MINISTERIO DE AGRICULTURA

INSTITUTO COLOMBIANO AGROPECUARIO

REGIONAL Nº 6 TOLIMA - HUILA

DIRECCION REGIONAL DE COMUNICACIONES.

"Comunicaciones y Periodismo"

"Periodicos en Mimeógrafo"

COMUNICACIONES Y PERIODISMO

Por: Athala Morris de Florez

I - LA NOTICIA

Todo el mundo sabe lo que es una noticia en cuanto la lee o la oye. A pesar de ésto existe una definición práctica de la Noticia: "La Noticia es la relación de los acontecimientos de actualidad, que interesan a la comunidad local, al estado, al país o al mundo".

La mejor noticia es la que interesa al mayor número de personas. Sinembargo muchas veces encontramos, que lo que puede ser noticia para un hombre o un grupo, puede no serlo para otros.

Como la definición de Noticia podríamos encontrarla vaga, vale la pena citar un ejemplo, para darnos cuenta que todos los hechos son noticia, y que su importancia depende únicamente de la cantidad de personas que afecte.

Que en una casa se rompla un plato, es noticia. Es un hecho que afecta a la muchacha del servicio, a la señora, quizá al marido, y a un número reducido de personas más. Mientras que él primer paso del hombre en la luna afectó a toda la humanidad. Entre estas dos noticias, está la gama de información que todos los días nos presenta la prensa, la radio, la televisión y el cine. Unas escasamente son leídas, otras conmueven a una ciudad o al mundo y son motivo no solo de una presentación especial de acuerdo a su importancia sino de que permanezcan como noticia por varios días.

Para el hombre del siglo XX la noticia es como "El pan nuestro de cada día..." Los periódicos son esperados en la mañana y leídos

---

Directora de Relaciones Públicas Información y Prensa del ICA

simultáneamente con el desayuno. Cuando un hombre sale de su casa para el trabajo, ya lleva una rápida visión de los principales hechos acaecidos en la últimas 24 horas en el mundo.

De ahí que el periodismo además de informar, lleva la misión intrínseca de orientar a la opinión pública. Esta responsabilidad es la que deben tener en cuenta todas aquellas personas que por una u otra razón intervienen en la elaboración de un periódico.

En el caso concreto nuestro, como colaboradores, debemos presentar el tema buscando indudablemente el lado noticioso y orientándolo en forma positiva. Debemos ser francos en nuestro mensaje pero no destructivos, manteniendo constantemente un equilibrio entre la verdad, el deseo de informar y el planteamiento personal de los hechos.

NOTA: Es importante agregar que únicamente los columnistas pueden en determinado momento opinar a título personal, ya que el periodista de planta y el colaborador deben únicamente informar y dejar la tarea evaluadora a los "Quintacolumnistas", en este caso los ya anotados. La política del periódico frente a los hechos, únicamente la puede plantear el editorialista, que casi siempre es el Director del Periódico, o las personas que él delegue.

II ELEMENTOS DE LA NOTICIA

En nuestro caso, noticia no es decir que se va a celebrar un "Día de Campo". La noticia estriba en la importancia que tenga el evento, teniendo en cuenta:

1) EL TEMA .- "Es de vital importancia para la economía del país, el hallazgo del virus "X", que viene diezmando la ganadería ..... el ICA, presentará durante un "Día de Campo" en Tibaitatá, las investigaciones que ha venido realizando al respecto.... etc. etc."

2) LOS ASISTENTES .- "Con la asistencia del señor Ministro de Agricultura Dr. Hernán Jaramillo Ocampo, se llevará a cabo un "Día de Campo" en Tibaitatá ....."

3) LAS CIFRAS .- "300 Ingenieros Agrónomos estarán presentes en el "Día de Campo" del ICA en Tibaitatá ... " o también puede ser: "Cinco variedades de arroz, por encima de las siete toneladas por hectárea, fueron presentadas durante el "Día de Campo" programado por el ICA en su Centro Nacional de Investigaciones Agropecuarias ..... ".

4) POSIBILIDADES .- "Con el "Día de Campo" celebrado el domingo en Tibaitatá, el ICA presenta no solo al país, sino al exterior, una investigación elaborada en base al trabajo responsable de cinco técnicos a su servicio, quienes durante veinte años han venido trabajando en el programa de maíz. Hoy Colombia presenta al mundo dos híbridos ...."

NOTA : Debemos tener en cuenta la oportunidad con que sea presentada la noticia, ya que el elemento principal en una información de prensa es la actualidad. Una noticia trasnochada, por más importante que sea pierde su valor.

III ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

Una vez que hemos considerado que un acontecimiento merece publicarse y se han "recogido" los hechos para describirlo, se determina que forma de presentación dará el máximo interés y concisión. Aquí es bueno recordar que los Periodistas sin Periódico, como somos nosotros, tenemos que utilizar el "Anzuelo" en cada noticia para llamar la atención de los Jefes de Redacción.

LA PIRAMIDE INVERTIDA

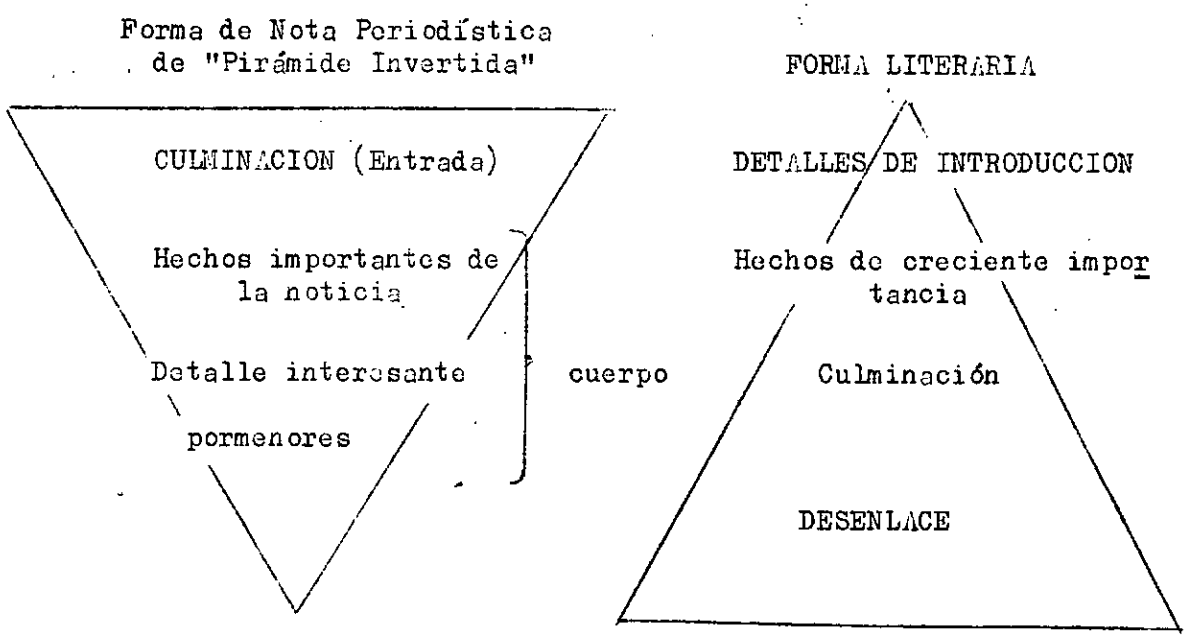
Con este fin debemos utilizar el sistema de "Pirámide Invertida" del periodismo moderno, que nos ayuda a presentar nuestra información, en la forma en que se escriben la mayoría de las notas periodísticas.

VENTAJAS

El cuidadoso examen de los diagramas que vienen a continuación, indicará porqué la estructura de "Pirámide Invertida", (llamada de la A. P. Associated Pres), satisface los requisitos fundamentales del reportaje informativo moderno.

Examinemos un ejemplo, que aunque femenino, nos da una idea clara de los que es la "Pirámide Invertida": Imaginemonos dos mujeres - jóvenes que no se han visto desde hace algún tiempo. Al encontrarse una de ellas tiende la mano a la otra y le dice, señalando el dedo anular de la mano derecha: "Mira!.....
Me casé ! "Solo entonces le explicará quien es su esposo, donde - y cuando lo conoció, quizá porque se sintieron atraídos y todos los demás detalles.
Lo mismo sucede con las noticias. Es natural relatar primero la culminación y después los elementos de menor importancia.

- - - - - - - - - - - - - -



- - - - - - - - - - - - - -

La "Pirámide Invertida" es el sistema más apropiado, porque quizá el lector del periódico no tenga el tiempo o la inclinación de recorrer todo el artículo para enterarse de qué es lo que sucedió. Esta estructura le proporciona los rasgos más sobresalientes de la noticia al principio mismo de la nota y le permite decidir si ha de seguir leyendo o nó.

Es además práctica. A menudo es necesario recortar la noticia para adaptarla a un espacio dado (un 70% de las noticias son recortadas en los periódicos, por razones de espacio al armar las páginas), como la estructura de "Pirámide Invertida" deja al final los detalles menos importantes, es posible que para el armador o jefe de redacción recortar desde abajo el texto de la noticia sin el peligro de eliminar detalles importantes, que forman el cuerpo de ella.

