspects of national legislation*.

A través del recurso de la televisión nos podemos informar sobre este conocimiento prehispánico de cosmovisión indígena utilizado por diferentes culturas y religiones. Es un hecho de la vida cotidiana. La vida de los *temazcaleros* de tradición es disciplinada, constante, coherente, con gran ímpetu por el aprendizaje y la enseñanza; los que hacen el *temazcalli*, por lo general, proceden de bisabuelos, bisabuelas, abuelas y abuelos indígenas, cuyo conocimiento ha sido legado durante generaciones. Esta riqueza se puede dar a conocer por medio de la televisión. Mediante una investigación rigurosa, metódica y eficaz que dé principio a una motivación en la etapa de preproducción se puede sensibilizar al espectador con la producción realizadasobre la historia del *temazcalli*, un *baño de purificación ancestral*, con los siguientes objetivos:

4.2 Objetivos

Producir una serie de televisión para promover el *temazcalli* entre la población por su eficacia y el conocimiento legendario que de ella tienen nuestros antepasados y que han dejado a través de la información oral y en escritos redactados por investigadores.

Difundir a través de un canal televisivo una serie de cincuenta y dos programas que instruyan sobre medicina tradicional.

Dar a conocer el empleo de la medicina tradicional en el tratamiento de enfermedades.

Objetivos particulares

Difundir la utilidad del ritual prehispánico llamado *temazcalli*.

Dar a conocer las posibles formas de curación para las vías respiratorias en este baño antiguo. Exponer la medicina tradicional para su tratamiento.

Investigar y difundir los *temazcallis* que se realizan en Amatlán en el estado de Morelos

Dar a conocer a la población aspectos sobre su cultura, sus raíces auténticas, sus antepasados y su historia en materia de medicina tradicional para enriquecer el acervo informativo y emplearlo con fines prácticos.

Participar con estos programas en un plan alternativo de medicina tradicional con fines domésticos.

Brindar datos sobre el *temazcalli* que se realiza en el extranjero.

4.3 Metas

Difundir un programa de cultura tradicional en el estado de Morelos.

Practicar la producción del reportaje cultural televisivo.

Dar un sentido didáctico al tema de medicina tradicional.

Enfatizar la riqueza de las raíces culturales de México.

4.4 Actividades

Esta propuesta tiene como objetivo realizar un proyecto de periodismo cultural; el tratamiento está enfocado a una antigua tradición llamada *temazcalli* apoyada en la medicina tradicional.

Con el fin de proporcionar un sentido práctico al marco teórico empleado durante este trabajo, presento esta iniciativa como ejemplo para elaborar una serie de cincuenta y dos reportajes culturales susceptibles de transmitirse semanalmente a través de un canal televisivo. Este especial tema requiere insertarse en la metodología de investigación para llevar a cabo un producto final.

Los principales cometidos de esta producción son:

Agenda

Investigación documental

Técnicas de Información

Trabajo de campo

Difusión

La *agenda* es uno de los elementos de la preproducción, es la elaboración de un calendario de cometidos detallados en cada día de trabajo. De acuerdo con los días de la semana, se describen las tareas asignadas a cada área, asunto, momento, personal, día, hora. La agenda es una técnica de realización en la primera fase de producción. De su importancia depende la organización y, por tanto, la calidad del programa.

Resulta de gran ayuda diseñar un cronograma que permita tener idea del tiempo que comprende cada una de las etapas con el fin de fijar la fecha aproximada para concluir. La agenda se relaciona con el tipo de investigación que se realiza, así como la disponibilidad de recursos humanos, financieros y materiales.

Por ello al hacer el cronograma se requiere llevar a cabo un análisis de dichos factores para asignar el tiempo que se juzgue necesario para ejecutar cada una de las diferentes etapas.¹²⁶

Cada investigador puede elaborar su personal agenda. Es de suma importancia la organización diaria de las actividades en la producción en televisión; es, de hecho, indispensable para dar inicio al tema de investigación.

El concepto de *agenda* se podría describir como la hipótesis según la cual los medios de comunicación pueden indicar a sus destinatarios en torno de temas para reflexionar, qué contenidos deben incluir o excluir de su conocimiento, a qué acontecimientos darles importancia o no, qué cosas valorar de las personas y problemas.¹²⁷

El formato del cronograma contiene información sobre costos de producción, recursos humanos y técnicos, tiempo para la elaboración del producto, actividades, tema, tiempo de duración, tareas para cada persona del equipo, con un calendario (cuántos y cuáles días serán ocupados para la producción).

La realización del reportaje cultural para televisión en apariencia parece muy compleja; sin embargo, al manejar el lenguaje técnico se convierte en un quehacer fácil, coherente, divertido y diferente si se utiliza la investigación como eje fundamental en su creación. La televisión inicia un proceso de cambio al adecuarse a las técnicas y a las nuevas vertientes tecnológicas que dan un auge novedoso a las producciones actuales.

La agenda se puede convertir en un *plan de trabajo*, una opción eficiente para las labores de investigación. Es la génesis de la organización, es una propuesta de acciones especiales para acercarse paulatinamente a los objetivos, debido a que hay un acercamiento profundo a la técnica de investigación periodística, metodológica y social. Es una propuesta para la vasta obtención, organización y producción de datos. La llaneza de su elaboración implica una búsqueda exhaustiva de información y requiere del conocimiento de las diferentes técnicas disponibles.

Hay variedad de esquemas para realizar la agenda, de hecho cada periodista puede hacer su propia agenda. Se puede considerar de acuerdo con las actividades, fechas, horarios, tareas, recursos, locaciones, traslados, grabaciones y, como hemos dicho, fuentes y recursos.

Presento algunos ejemplos para la elaboración de agendas que guían las actividades de producción y apoyan para el logro de las metas, pueden considerarse para un dar inicio con el plan de trabajo:

¹²⁶ Rojas Soriano, Raúl. *Op.cit.*, pág. 45.

¹²⁷ Vilches, Lorenzo. *Op. cit.*, pág. 34.

Plan de trabajo: Tema: <i>Temazcalli, baño ancestral de purificación</i> Serie: Programas de introducción. #1: <i>Orígenes del temazcalli</i> Medio o canal: <i>Canal Once y Canal 22</i> Fecha de estreno: siete de enero, 2004			
	<p style="text-align: center;">Técnicas</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;"> Géneros periodísticos Notas Artículos Entrevistas Crónicas Reportajes </td> <td style="vertical-align: top;"> Investigación Documental Archivos De campo Grabaciones </td> </tr> </table>	Géneros periodísticos Notas Artículos Entrevistas Crónicas Reportajes	Investigación Documental Archivos De campo Grabaciones
Géneros periodísticos Notas Artículos Entrevistas Crónicas Reportajes	Investigación Documental Archivos De campo Grabaciones		
	<p style="text-align: center;">Organización</p> <table border="0"> <tr> <td style="vertical-align: top;">Hojas de clasificación</td> <td style="vertical-align: top;">Hojas de selección</td> </tr> </table>	Hojas de clasificación	Hojas de selección
Hojas de clasificación	Hojas de selección		
	Guión informativo		
	<p style="text-align: center;">Edición. Producto final. Master</p> <p>Difusión: semanal. Medio: Canal Once y /o Canal 22 Horario: viernes de 20:00 a 20:30 horas</p>		

Cronograma general para la propuesta de producción de una serie de reportajes culturales para televisión dedicados a una tradición del estado de Morelos: el temazcalli, baño ancestral de purificación.

Cronograma ACTIVIDAD	REPORTAJE EN TELEVISIÓN							Temazcalli	
	FECHA	SEP /	OCT	NOV /	DIC	ENERO			
Preproducción	1	10	15	25	15	20	25	28	7
Producción	☆								
Postproducción		☆	☆	☆					
Detalles					☆	☆	☆		
Difusión / Publicación							☆		☆

Cronograma semanal de la propuesta para la producción de reportajes culturales para televisión dedicados a una tradición antigua que se lleva cabo en el estado de Morelos: el temazcalli, baño ancestral de purificación.

CRONOGRAMA	
FECHA	ACTIVIDADES
<p>Primera semana 1 al 6 de septiembre</p>	<p>Reuniones con el equipo de producción, con la coordinación ejecutiva. Análisis de recursos. da inicio la investigación documental y de campo. el equipo de producción participa en un temazcalli en Amatlán, Morelos con doña Vicenta.</p>

Cronograma de actividades diarias para la propuesta de producción de reportajes culturales en televisión dedicados a una tradición que se efectúa en el estado de Morelos: el temazcalli, baño ancestral de purificación.

TIME LINE. RUTA. CRONOGRAMA

FECHA: 1 al 7 de septiembre de 2004
PROGRAMA DE INTRODUCCIÓN: Orígenes del temazcalli.
CANAL 11 y/o CANAL 22
Horario: viernes de 20:00 a 20:30 h Fecha de estreno: enero 7 de 2005
AGENDA DIARIA
Etapa de preproducción.

HORARIO	LUNES	MARTES	MÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO				
7:00 a 8:00	Reunión de producción. Se planean las tareas de cada persona del equipo. Los días y las horas.	Reunión con la Coordinación ejecutiva del programa.	Instrumentar la investigación. Implementar la información al equipo	Elaboración de un Archivo por orden Alfabético.	Ordenar la información Documental para el archivo	Preparativos para participar en la ceremonia de Temazcalli en Amatlán, Morelos.	Temazcalli en Amatlán, Morelos con doña Vicenta.				
8:00 a 9:00								Análisis de los recursos financieros.	Búsqueda exhaustiva de bibliografía sobre el tema. Documentos, textos, páginas web,	Investigación documental	Reunión con el equipo para evaluar las actividades y prever recursos para el traslado. Reflexiones y sugerencias.
10:00 a 11:00											
12:00 a 13:00	Brain storme.					Reunión con el equipo para evaluar las actividades y prever recursos para el traslado. Reflexiones y sugerencias.					
13:00 a 14:00							Time line				
14:00 a 15:00	Reflexiones					Reunión con el equipo para evaluar las actividades y prever recursos para el traslado. Reflexiones y sugerencias.					
15:00 a 16:00											
17:00 a 18:00						Reunión con el equipo para evaluar las actividades y prever recursos para el traslado. Reflexiones y sugerencias.					
18:00 a 19:00											
19:00 a 20:00						Reunión con el equipo para evaluar las actividades y prever recursos para el traslado. Reflexiones y sugerencias.					
21:00 a 22:00											

La investigación documental es indispensable, implica consulta de archivos, bibliografía, textos; así como las filmaciones en exteriores, interiores o en el extranjero. Los registros grabados son un documento para este género que presentamos, debido a que el tema cultural es parte del acervo social.

Para la preparación del trabajo de campo es necesario tener listos el o los instrumentos para captar la información, así como el diseño de la muestra, debido a que son elementos fundamentales para formular la estrategia a seguir en esta fase. ¹²⁹

Todo en orden. Camarógrafos, asistentes, transportes, cámaras, trípodes, textos, extensiones, sitios, viáticos, cintas de grabación, señales de producción, para dar inicio a la captación de imágenes posibles para ser transmitidas vía televisión. Dos posibilidades dan a nuestra producción las primeras señales: por una parte los géneros y, por otra la forma de alimentar la información verídica, inmediata y eficaz a través de documentos escritos y audiovisuales. Juntos nos introducen al quehacer periodístico.

Técnicas de Información. Para el reportaje cultural en televisión, las técnicas periodísticas, es decir, los géneros propiamente dichos, nos ayudan a la búsqueda exhaustiva de datos. La nota, reseña, entrevista, artículos, crónica, unidos en el reportaje, que hemos esbozado antes, son fundamentales para la producción.

A continuación presento el fragmento de una entrevista elaborada con la inquietud de aumentar las opiniones de los especialistas, indagar sobre el tema en cuestión y presentar un ejemplo. Habla un anciano oriundo de Amatlán lugar donde nace Quetzalcoatl (señorío 834 a.C.), la serpiente emplumada.

Entrevista a don Ehecatl Cázares, sembrador, temazcalero de tradición y guardián del fuego sagrado en Amatlán de Quetzalcoatl, Morelos

Las montañas de Amatlán de Quetzalcóatl tienen escrita la historia de una serpiente alada que envuelve la vegetación dándole abundancia, color y formas mágicas. Es un pueblo de escasos mil habitantes, cuenta con biblioteca, un kinder y una primaria. En la plaza cívica de este pueblo hay un tótem que representa la figura de un caballero con cabeza de águila y cuerpo de serpiente.

"Quetzalcóatl -señala don Ehecatl al tótem iluminado con brillantes colores- reinaba en el señorío 832 AC. él nos enseñó el maíz, a sembrar y cosechar, nos dijo cómo caminar por los cerros, cómo escuchar el canto de las aves y nos dijo cuándo va a llover y cuándo no. Era pura luz aquel entonces, digamos que nos trajo una palabra de mucho amor y esa palabra se quedó para siempre entre la gente... hay lugares sagrados en medio del monte en los que él se bañaba, hay mucha agua entre tanta piedra, pozas gigantes y la tierra que nos dejaron los antepasados es fértil y hermosa..."

¹²⁹ Rojas Soriano, Raúl. *Op. cit.*, pág. 181.

Don Ehecatl es un hombre de setenta y siete años, fuerte y tranquilo, usa sombrero, huarechas, camisa de manta y pantalones de mezclilla; sus ojos son negros y profundos, habla pausado y ha vivido toda su vida en este pueblo.

"El *temazcalli* se realiza en Amatlán desde antes que usted y yo nacíramos, lo empezaron a hacer nuestros abuelos porque necesitaban curarse y bañarse muy bien como quien dice, el espíritu, o sea que este baño se hace como una ceremonia para sudar todo lo malo y respirar lo nuevo, sanar el cuerpo y la mente, hay algunos que usan hierbas, otros sólo agua sin más, como quiera hay un efecto que hace el calor en el cuerpo, quita el frío interno, cierra por dentro las heridas, infla los pulmones y el corazón comienza a latir muy fuerte, entonces rejuvenece porque saca lo feo... no es una religión, el *temazcalli* es sólo un baño de vapor, no tiene relación con nada fuera de lo común ni es algo oculto, tampoco le va a usted a traer buena o mala suerte, es parte de la vida, es bañarse, limpiarse... las creencias de cada uno son aparte"

La lluvia nos ha obligado a permanecer debajo de un gran ciruelo repleto de fruta que cae a nuestros pies, la levantamos, la limpiamos un poco sobre nuestra ropa y degustamos unas jugosas ciruelas. Reímos al vernos un poco húmedos y saboreando cada gota de ciruela en nuestros dedos.

"A mí me gusta rezar, cuando uno cuida el fuego de una veladora, de un *temazcalli*, hasta de una iglesia, fíjese usted, tiene uno la sensación de estar cerca de una luz muy poderosa que está en realidad dentro de uno, pero que se presenta afuera, todo es lo mismo, si la luz es muy fuerte pues no te deja ver pero si la sabes ver, te ilumina... esta ciruela nos ha esperado para entregarse a nuestro gusto para alimentar nuestro cuerpo y seguir caminando, así es la luz, se entrega, se da..."

¿Cómo lo relaciona con el *temazcalli*?

"Digo que no importa la religión para el *temazcalli*, no es una ceremonia religiosa, es una costumbre antigua en la que pueden participar personas de todas las religiones y digo que a mí sí me gusta rezar, porque como guardián de esta tradición mis abuelos me enseñaron a rezar, yo rezo en náhuatl y le canto y le bailo a Teo, la creación, porque así me enseñaron pero si usted no cree en nada ni nadie, eso no importa para el *temazcalli*... yo lo veo así porque entramos todos a lo que se ve como la panza de la tierra, entonces nos hacemos hermanos y hermanas y ese es el sueño del espíritu, tener un mismo padre, una misma madre... todos juntos en la tierra... cada quien lo ve como lo quiere ver..."

La lluvia ha cesado, comenzamos a caminar por las calles empedradas, hay riachuelos abundantes que se dirigen hacia el río, bajamos cuatro calles y llegamos a un lugar lleno de árboles frutales, comemos guayabas, peras, mandarinas, ciruelas, y otros hallazgos: anís y unas deliciosas flores moradas; el olor de Amatlán es como el olor del barro fresco...

Todos los datos que se puedan recopilar en cualquier modalidad periodística son indispensables para un acercamiento paulatino al contenido y forma de la serie, primero y de cada programa, después.

Trabajo de campo significa un compromiso con la producción misma. Es la actividad en el campo laboral, cuando se crea la acción, por eso el periodismo es una especial disciplina porque requiere el momento de aprehensión de la realidad donde *se existe, se es*, a través de un hecho. El comunicador social, emisor de mensajes, constata un momento de la vida social.

Las técnicas de Investigación se dividen en dos ramas: documental y de campo. Las primeras equivalen a la memoria de la humanidad registrada en cada uno de los objetos sobre los que ha dejado huella el ser humano y en la Investigación de campo contamos con la observación.¹³⁰

Observación directa e indirecta, Investigación documental, bibliográfica, hemerográfica, testimonial, iconográfica, auditiva, especializada, estadística (encuestas, sondeos, gráficas, folletos) y los géneros periodísticos (en todos los medios) son los instrumentos útiles y necesarios para el reportaje cultural en televisión, para darle cuerpo, creatividad y difusión. Estas técnicas apoyan y sustentan el acopio de datos, lo propician. Las más primitivas, pulcras y evidentes son las que se obtienen ante nuestros ojos mediante *fuentes directas*; de las *indirectas* también es posible tener información confiable aun cuando provengan de *segunda mano*.

Considerar como vital el conocimiento de estos utensilios, saber de su sentido práctico, ayuda a organizar el contenido de una estructura periodística. Sin pretensiones ostentosas: con un español llano, fluido y verosímil se puede moldear una producción coherente, entendible, Informativa, Interpretativa y ¿por qué no?, entretenida. De tal forma que el estímulo visual recibido por el televidente lo puede llevar a la profunda reflexión del suceso. Ello sólo se logra con *datos* a fin de construir siempre.

En el mercado de la televisión (como sistema digital) hay multitud de aparatos para hacer de ella un medio de comunicación cada vez más sofisticado. Así como científicos o artistas utilizan a la tecnología para alcanzar sus objetivos, los periodistas han hallado en el ámbito electrónico vías idóneas a sus fines. El recurso digital logra complicadas combinaciones de imágenes y audio en secuencias obtenidas con base en una magistral edición, pueden ser instantáneas (en directo) o pregrabadas; a decir verdad, su feliz logro se debe a la destreza del operador.

La realidad modifica la profesión periodística. La tecnología y en lo particular la electrónica y la computación, modifican más al periodismo. La planeación de la información se hace con más recursos documentales a través de computadoras, así como los procesos de fotocomposición, fotomecánica e impresión. Mayor número de redactores utiliza las terminales para redactar y editar información. El reportaje que ahora se hace por excepción se hará diariamente gracias a los bancos computarizados.¹³¹

¹³⁰ Duverger, Maurice. *Métodos de las ciencias sociales*, Ed. Ariel. Barcelona, 1978, pág. 115.

¹³¹ Del Río Reynaga, Julio. *Op. cit.*, pág. 30.

El reportaje es especial en televisión, no es común y si fuera cotidiano, sería parte de la programación. En ocasiones no se encuentra tampoco en los noticieros diarios. Al emplear adecuadamente la tecnología audiovisual para la creación de programas adheridos a la investigación, aun cuando sean cómicos, la televisión tiene otra calidad.

Los géneros periodísticos son herramientas adecuadas para recopilar datos, con las técnicas formales de investigación metodológica que mencionamos antes, se inicia el proceso profundo de búsqueda. Estos utensillos hacen la tarea más sencilla, representan una fuente de datos y, al conocerlos, los periodistas muestran sus inclinaciones y van formándose los estilos, manera personal de cada investigador para enmarcar las ideas. Nota, entrevista, crónica, artículo y sus diversas clasificaciones son asidas por el informador, delinea sus estructuras y les da color según su personalidad.

"El campo de investigación y el asesoramiento histórico para la producción cinematográfica, televisiva y de video cultural merece un comentario puntual: se trata de un rubro altamente especializado dentro del universo de la producción audiovisual que exige de quienes lo intentan una formación rigurosa y amplia en temas específicamente históricos, de historia de la cultura, historia de las corrientes del pensamiento, historia social, historia de las ideas estéticas, vida cotidiana, historia de las ciencias y las tecnologías, movimientos políticos y sociales, antropología".¹³¹

En lo que respecta a la *difusión*, hay ciertos canales adecuados para la programación cultural en el país: *Canal Once, Canal 22, Canal Tres de Morelos, TVUUnam*; cabe señalar que también hay programas culturales que pueden transmitirse en un canal comercial interesado.

Los programas culturales pregrabados pueden comprobar la información para hacerlos fehacientes, con validez y actualidad en cualquier momento de su transmisión televisiva. Debido a que estos programas implican una investigación dada su especialización, es conveniente hacerlos en diferido; es decir, es necesario utilizar la tecnología en materia de edición.

Con una serie de cincuenta y dos programas se puede establecer una sistematización de información sobre el tema tratado, ello significa un año de transmisión: programas semanales de 27 minutos cada uno.

Para continuar describo el contenido de la serie.

¹³¹ Rivera, Jorge. *Op.cit.*, pág. 165.

Contenido de la serie

SERIE: *Temazcalli, baño prehispánico de purificación*

Propuesta de 52 programas con distintos subtemas en torno del *temazcalli*

Duración de cada programa: 27 minutos.

Apto para adolescentes, niños y adultos.

Reportaje cultural.

Horario: Acceso a máxima audiencia de 20:00 h – 20:30 h

Periodicidad: Semanal.

1. Programas de Introducción (4)

1. Los orígenes del *temazcalli*: aspecto ceremonial

2. *Temazcalli* en México: cosmovisión indígena

3. Ometéotl

4. *Temazcalli* en otros lugares del mundo

2. Programas: Los elementos y las direcciones (4)

5. Fuego, tierra

6. Agua, viento

7. Este, sur, oeste, norte

8. Cielo, tierra, corazón humano.

3. Programas: Beneficios del *temazcalli* curativo (4)

9. Termoterapia

10. Hidroterapia

11. Fitoterapia

12. Sicoterapia

4. Programas: Arquitectura del *temazcalli* (6)

13. *Temazcalli* subterráneo (de los más antiguos)
14. *Temazcalli* de piedra o de ombligo (zona maya, totonaca)
15. *Temazcalli* de adobe (zona centro del país: chichimeca, olmeca, náhuatl)
16. *Temazcalli* de tortuga (navajo, lakota)
17. *Temazcalli* Iglú (alaska, zonas nórdicas)
18. *Temazcalli* tipie (sur de Estados Unidos) y otros

5. Programa: *Temazcalli* en México (12)

19. Baja California: pal-pal, mixteco, triqui, zapoteco.
20. Chiapas: chol, chuj, mame, tojolabal, tzeltal, tzotzil, zoque.
21. Distrito Federal: nahua.
22. Estado de México: nahua
23. Guanajuato: otomí
24. Guerrero: tlapaneco, mixteco, nahua.
25. Hidalgo: otomí
26. Morelos: nahua.
27. Oaxaca: culcateco, chocho, ixcateco, mazateco, mixe, mixteco, triqui, zapoteco.
28. Puebla: nahua, otomí, totonaco
29. Sinaloa: mixteco, triqui, zapoteco Sonora: seri, mixteco.
30. Tlaxcala: nahua Veracruz: nahua, tepehua, totonaco.

6. Programas: Enfermedades tratadas en el *temazcalli* (4)

31. Vías respiratorias

32. Nervios, tensiones musculares, lumbago, tortícolis, tendinitis, gota, reumas

33. Mirrañas, várices, artritis, adicciones, reconstrucción de tejidos.

34. Flujo sanguíneo, problemas digestivos, problemas de esterilidad entre otros.

7. Programas: *Temazcalli* familiar (4)

35. Violencia Interfamiliar

36. Comunicación familiar

37. Depuración de relaciones

38. Ejercicios dinámicos

8. Programa: *Temazcalli* infantil (4)

39. Niños y niñas en el *temazcalli*

40. Aprendizaje

41. Enseñanza

42. Curación

9. Programa: *Temazcalli* de pareja (3)

43. Ometeotl: la dualidad

44. Depuración de relaciones

45. Femenino-masculino

10. Programas: *Temazcalli* femenino (4)

46. Influencia de la luna

47. Periodos menstruales

48. Procesos de embarazo: preparto-parto-posparto

49. Relaciones conyugales

11. Programas: Plantas y resinas medicinales empleadas en el *temazcalli*

50. Copal, Ocote, Axihuitl (*eupatorium macrophyllum* L.), Pericón (*tagetes lucida* Cav.), Romero (*rosmarinus officinalis* L.), Estafiate, Eucalpto, Bugambilia, Tapacola, Hierba de ángel (*parletaria pensylvanica* L.)

51. Salvia, Jarilla, Ortiguilla, Cítricos: limón, naranja, mandarina, limón real, lima, *Jatropha cordata* (medicina para el dolor de cabeza)

52 Hoja de Pastor, Verbena, Santamaría, Barro, Sábila (*aloe vera*), entre otras.

4.5 Audiencia

¿Hacia quién se dirige el reportaje cultural televisivo? El tema de este programa define en gran medida el perfil del teleauditorio: desea informarse, entretenerse, divertirse y si el contenido apela al interés, difícilmente dejará la transmisión hasta que concluya.

"Quienes se inclinan, por razones vocacionales, a escribir para cine y televisión deben pensar que ambos medios son esencialmente *imagen y movimiento* y que los dos tienen en común su condición de espectáculos colectivos, pensados en general para públicos con un alto promedio de heterogeneidad, fragmentación y dispersión, rasgo que se potencia en el caso específico de la televisión abierta".¹³³

En el caso del *temazcalli* considero que los televidentes son adultos, jóvenes y niños; sus preferencias dependen en gran medida de los temas y formas de realización de los programas, por ello, si éstos se hacen con un lenguaje llano, directo, natural, entretenido, el resultado es un alto *rating*.

Durante el día, las televisoras dividen las horas: Despertador de 7:00 h a 9 h. Mañana de 9 h a 13 h. Acceso al mediodía de 13 h a 14:30 h /15 h. Mediodía de 14:30 h/15 h a 16 h. Sobremesa de 16 h a 17:30 h/18 h. Tarde de 17:30 h/18 h a 20 h. Acceso a horario de máxima audiencia de 20 h a 20:30 h/21 h. Máxima audiencia de 20:30 h/21 h a cero horas. Noche de las cero horas a 2:30 h. Madrugada de 2:30 h a 7 h.

De acuerdo a estos horarios y al contenido, los programas se clasifican para niños, adolescentes o adultos. El tema del *temazcalli* es apto y adecuado a todas las edades y de hecho hay algunos programas especiales para el público infantil, femenino y masculino.

¹³³ Rivera, Jorge. *Op.cit.*, pág. 163.

¿De qué manera podemos conocer las opiniones del auditorio? El concepto de *feedback* es para referirse a la retroalimentación posible del canal con el público. Hay distintas maneras de efectuarse: vía telefónica, correspondencia, sondeos de mercado, encuestas, estrategias de opinión pública, para analizar la respuesta obtenida y en esta medida evaluar los resultados a fin de aprovechar al máximo las maneras de mejorar la calidad de la producción y adecuarse a las exigencias y opiniones de quienes finalmente disfrutan o rechazan la programación televisiva.

En este caso realizo un sondeo con una encuesta aplicada a sesenta personas: 20 mujeres, 20 hombres y 20 niños para acercarme a determinar si la gente conoce el tema. El 65% de los encuestados desconoce esta tradición, no conocen los beneficios del baño de vapor prehispánico; el 8% ha participado en un *temazcalli*; el 35% ha escuchado sobre el tema pero no lo conoce a profundidad.

Los hombres representan la tercera parte de los encuestados, el 7% de ellos ha participado en un baño de vapor tradicional y el 27% no lo conoce. Las mujeres entrevistadas tiene mayores referencias sobre esta ceremonia, el 20% de ellas respondió que sí lo conoce o ha tenido contacto y el 13% lo desconoce.

Estos datos nos acercan de alguna manera a tener un primer contacto con el panorama general que representa la audiencia; además la variedad de subtemas que hemos considerado en el contenido de la serie, es versátil y de interés para el público.

	A	B	C	D	E	F	G	H	I	J
1	Nombre	Edad	Ocupación	Colonia	Estado	1. ¿Conoce el baño de tamazcalt?	Si, pero no ha entrado	No lo conoce	Ha escuchado	
2	Raúl Domingo	53 años	Alberfil	Alta Vista	Morelos	SI			XXX	
3	Arturo Solís	34 años	Ingeniero	Alta Vista	Morelos			XXX		XXX
4	José Ramírez	19 años	Estudiante	Alta Vista	Morelos			XXX		
5	Carlos Gómez	48 años	Doctor	Alta Vista	Morelos				XXX	
6	Ramiro Luna	64 años	Carpintero	Alta Vista	Morelos			XXX		
7	Vicente Soto	74 años	Maestro p.b.	Alta Vista	Morelos	XXX				
8	Andrés Gama	36 años	Doctor	Alta Vista	Morelos		XXX			
9	Juan Vázquez	26 años	Cortador	LomasPinar	Morelos				XXX	
10	Diego Fonseca	44 años	Abogado	LomasPinar	Morelos	XXX				
11	Ricardo Romo	29 años	Dentista	Bosques	Morelos					XXX
12	Luis Rueda	42 años	Gerente	Taxqueña	D.F.	XXX				
13	Ernesto Díaz	23 años	Estudiante	Roma	D.F.			XXX		
14	Jacobo Herman	18 años	Estudiante	Roma	D.F.			XXX		
15	Pablo Ochoa	39 años	Zapatero	Roma	D.F.				XXX	
16	René Alvares	47 años	Dentista	Centro	Morelos	XXX				XXX
17	Antonio Sierra	56 años	Comerciante	Centro	Morelos		XXX			
18	Victor Garza	52 años	Artesano	Bagdad	Morelos			XXX		
19	Ignacio Garza	59 años	Artesano	Bagdad	Morelos			XXX		
20	Martín Pérez	25 años	Comerciante	Centro	Morelos			XXX		
21	Guillermo Ruiz	22 años	Estudiante	Centro	Morelos			XXX		
22	Laura Rueda	36 años	Ama de casa	Taxqueña	D.F.			XXX		
23	Elisa Duarte	66 años	Ama de casa	Atzingo	Morelos	XXX				
24	Carmen Castro	43 años	Ama de casa	Atzingo	Morelos			XXX		
25	Beatriz Borja	32 años	Abogada	Atzingo	Morelos		XXX			
26	Catalina Medine	20 años	Estudiante	Bosques	Morelos					XXX
27	Martha Medina	24 años	Estudiante	Bosques	Morelos		XXX			
28	Sandra Serrano	29 años	Diseñadora	Taxqueña	D.F.			XXX		
29	Selma Carasco	48 años	Ama de casa	Taxqueña	D.F.				XXX	
30	Lupé Ramírez	68 años	Jubilada	Roma	D.F.	XXX				
31	Gladié Muñoz	57 años	Psicóloga	Centro	D.F.				XXX	
32	Aranza Suárez	39 años	Maestra	Atzingo	Morelos		XXX			
33	Enriqueta Leal	55 años	Maestra	Atzingo	Morelos					XXX
34	Esther Nuñez	18 años	Estudiante	Taxqueña	D.F.				XXX	

	B	C	D	E	F	G	H	I	J	K
1	2. Opinión del terrizoal			3. ¿Ha participado en uno?		4. ¿Conoce los beneficios?		5. ¿Le gustaría uno en casa?		
2	No lo conoce	Le gusta	No le gusta	Si	No	Si	No	Si	No	No lo sabe
3	XXX				XXX		XXX			XXX
4	XXX				XXX		XXX			XXX
5	XXX				XXX		XXX			XXX
6		XXX			XXX		XXX			XXX
7		XXX			XXX		XXX			XXX
8		XXX		XXX		XXX		XXX		XXX
9	XXX				XXX		XXX			XXX
10	XXX				XXX		XXX			XXX
11		XXX		XXX		XXX				XXX
12	XXX				XXX		XXX			XXX
13		XXX		XXX		XXX		XXX		XXX
14	XXX				XXX		XXX			XXX
15	XXX				XXX		XXX			XXX
16	XXX				XXX		XXX			XXX
17		XXX		XXX		XXX		XXX		XXX
18	XXX				XXX		XXX			XXX
19	XXX				XXX		XXX			XXX
20	XXX				XXX		XXX			XXX
21	XXX				XXX		XXX			XXX
22	XXX				XXX		XXX			XXX
23	XXX				XXX		XXX			XXX
24		XXX		XXX		XXX		XXX		XXX
25	XXX				XXX		XXX			XXX
26			XXX			XXX				XXX
27	XXX				XXX		XXX			XXX
28	XXX				XXX		XXX			XXX
29	XXX				XXX		XXX			XXX
30	XXX				XXX		XXX			XXX
31		XXX		XXX		XXX		XXX		XXX
32	XXX				XXX		XXX			XXX
33	XXX				XXX		XXX			XXX
34	XXX				XXX		XXX			XXX
35	XXX				XXX		XXX			XXX

	Nombre	Edad	Ocupación	Colonia	Estado	1. ¿Conoce el bafo de temazcal?	Sí, pero no ha entrado	No lo conoce	Ha escuchado
36	María Gerniz	71 años	Jubilada	Texqueña	D.F.	Sí			
37	Cory Hernán	47 años	Gerente	Texqueña	D.F.		XXX		XXX
38	Ruth Rivera	77 años	Pintora	Coyacacán	D.F.				XXX
39	Paty Santos	42 años	Periodista	Coyacacán	D.F.				XXX
40	Sanya Reza	23 años	Vendedora	Coyacacán	D.F.				XXX
41	Tania Alvarez	58 años	Mesera	Coyacacán	D.F.				XXX
42	Ara Gortázar	45 años	Mesera	Coyacacán	D.F.	XXX			
43	Andrea Mont	7 años	Estudiante	Texqueña	D.F.				XXX
44	Abraán Castro	12 años	Estudiante	Aztingo	Morelos	XXX			
45	Jimena Luz	8 años	Estudiante	Aztingo	Morelos	XXX			XXX
46	Artar Ruiz	10 años	Estudiante	Aztingo	Morelos	XXX			
47	Pedro Pareja	7 años	Estudiante	Coyacacán	D.F.	XXX			
48	Carla Oejo	11 años	Estudiante	Coyacacán	D.F.				XXX
49	Angela Olmo	6 años	Estudiante	Aztingo	Morelos				XXX
50	Méx Comejo	9 años	Estudiante	Aztingo	Morelos				XXX
51	Rina Mengot	9 años	Estudiante	Aztingo	Morelos				XXX
52	Carlos Espín	13 años	Estudiante	Texqueña	D.F.				XXX
53	Angel Gomez	15 años	Estudiante	Texqueña	D.F.				XXX
54	Karina Diaz	10 años	Estudiante	Aztingo	Morelos				XXX
55	Martu Pareja	8 años	Estudiante	Texqueña	D.F.	XXX			XXX
56	Inés Laredo	11 años	Estudiante	Aztingo	Morelos				XXX
57	Isabel Laredo	13 años	Estudiante	Aztingo	Morelos				XXX
58	Juan Castillo	8 años	Estudiante	Aztingo	Morelos				XXX
59	Claudia Ivel	6 años	Estudiante	Calvario	Morelos	XXX			
60	Renato Cue	10 años	Estudiante	Calvario	Morelos				XXX
61	Sofía Bretón	12 años	Estudiante	Aztingo	Morelos	XXX			
62	Lulú Ramírez	14 años	Estudiante	Aztingo	Morelos	XXX			

4.6 Recursos humanos

La persona que está a cargo de la producción completa es *el productor*. El o ella pueden definir el concepto global del programa, calculan el presupuesto de producción y toman las decisiones importantes. El productor es el líder del equipo, trabaja con los escritores, decide el talento principal, contrata al director y guía la dirección de la producción.

En el caso de las producciones pequeñas, el *director* puede también asumir las responsabilidades del productor. En este caso la dualidad del puesto se llama *productor-director*. Algunas producciones pueden contar también con un productor asociado, quien se encarga de arreglar las citas para el talento, el personal y en general, asiste al productor en las actividades.

En una producción mayor una de las primeras labores del productor es contratar un escritor para elaborar un guión. En general, el talento para la producción sería la siguiente cuestión considerada por el productor. El talento incluye actores, reporteros, anfitriones, invitados y narradores *en off* (cualquiera cuya voz es escuchada o aparece en cámara).

Asiste al director en la cabina de control el *director técnico* quien opera el video *switcher* (consola de video) El director técnico es también responsable de coordinar todos los aspectos técnicos de la producción, es necesario enfatizar que las responsabilidades del personal pueden variar ampliamente en cada centro de producción.

Uno o más asistentes de producción pueden ser contratados como auxiliares del productor y director. Durante los ensayos estas personas llevan notas de las necesidades y cambios en la producción, notifican al personal sobre éstos, entre otras actividades.

Otra persona es el *director de iluminación* que puede ser un *fotógrafo* quien se encarga de diseñar el esquema de iluminación, supervisar la colocación de los equipos y autorizar la plantilla de luces. La iluminación puede mejorar o arruinar una producción. En algunas producciones puede haber un diseñador de set (*escenógrafo*) quien, en colaboración con el productor y el director, diseña y supervisa la instalación. Un *sonidista* contribuye a elevar la calidad del sonido. Puede haber un maquillador o estilista, quien procura que la imagen del talento sea impecable.

En una entrevista por televisión, Michael Grade, director general de *Channel Four*, televisora pública inglesa que ha incursionado con éxito en la producción, declaró: *la televisión es un medio para escritores; ellos son el principal elemento creativo. La producción televisiva es un esfuerzo colectivo con funciones muy compartimentadas; lo que le da unidad y coherencia es la visión del escritor. El cine, en cambio, es un medio en donde el principal elemento creativo es el realizador.*¹³³

¹³³ Sky. Canal 307. *Films and Arts*. Producción de televisión. Viernes 11 de Julio, 21:00 hrs.

El *realizador* es el último en decidir los contenidos y la manera de contar, de narrar una historia con imágenes, el realizador posee elementos artísticos sutiles para llevar a cabo programas de alta calidad y con virtudes para integrarse al mercado Internacional.

Un equipo de producción periodística informativa requiere de un *periodista-investigador* quien obtiene lo indispensable para el contenido del programa, aprehende los datos y los propone para las posibilidades de edición.

El *editor* tiene la destreza visual y operativa para imprimirle al producto un sello especial, pues el proceso de edición se ve como una forma alternativa de creación. El momento justo de los cortes de cámara, la materialización de una idea, el relato en imágenes, la coherencia y claridad en la lectura, la comprensión del contenido son cualidades de la edición.

El *camarógrafo* obtiene las imágenes en el campo de trabajo guiado por la dirección. También un *musicallizador* tiene la sensibilidad de darle a la parte auditiva una unidad que enriquece a la imagen.

Locutor o locutora para las necesidades de voz *en off*, narraciones, rúbricas, textos, reflexiones. Además de asistentes para las áreas requeridas: de dirección, de producción, de realización, técnicos. Un equipo humano que tome decisiones para la terminación del producto.

4.7 Recursos materiales

Los recursos materiales son considerados en su aspecto técnico y práctico debido a su importancia en los procesos de preproducción, producción y posproducción. Los materiales requeridos para la producción del reportaje en televisión deben considerarse en este caso por su capacidad de transmitir programas para canales de televisión abierta o cerrada; con calidad, definición, nitidez auditiva, limpieza de registros, claridad visual, capacidad de almacenamiento, conservación de formatos.

Los recursos materiales incluyen cámaras de grabación, lentes, mesa de sonido, monitores, micrófonos, luces, trípodes, micrófonos, proyectores, cables, conectores, fuentes de luz, edición *off-line*, listas de decisiones, viáticos, salarios, gastos de preproducción, producción y posproducción.

En lo referente a la publicidad y promoción, los precios tienen relación con el canal, el medio, la programación, las estrategias de mercado y el reglamento de la ley federal de radio y televisión en materia de concesiones, permisos y contenido de las transmisiones de cine, radio y televisión.

En los siguientes esquemas hago un desglose de los gastos generales de preproducción, producción y posproducción. Al hacer la suma, es posible constatar las cantidades monetarias que se requieren para un programa televisivo.

Costos aproximados de preproducción		
Concepto	Servicio	Costos en pesos
Renta de equipo	Grabación digital	\$ 6,000.00 por hora
Renta de cámara	Mínimo cuatro horas	\$ 600.00 por hora
Video digital Dv	Guión, un día rodaje y Grabación, equipo técnico, Cámara digital DV, trípode, grabadora, micrófono, iluminación 2,400 watts, dirección, hasta cinco minutos de musicalización.	\$ 20,000.00 pesos. ¹³²
Investigación y Seguimiento	Encuesta	100.00 p/h
	Información documental	350.00 p/h
	Información de primera mano	100.00 contacto
	Información indirecta	300.00 p/h
	Inf. por computadora	350.00 p/h

Costos aproximados de producción		
Concepto	Servicio	Costos
Renta cámara (con valor de \$150,000.00)	Sony DVW709 WSP Betacam digital objetivo, tres baterías, cargador, cable para red	\$ 4,500.00 p/día
Mezcladora de audio	Sonido directo, diez entradas, digital	600.00 p/día

Costos aproximados de posproducción		
Concepto	Servicio	Costos
Edición y calificación Off line	Revisión de material de video betacam pww 1800	\$ 600.00 p/h
	Revisión de material de video digital dv	400.00 p/h
	Revisión de material de video VHS, Hi8, Video8, Betamax	350.00 p/h
Digitalización de video	Betacam, DVcam, DV, SVHS, Hi8, VHS, Beta a Avid media Composer 1000	750.00 p/h
Inserción	Títulos, música, locución	850.00 p/h
	Música de stock (10 minutos)	2,000.00 p/h
Animación	Modelos y escenografías tridimensionales con ray tracing formato 640 X 480 79 DPI de resolución. Salida de video a componentes Betacam sp y VHS	3,000.00 p/h de diseño
	Por segundo de video	1,100.00 p/s
	Cinco segundos de animación terminada.	5,500.00 5"
Edición digital	Videó on line con editor Avid La suite incluye grabadoras y editoras con formatos de entrada y salida digital y por componentes a: Avid Media Composer 1000 PCI on-line para video broadcast, betacam sp pww2800, jvc deck profesional mini dv br-dv600u, sony hi8, toshiba svhs, vhs, ntsc, pal y secam, sony video 8, sony betamax conversión de normas vhs pal-ntsc secam, masterizado y autoría de dvd, con editor profesional certificado avid.	1,650.00 p/h
Efectos especiales	Generador y animación de títulos	1,000.00 p/h

El sistema de edición *off line* profesional está desarrollado exclusivamente para trabajar con Betacam digital y HDTV en calidad broadcast, es decir, para usuarios que utilicen sistemas digitales como Avid, Jaleo, Editbox, entre otros, que es lo conveniente para televisión abierta profesional de calidad.

Cada accesorio empleado en la producción tiene un valor proporcional a las ventajas obtenidas en la terminación del producto. En la culminación de los objetivos y el alcance de las metas, en las bondades de la era tecnológica para manifestar, a través de la difusión, que el periodismo cultural es un recurso apropiado para utilizar los recursos para la producción.

4.8 Presupuestos / costos

A continuación presentamos reciente información sobre los costos de producción:

PRODUCCIÓN	CANAL	ONCE
<p>En Canal 11 se trabaja básicamente con productores "de casa", aunque algunos proyectos también se realizan bajo el esquema de coproducción con otras empresas o entidades o se comisionan a productoras independientes. En muchas de las producciones recientes, los realizadores han podido dedicar meses a la preparación de sus trabajos, tiempos razonables para el levantamiento de imagen y la postproducción. Los presupuestos distan mucho de ser holgados, pero al menos ya no existe la tiranía de realizar un "programa a la semana", la forma de trabajo convencional en la televisión mexicana hasta hace muy poco tiempo. Como resultado de esta nueva forma de producir, se han logrado premios y ventas internacionales, amén de una aceptación cada vez mayor del público.</p>		

Producción de un spot para televisión		
Concepto	Servicio	Costos
Formato betacam Audio	Material de stock, eventos, testimonio, Investigación, edición digital, logotipo En tercera dimensión.	\$ 25,000.00
	Jingle original. Rúbrica. Arreglos, Derechos, dirección artística, audio Digital	33,000.00
Inserción en Televisión	Televisa. Spot de 20 segundos Por un mes	156,000.00 1,900,000.00
	TVAzteca. Spot de 20 segundos Por un mes	141,000.00 1.900.000.00

Un reportaje cultural para televisión cuesta entre \$50,000.00 y \$90,000.00.¹³⁴ Un documental especial de treinta minutos producido por *National Geographic* cuesta 150,000 dólares. Un guionista cobra \$4,000 dólares por un programa de televisión de 30 minutos.¹³⁵

Los datos sobre el spot publicitario son una referencia en costos de producción. Estos ejemplos muestran las expectativas de cada empresa. Un documental de treinta minutos para *National Geographic* cuesta un millón de pesos, es decir, que un reportaje para televisión de la misma calidad cuesta lo mismo. Un millón de pesos por cada reportaje.

Un programa cultural por ejemplo, puede adecuarse mejor a *Canal Once* que a *Televisa*. Los contenidos definen el perfil de la programación. Hay canales especializados vía satélite y cable; presentan temas con alta calidad de realización debido al cuidado en la producción, así como del equipo técnico, los recursos financieros; hay temas culturales en programas de televisión como *People and arts*, *Film and arts*, *BBCWorld*, *Arts*, *CNN*, *Deutsche Welle*, vía satélite.

Algunas instancias de promoción cultural se encaminan a difundir servicios con el objeto de registrar y enaltecer a las tradiciones, bien pueden patrocinar esta serie de cincuenta y dos reportajes culturales. La Secretaría de Educación Pública; la Secretaría de Salud, mediante patrocinios para la investigación en salud y apoyo a proyectos¹³⁶; la Secretaría de Turismo, a través del Instituto de cultura del gobierno del Distrito Federal¹³⁷; el Consejo Nacional para la cultura y las Artes, mediante los fondos a proyectos alternativos y los proyectos a inversiones culturales¹³⁸; el Gobierno del Estado de Morelos, a través del fondo mixto de fomento a la investigación¹³⁹; la Universidad Nacional Autónoma de México, con el sistema de becas, apoyos y financiamientos.

Es factible comercializar esta serie en un canal vía satélite a fin de ampliar la cobertura y proporcionar una retribución a dicho patrocinio. De esta manera, los presupuestos se pueden amortizar a corto, mediano y largo plazo. Con la posibilidad de publicar periódicamente estos reportajes de medicina tradicional, se brinda un servicio y se pueden comercializar como productos.

"El costo de los reportajes se encuentra entre \$50,000 y \$200,000 pesos mexicanos dependiendo de los días de producción y postproducción y en la adición de valores agregados como animación en tercera dimensión, utilización de actores y otros valores agregados de producción. En caso de los videos de comercialización corporativa de varios productos y servicios, cuestan entre \$3,000 y \$10,000 dólares cada uno".¹⁴⁰

¹³⁴ www.geocities.com

¹³⁵ www.eluniversal.com

¹³⁶ www.ssa.gob.mx

¹³⁷ www.cultura.df.gob.mx

¹³⁸ www.arts-history.mx

¹³⁹ www.oonaoyt.mx

¹⁴⁰ www.austral.addr.com

4.9 Organización

En el formato de guión para televisión a dos columnas se combina la técnica para la elaboración de guiones con la información. Se trata de fusionar la investigación propiamente dicha con la producción.

Este esquema ayuda a organizar la información con una especial manera de guiar al reportaje; a la vez le permite recrear aspectos de un especial tema con imágenes apropiadas que informan con amplitud y detalle.

Es una herramienta práctica para jerarquizar la información de acuerdo a la narración de la historia visual. Imagen, audio, investigación y señales son los apartados que clasifican los datos de acuerdo a su naturaleza dentro del programa.

El reportaje utiliza entonces todos los géneros, es flexible en su redacción, legible en la traducción audiovisual, entretiene, informa, hace conciencia de la cultura, en el caso del periodismo cultural. Es tan sólo una propuesta para que cada investigador-comunicador encuentre su propia metodología ya sea con fines didácticos o para el campo de trabajo profesional. Un esquema de organización aumenta la eficacia en la producción periodística del reportaje cultural en televisión.

A continuación presento un ejemplo de escaleta, un guión para reportaje cultural en televisión que trata sobre el *temazcalli*, *baño prehispánico de purificación*, y un desglose de producción o *breakdown* para facilitar la tarea.

Escaleta

1. Presentación

Apertura del programa. Rúbrica musical y de texto que resume el tema del programa; en este caso se elige una voz y un título del contenido de la serie; propongo la música de *Los chinelos* una canción popular que se balla cada año en el Estado de Morelos y simboliza una fiesta religiosa.

2. Antecedentes

Temazcalli es una palabra de origen náhuatl que significa *tema*: baño, y *calli*, casa, es parte de la vida cotidiana en comunidades indígenas, se practica en Mesoamérica, se difunde al resto del continente y se le conoce en Asia, Rusia y Europa. El *temazcalli* se hace en las viviendas como un baño de sudor; las mujeres son atendidas en estos baños antes, durante y después del parto; los hombres al regresar de la cacería; los niños para sanarlos de cualquier dolor; viejos, jóvenes, bebés, forman parte de este ritual sagrado que tiene profundas raíces en la historia de México, en otras partes de América y el mundo.

En México se ha registrado desde la época prehispánica, sobre todo como parte de la rehabilitación en los procesos ginecológicos. En el mundo se le conoce desde la Edad de piedra.

Cuando llegaron los españoles al país, el *temazcalli* se prohíbe pues es considerado como una práctica que atenta contra la moral social desde la visión hispana debido a que las familias entraban desnudas a bañarse y cantaban y rezaban en su propio dialecto. "Que se bañaban mucho, no curando de cubrirse de las mujeres sino cuanto podía cubrir la mano"¹⁴².

Es conservado en secreto por sus beneficios en la salud. Mesoamérica es cuna del *temazcalli*. En El Salvador, Guatemala, Belice, Nicaragua, Panamá, el Sureste (y centro) de México, se sigue utilizando como una ceremonia ritual, de tipo doméstico, y ahora abierto "al público en general".

La arquitectura del *temazcalli* varía de acuerdo a la región geográfica, la cultura y los intereses de la comunidad. Las culturas que lo realizan son diferentes, en Baja California: pal-pal, mixteca, triqui, zapoteca. Chiapas: chol, chuj, mame, tojolabal, tzeltal, tzotzil, zoque. Distrito Federal: nahua. Estado de México: nahua. Guanajuato: otomí. Guerrero: tlapaneco, mixteco, nahua. Hidalgo: otomí Morelos: nahua. Oaxaca: cuicateco, chocho, ixcateco, mazateco, mixe, mixteco, triqui, zapoteco. Puebla: nahua, otomí, totonaco. Sinaloa: mixteco, triqui, zapoteco. Sonora: seri, mixteco. Tlaxcala: nahua. Veracruz: nahua, tepehua, totonaco.

Es un baño de vapor que combina diferentes curaciones: termoterapia, hidroterapia, fitoterapia, sicoterapia, fisioterapia; sus beneficios contribuyen a la relajación; alivia y regula los sistemas respiratorio, linfático, muscular, nervioso, cardiovascular, óseo, reproductor, hormonal, endócrino, emocional, mental. Ayuda en los procesos de parto, parto y posparto. Es recomendable para mayores y pequeños, según los abuelos.

El *temazcalli* es una medicina tradicional que incluye aspectos ceremoniales, rituales, procesos de catarsis y terapéuticos, es un evento de creación y recreación.

En esta ceremonia de *temazcalli* existen ciertos momentos de interiorización que llevan a los bañistas a mirarse de otra manera. Los procesos de sanación se realizan con plantas curativas, cantos ancestrales dirigidos a las direcciones del universo: este, sur, este, norte, cielo, tierra y centro-corazón; en algunos casos se utiliza la terapia física como masajes, ajustes vertebrales, técnicas de respiración; los elementos son considerados sagrados: aire, agua, tierra, fuego; también se utiliza el caracol como un saludo ancestral; sahumero, copal, plumas de águila, jícara, piedras, ofrendas, tabaco, veladoras. Usualmente este baño es de techo bajo, se entra en cuclillas y se realiza con grupos de personas, puede ser familiar, sólo para niños, sólo para mujeres, para hombres o mixto. Encuentro en esta tradición un tema de importancia para darlo a conocer mediante una metodología de investigación, con un enfoque teórico que permita comprenderlo desde sus orígenes y en sus distintas formas.

¹⁴² De Landa, Diego. *Relación de las cosas de Yucatán*. FCE. México, 1996, pág. 114

3. Usos

Terapéuticos

Hidroterapia

Termoterapia

Fitoterapia

Sicoterapia

Fisioterapia

Ceremoniales

Medicinales

Religiosos

Recreativos

Meditación

Reflexión

4. Cosmovisión

El *temazcalli* es un microcosmo porque incluye de manera activa a los elementos de la naturaleza: fuego, aire, tierra, agua. El *temazcalli* es la panza de la tierra, embarazada por el sol. También se tiene la idea de que la tierra es una tortuga que se alimenta del fuego que emana el sol. En general, se les conoce como *guerreros y guerreras* quienes participan de este baño porque luchan contra sí mismos para renacer a una nueva creación.

5. Actividades

Cronograma

Técnicas de Investigación

Trabajo de campo

Difusión

6. Talentos

Don Ehecatl Cázares. Temazcalero de tradición. Guardián del fuego sagrado en las montañas de Amatlán de Quetzalcóatl en Morelos.

Doña Vicenta López. Temazcalera de tradición. Curandera y partera de Amatlán de Quetzalcoatl, Morelos.

Doña Manuela Montiel. Temazcalera de tradición. Conocedora del baño prehispánico para recién nacidos y para señoras que acaban de parir.

Doña Margarita Buendía. Temazcalera de tradición. Curandera.

Don Andrés. Chamán huichol.

Narrador 1. Voz femenina.

Narrador 2. Voz masculina.

Cuatro hombres. Guardianes de la tradición del *temazcalli*. *Tatoutzi tatewarí*.

Grupo de siete bañistas. Dos hombres y cinco mujeres.

Grupo de cuatro niños y tres niñas.

Sahumadora náhuatl. Conocedora de cantos y danzas ancestrales.

Lucía Rivera. Participante del *temazcalli*.

Niños Edgar, Xochitl y Esteban. Participantes del *temazcalli*.

Sr. Humberto García. Participante del *temazcalli*.

TEMAZCALLI, BAÑO PREHISPÁNICO DE PURIFICACIÓN
 Guión para televisión

#	VIDEO	AUDIO
1	<p><u>FADE IN. TRAV. PANORAMICA DE TEPOZTLÁN. CERRO DEL TEPOZTECO.</u> <u>SUPERIMPOSICIÓN: PRODUCCIONES CHALCHITEPETL PRESENTA TEMAZCALLI BAÑO ANCESTRAL DE PURIFICACIÓN.</u></p>	<p><u>FADE IN. RÚBRICA. MÚSICA TRADICIONAL MORELENSE: "LOS CHINELOS". FONDO A DESAPARECER.</u></p>
2	<p><u>E.C.U. OJOS DE DON EHECATL CÁZARES (SEMBRADOR, TEMAZCALERO DE TRADICIÓN)</u></p>	<p><u>VOZ EN OFF. DON EHECATL</u> Quetzalcóatl reinaba en el señorío tolteca del año 834 antes de Cristo,</p>
3	<p><u>Z.B. A P.G. DON EHECATL SEÑALA UN TÓTEM CON LA FIGURA DE UN CABALLERO CON CABEZA DE ÁGUILA Y CUERPO DE SERPIENTE EN LA PLAZA CÍVICA DE AMATLÁN DE QUETZALCÓATL, MORELOS.</u></p>	<p><u>VOZ EN OFF. DON EHECATL.</u> Él nos enseñó el maíz, a sembrar y cosechar, nos dijo cómo caminar en los cerros, cómo escuchar el canto de las aves y nos dijo cuándo va a llover y cuándo no.</p>
4	<p><u>ANIMACION. FIGURA DE QUETZALCÓATL, UN HOMBRE CON CUERPO DE ÁGUILA Y CABEZA DE SERPIENTE, SUBE Y BAJA UNAS ESCALERAS. EN SU TRAYECTO DEJA DESTELLOS DE LUZ DORADA.</u></p>	<p><u>SUBE MUSICA DE JORGE ZEPEDA DISCO 1 TRACK 7. BAJA A FONDO. VOZ EN OFF. DON EHECATL.</u> Era pura luz aquel entonces, nos trajo una palabra de mucho amor y esa palabra se quedó para siempre entre la gente, hay lugares sagrados en medio del monte en los que él se bañaba, hay mucha agua entre tanta piedra, pozos gigantes y la tierra que nos dejaron los antepasados es fértil y hermosa.</p>

5	<p><u>FOTO SECUENCIA.</u> IMÁGENES DE DIFERENTES ESTRUCTURAS DE TEMAZCALLI. CÓDIGOS DE TEMAZCALLI.</p>	<p><u>VOZ EN OFF. NARRADOR 1.</u></p> <p>La palabra <i>temazcalli</i> es de origen náhuatl y significa <i>tema</i>, baño o vapor y <i>calli</i>, casa, es una casa para bañarse. Se le conoce como una práctica mesoamericana, hoy difundida por todo el mundo. En México es de tradición prehispánica y continúa vigente hasta nuestros días. Las estructuras arquitectónicas del <i>temazcalli</i> varían de acuerdo a la región geográfica donde se localizan.</p>
6	<p><u>ANIMACION.</u> AL INTERIOR DE UN HOYO HAY UNA FAMILIA QUE SE BAÑA EN UN TEMAZCALLI AL INTERIOR DE LA TIERRA.</p>	<p><u>SUBE MÚSICA.</u> <u>VOZ EN OFF. NARRADOR 2</u></p> <p>Los primeros temazcallis que se conocen eran hoyos en tierra de arcilla del tamaño de una persona de pie con una escalerilla de troncos para subir y bajar con bancos de barro hechos como parte de la pared. Se cubrían con pieles de animales y hojas de árboles.</p>
7	<p><u>ANIMACION.</u> UNA TORTUGA EN LA QUE ENTRAN SERES HUMANOS EN SU CONCHA. HAY PIEDRAS CON CARAS DE ABUELITAS Y ABUELITOS. HAY UNA FOGATA QUE CANTA UNA CANCIÓN EN NÁHUATL.</p>	<p><u>VOZ EN OFF. NARRADOR 1</u></p> <p>Los temazcallis del sur de Estados Unidos, lakotas y olmecas se llaman de tortuga. Canción en náhuatl.</p>

8	<p><u>CU</u> OJOS DE LA ABUELA VICENTA CHUC (TEMAZCALERA DE TRADICIÓN, ORIUNDA DE AMATLÁN, MORELOS)</p>	<p><u>VOZ EN OFF. DOÑA VICENTA.</u></p> <p>Toda mi vida he hecho temazacallis. Mi abuela me lo heredó como algo mío, pero sé que es de todos.</p>
9	<p><u>ZB A FS</u> DOÑA VICENTA SENTADA EN UNA SILLA PEQUEÑA JUNTO A UN COMAL ENCENDIDO CON LEÑA, ACOMODA LOS TRONCOS. SOBRE EL COMAL HAY UN POCILLO CON AGUA HIRVIENDO.</p>	<p><u>VOZ DE DOÑA VICENTA.</u></p> <p>El temazcalli es de tradición antigua, de nuestros antepasados indígenas. Es una medicina útil que ayuda a aliviar dolores musculares, problemas respiratorios, tensiones nerviosas, enfermedades cardíacas, de los huesos, problemas emocionales.</p>
10	<p><u>ZI</u> LA CÁMARA SE DIRIGE AL INTERIOR DEL POCILLO. DOÑA VICENTA TOMA UNAS PLANTAS Y LAS DEPOSITA EN EL AGUA.</p>	<p><u>VOZ DE DOÑA VICENTA.</u></p> <p>La montaña está llena de medicina, hay cientos de plantas con propiedades curativas, si sabemos utilizarlas podemos confiar en que son efectivas.</p>
11	<p><u>CU</u> HOJA DE ORTIGUILLA. <u>ZB A PG</u> DE LA ORTIGUILLA EN MEDIO DE UN PAISAJE EN LA CARRETERA A AMATLÁN DE QUETZALCOATL.</p>	<p><u>VOZ EN OFF. DON EHECATL.</u></p> <p>La ortiguilla se usa en los temazcallis para ramear a las personas, sirve para sacar el aire sobrante del cuerpo.</p>
12	<p><u>ANIMACION.</u> LOS ESPAÑOLES DESTRUYEN LOS TEMAZCALLIS. UNAS MUJERES PROTEGEN AL TEMAZCALLI DE LAS ARMAS HISPANAS.</p>	<p><u>VOZ EN OFF. NARRADOR 2</u></p> <p>Los españoles se encuentran con el temazcalli, al ver que las familias se bañan desnudas y al mismo tiempo rezan los prohíben por considerarlos en contra de los principios católicos; sin embargo, se conservan con su práctica y enseñanza oral de generación en generación, hasta hoy.</p>

13	<p><u>CU</u> OJOS DE LA ABUELA MANUELITA</p>	<p><u>VOZ EN OFF. ABUELA MANUELITA.</u></p> <p>En un principio los temazcallis se hacían para las mujeres embarazadas, para la hora del parto y durante la cuarentena después de parir.</p>
14	<p><u>ZB A ES</u> MANUELITA ESTÁ EN MEDIO DEL CAMPO.</p>	<p><u>VOZ EN OFF. ABUELA MANUELITA</u></p> <p>Después lo utilizan los hombres antes o al final del día. Los niños y ancianos para curar algunas enfermedades como presión arterial, dolores de músculos, lumbalgia o cuando los pequeños no pueden dormir. Hoy cada vez más gente lo busca.</p>
15	<p><u>CU</u> OJOS DE LA ABUELA MARGARITA (TEMAZCALERA DE TRADICIÓN)</p>	<p><u>VOZ EN OFF. ABUELA MARGARITA.</u></p> <p>Los temazcallis se hacen desde hace mucho tiempo.</p>
16	<p><u>ANIMACION</u> EL UNIVERSO LLENO DE ESTRELLAS, CON ALGUNOS PLANETAS.</p> <p>EL SOL COQUETEA CON LA TIERRA, GIRAN EN LA ESFERA CÓSMICA, EL SOL SE ACERCA A BESARLA, ELLA SE AVERGÜENZA, EL SOL LA ABRAZA CON SUS RAYOS, A ELLA LE CRECE UN CORAZÓN EN LA CABEZA, ÉSTE SE TRANSFORMA EN UN TEMAZCALLI QUE LATE AL RITMO DE LA MÚSICA.</p>	<p><u>VOZ EN OFF. ABUELA MARGARITA</u></p> <p>Existe una cosmovisión indígena generalizada en la mayoría de las culturas; aunque tenga, cada una, su manera particular de realizarse. Esta cosmovisión tiene relación con la concepción del mundo.</p> <p><u>FADE IN. MUSICA DE FONDO. PERCUSIONES. DISCO MANDALA 13 DE JIM DONEY. TRACK 3</u> <u>CONTINÚA VOZ EN OFF. ABUELA MARGARITA.</u></p>

	<p>UNA FOGATA CALIENTA UNAS PIEDRAS QUE ENTRAN BAILANDO AL INTERIOR DEL TEMAZCALLI, EL AGUA CORRE PRESUROSA DETRÁS Y EN EL INTERIOR MOJA A LAS PIEDRAS, EL VAPOR SUBE Y EL TEMAZCALLI COMIENZA A SUDAR. EMPIEZA A LLOVER Y EL TEMAZCALLI SE SACUDE, SE SECA Y SE VE FELIZ.</p>	<p>El primer rayito de sol de la mañana, en cualquier lugar de la geografía en que te encuentres, tiene una relación amorosa con la tierra, la fecunda y nace la vida, la tierra se embaraza y le crece una panza que es el temazcalli donde entramos a gestar un nuevo corazón, una oportunidad única de renacer cada día, cada vez que uno se baña, la oportunidad de cambiar, de transformarse como lo hace el fuego sagrado. El temazcalli es un microcosmo porque están los elementos: agua, aire, tierra y fuego. Se les canta, se les platica porque ellos son nuestros abuelos, son los primeros y más antiguos, gracias a ellos en el universo se genera la creación.</p>
17	<p><u>OVER THE SHOULDER.</u> <u>DON ANDRES CON SU</u> <u>TRAJE DE HUICHOL. EL</u> HORIZONTE DEL MAR. UN ATARDECER CON EL SOL ROJO, AVES, ALGUNAS FORMACIONES ROCOSAS.</p>	<p><u>VOZ DE DON ANDRÉS.</u></p> <p>Una vez de muy lejos, de allá donde da la vuelta el sol, llegaron unos señores rubios, barbados, que bajaron de unos barcos, traían caballos, y nos dijeron que todo esto era de ellos y nosotros les dijimos, bueno pues llévenselo y miren, todavía está todo aquí.</p>
18	<p><u>PG CUATRO HOMBRES</u> <u>VESTIDOS DE BLANCO</u> TIENEN EN SUS MANOS UN TRONCO CADA UNO, SE DIRIGEN AL ORIENTE, AL SUR, AL PONIENTE, AL NORTE, AL CIELO Y A LA TIERRA; COLOCAN LOS TRONCOS EN FORMA DE CRUZ Y HACEN UNA CAMA DE LEÑA; SOSTIENE CADA UNO UNA PIEDRA VOLCÁNICA Y LA LEVANTAN EN CADA DIRECCIÓN TAMBIÉN: AL</p>	<p><u>FADE OUT. MÚSICA</u> <u>VOZ DE LOS HOMBRES</u> <u>VOZ DE HOMBRE 1</u></p> <p>Pedimos permiso a la creación para dar inicio con este trabajo de curación, de salud en esta tierra sagrada, presentamos esta madera a donde nace el sol, al nuevo día, al principio, renacimiento, nuevo sol, ometeotl </p>

ORIENTE, AL SUR, AL
PONIENTE, AL NORTE,
CIELO Y TIERRA Y LAS
COLOCAN SOBRE LOS
TRONCOS, AMONTONAN 52
PIEDRAS Y LAS CUBREN
CON LEÑA, LE PRENDEN
FUEGO, REZAN Y CANTAN.

VOZ DE HOMBRE 2

Presentamos esta madera para que sea bendecida con la inspiración del sur, del viento suave que trae la inocencia infantil, los bordados y tejidos de colores, pedimos permiso a la luz de la vida, la fertilidad, para curar y curarnos, ¡ometeotl!

VOZ DE HOMBRE 3

Al poniente, donde se oculta el sol y la luna, donde camina la bóveda celeste y empieza la noche, enséñanos oscuridad a caminar hacia la luz, ayúdanos a ver nuestra propia noche para encontrar el día y la claridad de un nuevo sol, una nueva vida, más saludable, más equilibrada, ¡ometeotl!

VOZ DE HOMBRE 4

Presentamos esta madera y pedimos permiso al Señor de los mil nombres para dar inicio a este trabajo de tradición de nuestros antepasados, que sean ellos quienes a través de nosotros manifiesten su conocimiento, que sea la palabra luz de creación divina, al norte, el surco, el maíz, el trabajo con la tierra, ¡ometeotl!

VOZ DE HOMBRE 1

Al cielo ofrecemos nuestro sudor, permítenos, padre, iluminación, energía universal, amor, comprender nuestro camino, ayúdanos a tener inteligencia para sanar nuestras enfermedades, corazón para entregarlas ¡ometeotl!

		<p><u>VOZ DE HOMBRE 2</u></p> <p>Mamá pacha, madre tierra, mamacita, perdona nuestros maltratos, la humillación, la contaminación de tu vientre, tierra poderosa, bendita seas protectora, tú nos soportas, nos sostienes y alimentas, nos das todo y nos perdonas, gracias, tierra, por tus frutos y tu abundancia ¡ometeotl!</p>
19	<p>PG SE ACERCA AL FUEGO UN GRUPO DE GENTE CON TRAJE DE BAÑO, SE PREPARA PARA ENTRAR AL TEMAZCALLI, UNA SAHUMADORA PONE COPAL A UNA COPALERA QUE PASA POR EL CUERPO DE CADA PERSONA. LE DAN UNA VUELTA A LA FOGATA QUE CALIENTA PIEDRAS VOLCÁNICAS.</p>	<p><u>SONIDO AMBIENTAL.</u> Rezos y cantos de la sahumadora en náhuatl.</p> <p><u>EN OFF. NARRADOR 1</u></p> <p>El copal es la resina de uno de los árboles más antiguos que se conoce en la historia de la humanidad, como la ceiba, el amate, el tule, el ocote; una de las virtudes del copal es cambiar el humor de un lugar o de una persona, es detonador de la memoria ancestral y es un estimulante del soñar.</p>
20	<p>PG CADA PERSONA SE HINCA EN LA ENTRADA DEL TEMAZCALLI Y PONE LA FRENTE EN LA TIERRA. LA SAHUMADORA TOCA UN TAMBOR Y UNO DE LOS HOMBRES TOCA EL CARACOL SEIS VECES.</p>	<p><u>VOZ DE CADA PERSONA. SONIDO DE UN TAMBOR QUE TOCA LA SAHUMADORA. SONIDO DEL CARACOL. VOZ DE CADA PERSONA.</u></p> <p>Por mí y por todas mis relaciones ¡ometeotl!</p>
21	<p><u>ANIMACIÓN.</u> UN CARACOL TRATA DE SALIR DE SU CONCHA PERO LE PESA, SE DA CUENTA POR PRIMERA VEZ QUE ES PARTE DE SU CUERPO Y COMIENZA A QUERERLA.</p>	<p><u>NARRADOR 2</u></p> <p>El temazcalli tiene momentos íntimos que permiten la reflexión sobre cada persona y ayuda en los procesos de cambio en la mente, el cuerpo y el espíritu.</p>

22	<u>MS</u> UNA MUJER SUDANDO DENTRO DEL TEMAZCALLI.	<u>CANTOS EN GRUPO. BAJAN A FONDO.</u> Agua vital, purifícame, fuego del amor, quema mi dolor, viento del alba llévame al altar, madre tierra, vuelvo a mi hogar, en el temazcal. <u>NARRADOR 1</u> Ometeotl es una palabra compuesta: ome, dos y teotl, todo, dos en todo, todo en dos, dios en ti y tú en él, arriba-abajo, blanco-negro.
23	<u>PG</u> EL INTERIOR DE UN TEMAZCALLI CON NIÑOS Y NIÑAS QUE CANTAN, SUDAN Y RIEN.	<u>SONIDO AMBIENTE. CANTOS INFANTILES CON SONAJAS QUE TIENEN LOS NIÑOS.</u>
24	<u>ANIMACIÓN.</u> EL CUERPO HUMANO EN CARICATURA ES SOMETIDO AL CALOR SE PONE COMO UNA OLLA EXPRESS Y ES BAÑADO CON CUBITOS DE HIELO Y AGUA, Y REGRESA A SU ESTADO NORMAL, MÁS FUERTE Y TRANQUILO.	<u>NARRADOR 2</u> Cuando sometemos al cuerpo a altas temperaturas, se dilata, hay un cambio en la presión arterial, la respiración, ritmo cardíaco y estimulación de la percepción y los sentidos, al contacto con el agua fría, en un baño de reacción, el cuerpo regresa a su temperatura adecuada proporcionándole relajación y curación en diferentes niveles.
25	<u>CU</u> OJOS DE DON MANUEL	<u>VOZ EN OFF DE JUAN SOTO.</u> La primera vez que tomé un temazcalli pensé que me iba a morir de lo mal que me encontraba
26	<u>ZB</u> A <u>PG</u> DON MANUEL ESTÁ SEMBRANDO UN SURCO CON MAÍZ, SOSTIENE UNA COA Y DEPOSITA SEMILLAS EN LA TIERRA.	<u>VOZ DE JUAN SOTO.</u> Porque no había comprendido que debemos dejarnos llevar por la vida tomando decisiones sin razón, si estamos contra la vida, enojados, malencarados, no hay un fluir y podemos enfermar, ahora el temazcalli me ayuda a sentirme mejor, más tranquilo, me relaja y me deja en paz.

27	CU OJOS DEL NIÑO EDGAR DE DIEZ AÑOS.	<u>VOZ EN OFF DEL NIÑO EDGAR.</u> A mí me gusta el temazcalli porque cantamos, jugamos y nos reímos
28	ZB A FS EDGAR SOSTIENE UN AVIÓN DE MADERA CON EL QUE JUEGA.	<u>VOZ EN OFF DEL NIÑO EDGAR</u> Además contamos cuentos y cosas que nos pasan durante el día o durante nuestra vida.
29	PG UN GRUPO DE PERSONAS SALE DEL TEMAZCALLI.	<u>SUBE MÚSICA Y BAJA A FONDO. MÚSICA TRADICIONAL MORELENSE. TAMBOR DE LA SAHUMADORA.</u>
30	FOTO SECUENCIA. DIFERENTES TEMAZCALLIS, ASPECTOS DE LA CEREMONIA, MUJERES, NIÑOS, ANCIANOS, SEÑORES, SAHUMERIO, VELADORA, COPAL, HIERBAS MEDICINALES, TÉ, PIEDRAS CALIENTES, TEMAZCALLIS DE CARRIZO, ADOBE, PIEDRA, INIPI, HOYOS PROFUNDOS EN LA TIERRA, PLANTAS MEDICINALES, GENTE QUE TOMA TÉ, GENTE RECOSTADA, TRANQUILA, TEMAZCALLIS TOTONACAS, MAYAS, LAKOTAS, OLMECAS.	<u>SUBE MÚSICA TRADICIONAL MORELENSE. BAJA A FONDO NARRADOR 1</u> Las diferentes maneras de realizar los temazcallis se determinan por la región geográfica, los totonacos, por ejemplo, conciben a la panza de la mujer como una estructura un poco cuadrada, y sus temazcallis son cuadrados, de piedra, de ombligo porque se calientan desde el interior. Los mayas también tienen temazcallis cuadrados, los usaban antes y después de las ceremonias formales o juegos de pelota. En la mayoría de las culturas mesoamericanas es una práctica medicinal que ayuda en los procesos ginecobstetras, así como al equilibrio y armonía de la mente, el cuerpo y el espíritu.

31	<u>CU</u> CARA DE DOÑA LUCÍA RIVERA	<u>FADE OUT MÚSICA</u> <u>VOZ DE DOÑA LUCÍA RIVERA</u> Yo no conocía el temazcal hasta que me invitó una amiga y fui, ahora me gusta también invitar a otros amigos a tomar este baño porque una se siente mejor, más saludable y más tranquila.
32	CU CARA DE LA NIÑA XOCHITL UC	<u>VOZ DE XOCHITL UC</u> Para mí el temazcalli es parte de la casa, mis papás siempre nos han hecho el temazcalli para limpiarnos y para rezar.
33	<u>CU</u> CARA DEL SEÑOR HUMBERTO GARCÍA	<u>VOZ DE HUMBERTO GARCÍA</u> Desde la antigüedad se acostumbraban los temazcallis, se bañaban las mujeres y los recién nacidos porque la mujer debía descansar 40 días para reponerse del parto, no que ahora las mujeres salen a la calle y ya andan caminando arriba y abajo al segundo día del nacimiento del bebé, deben tomarse un tiempo de reposo con un baño de hierbas caliente, descansar, alimentar y alimentarse bien.
34	<u>CU</u> NIÑO JOAQUÍN ESTEBAN	<u>VOZ DEL NIÑO JOAQUÍN ESTEBAN</u> A mí no me gusta sudar, tanto calor y estar adentro del temazcalli, no sé, siento que no aguanto, pero cuando me tranquilizo, me relajo y me dejo llevar por mi corazón, entonces sí me gusta y es mejor.

35	<p>ANIMACIÓN QUETZALCOATL RECOGE LOS DESTELLOS DE LUZ QUE DEJA EN EL CAMINO, LOS DEPOSITA EN UN MORRALITO DE COLORES QUE SOSTIENE EN UNA DE SUS PLUMAS, LO SIGUE XOLOTL, SU HERMANO GEMELO, SE SALUDAN Y SUBEN HACIA EL CIELO HACIENDO ESES.</p>	<p><u>SUBE MUSICA TRADICIONAL MORELENSE. TEPONAXTLE. HUEHUETL, PALO DE LLUVIA.</u></p>
36	<p><u>SUPERIMPOSICIÓN PRODUCCIONES CHALCHITEPETL PRESENTÓ TEMAZCALLI, baño ancestral de purificación. CRÉDITOS DIRECCIÓN Y GUIÓN: Fernanda Montiel ASISTENTE DE DIRECCIÓN: Luis Fandresco SIETE DE ENERO DE 2005</u></p>	<p><u>BAJA MÚSICA A TERCER PLANO. FADE OUT.</u></p>

Para finalizar con estos ejemplos expongo el desglose de producción o breakdown a fin de implementar un sentido práctico a este diseño.

PROGRAMA: TEMAZCALLI BAÑO PREHISPÁNICO DE PURIFICACIÓN										
BREAK DOWN										
ESCENA	PÁGINA	TIEMPO	INT / EXT	LOCACIÓN	LUGAR	TALENTO	AUDIO	UTILERIA	ILUSTRACIONES	OBSERVACIONES
1	17"		Exterior	Tepozteco	Tepoztlán	Música	En off	Música morlense	CU de los ojos	Panorámica
2	18"		Exterior	Piazza	Amatlán	Sr. Ehecatl	En off			
3	15"		Exterior	Piazza	Amatlán	Sr. Ehecatl	Acuadro	Fuego en el altar de la Piazza		
4	125"		Interior	Estudio	San Juan	Sr. Ehecatl	En off	Figura de Quetzacoatl. Códices. Caricaturas.		
5	130"		Interior	Estudio	San Juan	Narrador 1	En off	Diferentes temazcalitis		
6	225"		Interior	Estudio	San Juan	Narrador 2	En off	Caricaturas. Familia en Temazcalli.		
7	215"		Interior	Estudio	San Juan	Narrador 1	En off	Animación. Tortuga		
8	220"		Interior	Casa	Amatlán	Vicenta L.	En off	CU de los ojos		
9	238"		Interior	Casa	Amatlán	Vicenta L.	Acuadro	Comal, pocillo con agua, masa		
10	218"		Interior	Casa	Amatlán	Vicenta L.	Acuadro	Plantas medicinales.		
11	27"		Exterior	Carretera	Amatlán	Sr. Ehecatl	En off	Ortiguilla desde la carretera.		
12	235"		Interior	Estudio	San Juan	Narrador 2	En off	Indígenas y españoles. Caricaturas.		
13	320"		Exterior	Milpa	Amatlán	Marueta M	En off	CU de los ojos		
14	335"		Exterior	Milpa	Amatlán	Marueta M	Acuadro	PG de la milpa		
15	37"		Interior	Casa	Amatlán	Margara T	En off	CU de los ojos		
16	340"		Interior	Estudio	San Juan	Margara T	En off	Música.	Caricaturas del sol y la tierra.	
17	418"		Exterior	Playa	Marueta	Don Andrés	Acuadro	Un atardecer en la playa		
18	43'		Exterior	Cent. Curac.	Amatlán	4 hombres	Acuadro	Leña, piedras, carillos, ocofe. Se visten de blanco.		
19	54'		Exterior	Cent. Curac.	Amatlán	Narrador 1	En off	Sahumadora nahualt. SEGUNDO PLANO		
20	550"		Exterior	Cent. Curac.	Amatlán	Bañistas	Acuadro	Caracol y tambor. Puerta del temazcalli lakota		
21	515"		Interior	Estudio	San Juan	Narrador 2	En off	Caricatura. Caracol.		
22	535"		Interior	Temazcalli	Amatlán	Narrador 1	En off	Mujer sudando		
23	620"		Interior	Temazcalli	Amatlán	Niños	Acuadro	Carilos para niños. Niños sudando		
24	625"		Interior	Estudio	San Juan	Narrador 2	En off	Caricaturas. Cuerpo humano.		
25	615"		Exterior	Milpa	Amatlán	Juan Soto	En off	CU de los ojos		
26	618"		Exterior	Milpa	Amatlán	Juan Soto	Acuadro	PG de la milpa		
27	610"		Exterior	Cent. Curac.	Amatlán	Niño Ed	En off	CU de los ojos		
28	613"		Exterior	Cent. Curac.	Amatlán	Niño Ed	Acuadro	Avión de madera		
29	615"		Exterior	Cent. Curac.	Amatlán	Sahumad.	Acuadro	Tambor	Gente seño del temazcalli	
30	727"		Interior	Estudio	San Juan	Narrador 1	En off	Música. Baja a fondo.		
31	717"		Interior	Casa	Amatlán	Lucía Riv	Acuadro	Cara de Lucía Riv		
32	710"		Interior	Casa	Amatlán	Xochitl Uc	Acuadro	Cara de Xochitl Uc		

Conclusiones

1. Un proyecto para la realización del reportaje en televisión, apoyado en el periodismo de investigación, facilita la organización del proceso de producción.
2. La producción del reportaje cultural en televisión requiere fundamentar una propuesta mediante un diseño de integración de los géneros periodísticos y de la unidad de trabajo de un equipo especializado en periodismo.
3. Instrumentada la investigación, la reunión de recursos materiales y humanos dirigidos con un propósito de difusión y fomento de la cultura hace posible la realización de calidad.
4. La decisión para efectuar una producción cultural en televisión se determina por las características de fundamentación del proyecto.
5. El periodismo cultural tiene las funciones de educación, entretenimiento, diversión, información, propios de la televisión; utiliza temas de bellas artes, antropología, historia, tradiciones, costumbres, sociedades; expone contenidos seleccionados de aspectos que hacen hincapié en una alternativa a la perspectiva comercial de la televisión mexicana.
6. Los géneros periodísticos son instrumentos de implementación para la realización de proyectos culturales con características informativas, interpretativas y de opinión.
7. El reportaje en televisión del rubro cultural es una producción periodística que refleja los rasgos de vida en la cotidianidad de la sociedad; es un vehículo apropiado para la trasmisión del conocimiento, cultura, educación, y facilita información de los hábitos y las costumbres de la diversidad de las regiones.
8. El periodismo es la herramienta adecuada para la producción de programas culturales. Los procedimientos del nuevo periodismo o periodismo de investigación son indispensables para tratar acontecimientos tradicionales.
9. El reportaje televisivo con un tema de tradición cultural como el caso específico del *temazcalli*, *baño ancestral de purificación*, contribuye a la difusión de un conocimiento prehispánico legado por indígenas de diferentes regiones que prevalece hasta nuestros días. La actualidad de un proyecto cultural, aun cuando se trate de una tradición antigua, permite a la producción televisiva una realización especial.
10. La investigación en torno de las tradiciones de México es una fuente de información para el acervo cultural de la producción televisiva.
11. La tradición oral es un factor importante para acercarse a las tradiciones de México.
12. La producción de este tipo de programas culturales tiene trascendencia social porque trata del conocimiento ancestral de un pueblo.

Glosario

Chamán. La palabra es de origen manchú-tungu y llegó al vocabulario etnológico a través del ruso. La palabra tungu original de saman (xaman) se deriva del verbo scha-, "saber", por lo que chamán significa alguien que sabe, sabedor, que es un sabio. Hombre o mujer con sabiduría.

Chamanismo. Actividades que realizan los chamanes. Curaciones, principalmente.

Comercial. Parte de un programa durante la cual el publicista dice a la audiencia acerca de los productos o servicios. Programa auspiciado por un publicista.

Conductor. Es el "maestro de ceremonias" del programa, conduce el contenido del mismo hacia donde el director le indique.

Conmutación. Cuando se comunica una información diferente de la original, manipulando la información.

Cromakey. Es un efecto utilizado en los noticieros para dar a conocer el acontecimiento en un recuadro pequeño junto al conductor.

Cronograma. Agenda de trabajo por años, meses, días, horas, con específicas anotaciones sobre las actividades a realizar.

Cue. Señal de que inicia la grabación (sea video o audio) generalmente se hace con el dedo índice apuntando directamente a la acción en el momento justo de grabar.

Cultura. Conjunto de relaciones humanas que caracterizan a una sociedad. Un modo de organizar el movimiento constante de la vida cotidiana. Es el principio organizador de la experiencia, mediante ella ordenamos y estructuramos nuestro presente a partir del sitio que ocupamos en las redes de relaciones sociales.

Ecoturismo. Visitantes, viajeros con intereses ecológicos.

Edición. Luego de que se han hecho las tomas, para la construcción del programa son sincronizadas a través de un proceso técnico complejo llamado edición; al finalizar el programa, cuando es editado, existe una secuencia entre imágenes y audio obtenida fundamentalmente por el guión. En televisión el análisis se efectúa siguiendo líneas paralelas desde la parte superior izquierda hasta el extremo inferior derecho de la misma.

Feedback. Retroalimentación del medio con el auditorio. Interacciones.

Géneros periodísticos. Son las herramientas periodísticas: nota informativa, artículo, reseña, crónica, entrevista, reportaje.

Géneros periodísticos Informativos. Se caracterizan por la narración o relato de noticias, del acontecimiento, la información, los datos, da a conocer los hechos, no hay opinión, ni comentarios, su exponente es la *nota informativa*. El periodismo informativo surge en Inglaterra hacia 1870 y en 1914 se consolida en América.

Géneros periodísticos de opinión. Aparece en 1918 con articulistas, líderes de opinión, comentaristas, editorialistas; presenta más comentarios que información; sus géneros representativos son *el artículo, la reseña y la entrevista*.

Géneros periodísticos Interpretativos. Combinan de manera simultánea el relato y el comentario; el periodismo interpretativo surge hacia 1945, comenta, opina, interpreta, en los géneros de *reportaje y crónica periodística*.

Guión. Herramienta para organizar los datos de una producción. Hilo conductor de una historia.

Guión Informativo. Combinación simultánea de imagen, audio, investigación y señales en una técnica de producción: el guión.

Información. Relación de datos: fechas, números, lugares, nombres, estadísticas, características, y la riqueza de experiencias. "Informamos los datos al darles una utilidad específica; la información no son los datos sino lo que hacemos con ellos. Nuestro contexto social nos enseña formas más o menos comunes de usar las cosas y las relaciones; en este sentido, podemos decir que nuestros sentidos comunes están informados o que nuestra comunicación está informada aunque no sepamos por qué o para qué."¹⁴²

Información contingente. Utiliza a los medios de comunicación para difundir mensajes.

Información no contingente. Su objetivo es educar, tiene una finalidad didáctica, pedagógica.

Locación. Lugar de grabación. Las locaciones son los lugares donde se lleva a cabo la grabación, pueden ser *interiores* o *exteriores*, es decir, espacios cerrados o abiertos.

Locutor. Es la voz y presencia del programa.

Medicina alópata. Se realiza en laboratorios a través de fórmulas químicas y se consume mediante prescripciones que describen las dosis adecuadas a los pacientes.

Medicina herbolaria. Utiliza como base las plantas con fines curativos.

¹⁴² Paoli, Antonio. *Op. cit.*, pág. 16.

Medicina natural. La que no tiene procesos químicos elaborados por la mano humana.

Medicina tradicional. "Es la suma total del conocimiento, habilidades y prácticas basadas en las creencias y experiencias indígenas de diferentes culturas; explicable o no, se usa para el mantenimiento de la salud, en la prevención, diagnóstico y tratamiento de enfermedades físicas y mentales".¹⁴³

Medios de comunicación masiva: prensa, cine, radio, televisión, internet.

Modelo de Joffre Dumazedier. Expone la teoría del ocio mediante la relajación (proporciona la liberación individual de la fatiga); el entretenimiento (libera del aburrimiento) y el desarrollo personal (libera de rutinas, pensamientos y acciones diarios)

Modelo de Halliday (1978). Explica diferentes enfoques del lenguaje: como arte, como sistema, como conocimiento y como comportamiento y los relaciona con las diferentes disciplinas: literatura, filosofía, lógica, lingüística, geografía, antropología, sociolingüística, sociología, psicología social, psicolingüística, psicología, patología, física (acústica) y fisiología.

Modelo de Ogden y Richards (1923). Es un diagrama piramidal que expresa la relación entre la experiencia u objetivo y su simbolismo por la vía del pensamiento o referencias que pueden ser símbolos o instrumentos de representación y/o experiencia u objeto referente. Existen representaciones así como relaciones causales.

Noticia. Aprehensión de un evento de la realidad para ser transmitido en los medios de comunicación colectiva.

Nuevo periodismo. Término empleado para referirse a la integración de un equipo interdisciplinario para realizar la investigación. Es el periodismo de investigación con cualidades informativas, interpretativas y de opinión.

Ometeotl. Palabra de origen náhuatl: *ome*, dos; *teotl*, energía universal, el todo La creación, Dios. La dualidad: arriba, abajo; afuera, adentro; blanco, negro; femenino, masculino; la energía en uno, uno en la energía, en oriente le llaman el ying y el yang.

Organización Mundial de la Salud. OMS. Organismo Internacional dedicado a regular procesos jurídicos, informativos, y solución de variables en torno de la salud.

¹⁴³ Organización mundial de la salud. *Legal status of traditional medicine and complementary*, p. 25

Periodismo. El periodismo son aquellas actividades científicas, técnicas y artísticas que se realizan con los objetivos de planear, organizar, producir y difundir, a través de distintos medios (prensa, cine, radio, televisión) la información y sus análisis periódicos del acontecer que interesan y afectan a la sociedad.¹⁴⁵ El periodismo es un arte por el uso de ciertas cualidades estéticas; un negocio, debido a las posibilidades industriales y empresariales que representa; una virtud, porque el perfil del periodista es único; un quehacer práctico porque el periodismo es cotidiano; es una disciplina útil y creativa, un servicio social; en la actualidad puede resultar una ciencia por el empleo de un método; una técnica por el uso de herramientas prácticas, implica, de manera intrínseca, a la investigación.

Periodismo cultural. Se define por el tema de los contenidos, es la difusión específica de relaciones comunitarias que incluye costumbres, vida cotidiana, historia social, antropología, bellas artes, historia regional; sus espacios se consolidan en las secciones dedicadas a la cultura, revistas especializadas, suplementos culturales y secciones especiales.

Periodismo de Investigación. Utiliza técnicas metodológicas para recopilar información. Implica una pesquisa exhaustiva de datos para la redacción periodística.

Pirámide Invertida. Estructura para jerarquizar los datos en la redacción periodística. El clímax del suceso es inicio del relato.

Pirámide normal. Estructura para la jerarquía de datos en un texto noticioso. El clímax del suceso se lee al final de la noticia.

Postproducción. Cualquier actividad de producción que ocurre después de la producción. Usualmente es la edición de imagen y audio. Todas las operaciones técnicas que partiendo del material grabado conducen a la obtención del master de un programa.

Preproducción. Lo que antecede a la grabación del programa, la preparación de tomas, el guión, las actividades a realizar, el equipo necesario, recursos que anteceden.

Producción. Esta fase abarca desde el primero al último día de grabación.

Programa piloto. Demostración de un programa producido para suministrar la información de programas en serie o aislados.

Radio-teatro. Corriente artística que fusiona la dramaturgia con la elaboración de un guión técnico para radio.

Reportaje. Género periodístico caracterizado por utilizar en forma simultánea, amena, informativa, entretenida, a la nota, la reseña, la entrevista, el artículo, la crónica.

¹⁴⁵ Del Río Reynaga, Julio. *Op. cit.*, pág. 16.

Spa. Concepto de club en el que se dan servicios para el acondicionamiento físico, la salud y belleza del cuerpo.

Temazcalli. Palabra de origen náhuatl que significa: *tema*, baño, vapor y *calli*, casa; casa o baño de vapor. Es un baño medicinal prehispánico de ancestral tradición.

Temazcalero(a). Quien dirige un *temazcalli*.

Turismo de salud. Viajeros, visitantes que buscan curación.

Voz en off. Una voz ajena a la imagen relata algo, no se percibe su presencia física en la pantalla, sólo se escucha su voz.

Bibliografía

Ackoff L. Russell. *The design of social research*. The University of Chicago Press. USA, 1960 420 págs.

Aguiar Paz, et al. *Apuntes para el estudio de la radio informativa en México*. Programa doctoral en ciencias de la Información. Universidad Autónoma de Yucatán. Mérida, México, 1998. En: www.lazarillo.com/latina

Aguirre Beltrán, Gonzalo. *Obra antropológica. El proceso de aculturación y el cambio sociocultural en México*. Tomo VI. Fondo de Cultura Económica. México, 1992. 238 págs.

Aguirre Beltrán, Gonzalo. *Obra antropológica. Medicina y magia. El proceso de aculturación en la estructura colonial*. Tomo VIII. Fondo de cultura económica. México, 1992. 389 págs.

Akiba, Cohen. *The television news*. NY University Press. USA, 1976. 226 págs.

Allot, Robin. *The origin of language: the general problem*. En: *Studies in language origins*. Ed. Jan Wind, et al. Vol. 1 U.S.A. 1989. 331 págs.

Antología. *La TV: entre servicio público y negocio. Estudios sobre la transformación televisiva en Europa Occidental*. Ed. Gustavo Gill. México, 1983. 338 págs.

Antology. *The entertainment functions of television*. Ed. Percy H. Tannebaum. University of California, Berkeley. 1980. 262 págs.

Armer A. Alan. *Directing television and film*. Ed. Wadsworth Publishing Co. Belmont, Calif. 1986. 337 págs.

Arnheim, Rudolf. *El pensamiento visual*. Ed. Eudeba. Buenos Aires, Argentina, 1985. 343 págs.

Arredondo Ramírez, Pablo. *Comunicación social, poder y democracia en México*. Universidad Autónoma de Guadalajara. Centro de estudios de la Información y la comunicación. México, 1987. 214 págs.

Astre, G.A. *Problèmes du television*. Paris Lettres Modernes. 1962. 95 págs.

Aumont, Jaques; et al. *Estética del cine*. Espacio fílmico, montaje, narración y lenguaje. Plados Comunicación. Barcelona, Espada. 1983. 306 págs.

Baena Paz, Guillermina. *La historia de la no política de comunicación*. En: *Zurda. Revista*. Ago 4. No.78. M. 1990. 148 págs.

Bagdiklan H. Ben. *Las máquinas de información. Su repercusión sobre los hombres y los medios informativos*. FCE. México, 1975. 507 págs.

Baggaley, J. y Duck, S. *Análisis del mensaje televisivo*. Ed. Gustavo Gill. México, 1985. 217 págs.

Baker, Dan y Weisgenber, Bill. *Television production*. Educational Technology Publications, Englewood Cliffs, N.Y. 1981. 97 págs.

Barel, Silvia. *El sentido de la fiesta en la cultura popular*. En: www.geocities.com

Barthes, Roland. *Crítica y verdad*. Siglo XXI editores. 1987. 82 págs.

Barthes, Roland. *La cámara lúcida*. Ed. Gustavo Gill. Espada, 1980. 207 págs.

Benavides Ledesma José Luis y Quintero Herrera, Carlos. *Escribir en prensa. Redacción Informativa e Interpretativa*. Ed. Alambra. México, 1997. 295 págs.

Bernabeu Morón, Natalia. *Breve historia del periodismo en México*. En: www.saladeprensa.com

Bond, Fraer. *Introducción al periodismo*. Ed. Limusa. México, 1996. 419 págs.

Bonet, Eugeni; et al. *En torno al video*. Colección Punto y línea. Ed. Gustavo Gill. 1984. 300 págs.

Breton, Andre. *Oubres Completes*. Ed. Gallimard. Biblioteca de la Pléyada. Paris. 1988. 1798 págs.

Bunge, Marlo. *La Investigación científica. Su estrategia y filosofía*. Ed. Ariel. Barcelona, 1983. 955 págs.

Burrows D. Thomas y Wood N. Donald. *Television production*. California State University Northridge, USA, 1986. 444 págs.

Burrows D. Thomas y Wood N. Donald. *Television production*. California State University. Northridge. U.S.A. 1986. 444 págs.

Calvimontes y Calvimontes, Jorge. *Comunicación y dependencia en América Latina*. México, UNAM. FCPy S, 1980. 78 págs.

Calvo Hernando, Manuel. *Civilización tecnológica e Información*. Ed. Mitre. Barcelona, 1992. 163 págs.

Clausse, Roger. *Sociología de la información*. CIESPAL. Ecuador. 1987. 204 págs.

CBS NEWS. *Técnicas de las noticias por televisión*. Ed. Trillas. México, 1985. 244 págs.

CBS NEWS. Columbia Broadcasting System, Inc. *Television News Reporting*. New York. Avery Fisher Center. New York University. 1990.

Campbell, Jeremy. *El hombre gramatical*. FCE. 1989. 418 págs.

Castleman, Harry y Podrazik, Walter. *Watching TV*. McGraw Hill Book Company. U.S.A. 1982. 314 págs.

Cebrián Herreros, Mariano. *Introducción al lenguaje de la televisión. Una perspectiva semiótica*. Ed. Pirámide. Universidad Complutense. España, 1978. 308 págs.

Cebrián Herreros, Mariano. *Cambios técnicos, comunicativos y pedagógicos*. Ed. Universidad Complutense. España, 1999. 254 págs.

Poveda, J. Ma. et al. *Chamanismo, el arte natural de curar*. Ed. Alambra. México, 1998. 588 págs.

Chamberland, Pierre. *L'Information radio-TV*. Ed. Science Moderne. Chicoutimi, Paris. 1977. 228 págs.

Chávez Gutiérrez, Markx Miguel. *Propuesta de una serie de televisión cultural y turística*. UNAM. FCPyS. México, 2003. 129 págs.

Clausse, Roger. *Sociología de la Información*, Ed. CIESPAL, Ecuador, 1987, 438 págs.

Cole, Barry. *Television today: a close-up view*. Oxford University Press. N.Y. 1981. 480 págs.

Coppa J. Frank; et al. *Screen and society. The Impact of TV upon aspects of contemporary civilization*. Ed. Frank Coppa. U.S.A. 1979. 217 págs.

Dallal, Alberto. *Lenguajes periodísticos*. UNAM. México, 1989. 110 págs.

De Fleur, Melvin. *Teorías de la comunicación de masas*. Ed. Paidós. México, 1987. 349 págs.

Del Río Reynaga, Julio. *Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos*. FCE. México, 1997. 398 págs.

Fray Diego de Landa. *Relación de las cosas de Yucatán*. FCE. México, 1996. 354 págs.

Dessart, George. *TV in the real world*. Communication Arts Books. N.Y. 1978. 434 págs.

Dewes Botur, Ada. *Notas sobre la semiótica visual*. Discurso. Cuadernos de teoría y análisis. Año 2, Núm. 6, CCH. UNAM. México, 1985 109 págs.

De Victoria, Raúl. *Procesos y elementos que integran la producción en televisión*. Ed. Trillas. México, 1998. 200 págs.

Drummond, Phillip y Paterson, Richard. *Television and its audience*. British Film Institute. London, 1988. 334 págs.

Duverger, Maurice. *Métodos de las ciencias sociales*. Ed. Ariel. Barcelona, 1978. 420 págs.

Eco, Umberto. *Apocalípticos e Integrados*. Ed. Lumen. Barcelona, España, 1984. 403 págs.

Feldman, Simón. *Gulón argumental gulón Instrumental*. Ed. Trillas. México, 1987. 148 págs.

Fernández Christlieb, Fátima. *Sistemas satelitales*. En: Comunicación y cultura en América Latina. Revista Cuatrimestral. Dir. Armand Mattelart y Héctor Shumcler. Ed. UAM. México, marzo de 1985. 190 págs.

Fraser, Bond. *Introducción al periodismo*. En: www.saladeprensa.com

García Cruz, Cecilio. *Noticias por televisión*. Ed. Publigráfico, S.A. México, 1998. 193 págs.

Garmendia Larrañaga, Maialen. *¿Por qué ven televisión las mujeres? Televisión y vida cotidiana*. Ed. Universidad del país vasco. Bilbao, 1998. 159 págs.

Garvey E. Daniel y Rivers L. William. *News writing for the electronic media*. Ed. Wadsworth, Inc. U.S.A. 1982. 245 págs.

Giacomantonio, Marcello. *La enseñanza audiovisual. Metodología didáctica*. Ed. Gustavo Gili. Colección Punto y línea. Barcelona, 1985. 213 págs.

Gomezjara, Francisco y Pérez, Nicolás. *El diseño de la investigación social*. Ed. Nueva Sociología. México, 1982. 359 págs.

González Reyna, Susana. *Manual de redacción e investigación documental*. Ed. Trillas. 2 Ed. México, 1989. 181 págs.

Gordon N. George. *Televisión educativa*. Ed. UTEHA. México, 1985. 228 págs.

Graeme Turner. *Film as social practice*. Ed. Routledge. N.Y. U.S.A. 1988. 187 págs.

Greenwood, E. *Metodología de la investigación social*. Ed. Plados. Buenos Aires, Argentina, 1973. 342 págs.

Greimas, A. *Semiotique*. Ed. Avangard. París, 1984. 423 págs.

Grossberg, Lawrence. *Music television as billboards of post-modern difference*. Popular music. Revista mensual. Vol. 7 No. 3 New York, octubre de 1988. 88 págs.

Gubern, Roman. *Comunicación y cultura de masas*. Ed. Península. Barcelona, 1977. 300 págs.

Gubern, Roman. *Mensajes icónicos en la cultura de masas*. Ed. Lumen. Barcelona, España, 1988. 337 págs.

Hancock, Alan. *The small screen*. Heineman. London, 1965. 82 págs.

Hatcher Payne, Evelyn. *Visual Metaphors: a formal analysis of Navajo Art*. West Publishing, Co. U.S.A. 1974. 272 págs.

Hernández Carbajal, Roberto. *La televisión cultural a través de Canal 22 a partir de la creación del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes*. Tesis. Ciencias de la Comunicación. UNAM. FCPyS. México, 1997. 51 págs.

Hersh, Carl. *Producción televisiva. El contexto latinoamericano*. Ed. Trillas. México, 1995. 179 págs.

Hilliard C. Robert. *Writing for television and radio*. Communication Arts Books. N.Y. U.S.A. 1982. 461 págs.

Hohenberg, John. *Los medios informativos*. Ed. Letras, S.A. México, 1970. 341 págs.

Jáquez Valderrama, José Luis. *La prensa amarillista en México*. Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos. Julio 2002 Año IV, Vol. 2

Joskowics, Alfredo. *¿Es el guión cinematográfico una disciplina literaria?* En: Los universitarios. Revista mensual. Ed. UNAM. México, septiembre de 1990.

Kezsi, Frank. *Understanding television production*. Prentice-Hall, Inc. Englewood, N.J. 1984. 158 págs.

LOS UNIVERSITARIOS. Órgano de la coordinación de difusión cultural de la Universidad Nacional Autónoma de México. Mensual. Dir. Gonzalo Celorio. UNAM. Tercera época, septiembre de 1990. 30 págs.

LEXIS 22. Diccionario enciclopédico. Tomo IX, fascículo 45. Ed. Bibliograf, S.A. Barcelona, 1980. 2592 págs.

Le Baron, John. *Making television: a video production guide for teachers*. Teacher College. Columbia University. N.Y. 1981. 336 págs.

Leyva Reyes, José Gustavo. *Plantas medicinales para el temazcalli mexicano*. Escuela Nacional de Antropología e Historia. UNAM. México, 1999. 100 págs.

Lewis Carolyn Diana. *Reporting for television*. Columbia University Press. N.Y.

Linares, Marco Julio. *El guión: elementos formatos y estructuras*. Ed. Edicupes. México, 1986. 264 págs.

Llorent Soler. *La televisión: una metodología para su aprendizaje*. Ed. Gustavo Gill. Barcelona, España. 187 págs.

Macdougall Curtis D. *Reporting for beginners*. Ed. Mcmillan. N.Y. USA, 1987. 536 págs.

Mandel, Siegfried. *Periodismo moderno*. Ed. Letras. México, 1994. 776 págs.

Martínez Albertos, José Luis. *Curso General de Redacción Periodística*. Ed. Mitre. Barcelona, España, 1991. 645 págs.

Martínez Albertos, José Luis. *El mensaje Informativo*. Ed. Colección Libros de Comunicación Social. A. T.E. Barcelona, España. 1995. 398 págs.

Mayer, Martin. *Making news*. Doubleday & Company, Inc. Garden City. New York. U.S.A. 1987. 160 págs.

McQuall, Denis. *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el Interés público*. Amorrortu Editores. Argentina, 1992. 496 págs.

Metz, Christian. *Film language. A semiotics of the cinema*. Oxford University Press. N.Y. U.S.A. 1986. 268 págs.

Nash, Constance y Oakey, Virginia. *The television writer's handbook*. Barnes & Noble Books N.Y. 1978. 186 págs.

Newsom, Doug y Wollert, James. *Media writing. News for the mass media*. Wadsworth Publishing Company. Belmont, California. 1985. 437 págs.

Newsom, Doug y Wollert, James. *Media writing. News for the mass media*. Wadsworth Publishing Company. Belmont, California. U.S.A. 1985. 437 págs.

New York Times. Revista. New York. USA, julio de 1989.

Oliva, Llúcia, et al. *Las noticias en televisión*. En: www.saladeprensa.com

Organización mundial de la salud. *Legal status of traditional medicine and complementary / alternative medicine: a worldwide review*. Génova, 2003, 189 págs.

Paredes Jáuregui, Nancy. En: www.escolares.com.ar

Paoli, Antonio. *Comunicación e Información*. Ed. Trillas. México, 1986. 87 págs.

Perdomo Orellana, José Luis. *En el surco que traza el otro*. Ed. CONEICC, México, 1987. 98 págs.

Quijada Soto, Miguel Angel. *La televisión*. Ed. Trillas. México, 1986. 109 págs.

Redfield, Robert. *El mundo primitivo y sus transformaciones*. Fondo de Cultura Económica. México, 1973. 199 págs.

Rivera B. Jorge. *El periodismo cultural*. Ed. Paidós. Estudios de comunicación. Argentina, 1995. 217 págs.

Rivera, Luz María. *Naturaleza contra enfermedad*. IV Congreso Iberoamericano de Medicina Natural y Tradicional. *El Universal*. México, 27 de octubre de 2003. Secc. Cultura. F p, 1

Robinson P. John y Levy R. Mark. *The main source: learning from television news*. Beverly Hills, Calif. Sage Publication. U.S.A.1986. 401 págs.

Rodríguez López, Nelly Jazmín. *Canal 22, una alternativa para la difusión cultural en la televisión de México*. Tesis. Ciencias de la Comunicación. UNAM. FCPyS. México, 2002. 141 págs.

Rojas Soriano, Raúl. *Métodos para la investigación social. Una proposición dialéctica*. Ed. Plaza y Valdes. México, 1992. 122 págs.

Rojas Soriano, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales*. Textos universitarios. UNAM. FCPyS. México, 1981. 274 págs.

Romo Gil, María Cristina. *Introducción al conocimiento y práctica de la radio*. Ed. Diana. México, 1989. 120 págs.

Rose G. Brian. *TV genres. A handbook and reference guide*. Greenwood, Press. U.S.A.1985. 453 págs.

Saez, Anabel. *Historia del periodismo*. En: www.saladeprensa.com

Salama, Girgis, *Nigerian Journalism*. Ed McGrill. USA, 1983, 345 págs.

Samplo, Walter. *Journalismo audiovisual. Vozes limitadas*. Ed. Petrópolis. EUSP. Sao Paulo, Brasil, 1971. 118 págs.

Samson Luborsky, Ruth. *Connections and disconnections between images and texts*. En: *Word & Image. A journal of verbal/visual enquiry*. Vol.3 No. 1 School of English & America Studies. University of East Anglia. Enero-marzo 1987. 142 págs.

Santibáñez, Abraham. *Periodismo Interpretativo*. Ed. Andrés Bello. Chile, 1995. 150 págs.

Santoro, Luiz Fernando. *O video no Brasil*. Ed. Cinejournal. Brasil, 1986. 54 págs.

Sapir, Edward. *El lenguaje*. FCE Breviarios No. 96, México, 1984. 280 págs.

Sartori, Giovanni. *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Ed. Taurus. Pensamiento. España, 2001. 159 págs.

Shusterman, Richard. *Interpretation, Intention and Truth*. Journal of Aesthetics and Art Criticism. Ed. John Fisher. Long Island University, Greenvale. N.Y. U.S.A: 1988. 2223 págs.

Stasheff, Edward y Bretz, Rudy. *The television program*. Ed. Hill and Wang. U.S.A. 1986. 336 págs.

Swallow, Norman. *Factual television*. Communication Arts Books. N.Y. U.S.A. 1986. 228 págs.

Tylor, S. J. y Bogdam, R. *Introducción a los métodos cualitativos de investigación*. Ed. Paidós. España, 1996. 343 págs.

Television Studies. Textual Analysis. Ed. Gary Burns and Robert Thompson. Media and Society Series. Praeger Publishers. N.Y. U.S.A. 1989. 260 págs.

Téllez Girón Aguilar, Blanca Estela D. *Proyecto de serie para la televisión cultural Nuestro México*. Programa piloto: San Miguel de Barrera, leyenda y tradición; UNAM, FCPyS, México, 1995. 134 págs.

Therborn, Goran. *La Ideología del poder y el poder de la Ideología*. Madrid. Siglo XXI. 1987. 189 págs.

Torrco Villanueva, Erick. *El sensacionalismo. Algunos elementos para su comprensión y análisis*. Web para profesionales de la comunicación iberoamericanos. Julio 2002 Año IV, Vol. 2

Tubau, Iván. *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Ed. ATE. Barcelona, 1982. 182 págs.

Tuchman, G. *La producción de la noticia*. Ed. Gustavo Gill. México, 1983. 288 págs.

Truman Capote. *A sangre fría*. FCE. México, 1989. 320 págs.

TV as art. *Essays in Criticism*. Ed. Patrick Hazard, Beaver College. Illinois, U.S.A. 1966. 221 págs.

Tyrrell, Robert. *The work of the television journalist*. Focal Press. London & New York, 1972. 180 págs.

Valenzuela, José Francisco. *Historia del periodismo*. En: www.saladeprensa.com

Viesca-Treviño C. *Traditional Herbal Medicines around the Globe: Modern Perspectives. Mexican Traditional Medicine and Its Pharmacological Resources*. Proceedings of the 10th General Assembly of WFPMM, Seoul, Korea, 16-18 October 1991. 81 págs.

VIDEOGRAPHY. Revista. Dir. John Rice. Vol.13 No. 12. Published by PSN Publications, INC. N.Y. U.S.A. 102 págs.

Vilches, Lorenzo. *Manipulación de la información televisiva*. Ed. Paidós Comunicación. Barcelona, España. 1989. 414 págs.

Willis, Edgar. *Writing television and radio programs*. Holt, Rine hart and Winston, Inc. N.Y. U.S.A. 1977. 372 págs.

Winship, Michael. *Television*. Ed. Educational Broadcasting. U.S.A. 1988 371 págs.

Wolfe, Tom. *El nuevo periodismo*. Ed. Anagrama. Barcelona, 1997. 220 págs.

Yoakan D. Richard y Cremer F. Charles. *ENG: Television news and the new technology*. Southern Illinois University, Press. U.S.A. 1985. 417 págs.

Zetti, Herbert. *Television production handbook*. Ed. Wadsworth USA, 1984, 614 págs.

Zousmer, Steven. *TV news off-camera. An insider's guide to newswriting and newspeople*. The University of Michigan Press. Library of Congress. USA, 1988, 203 págs.

Zurda. Revista. México, 1990. Agosto, 1990. No. 78. 148 págs.

Internet

www.geocities.com

www.eluniversal.com

www.ssa.gob.mx

www.cultura.df.gob.mx

www.arts-history.mx

www.conacyt.mx

www.austral.addr.com

www.saladeprensa.com

www.lazarillo.com/latina

www.oms.com

www.camaranacionaldelaindustriadelaradioytelevision.com

www.dzigavertov_cine.com

www.video.com

www.escolares.com.ar

www.ucm.es/BUCM/bio/Mediateca.htm

academia@ccc.cnart.mx

www.chamanismo.com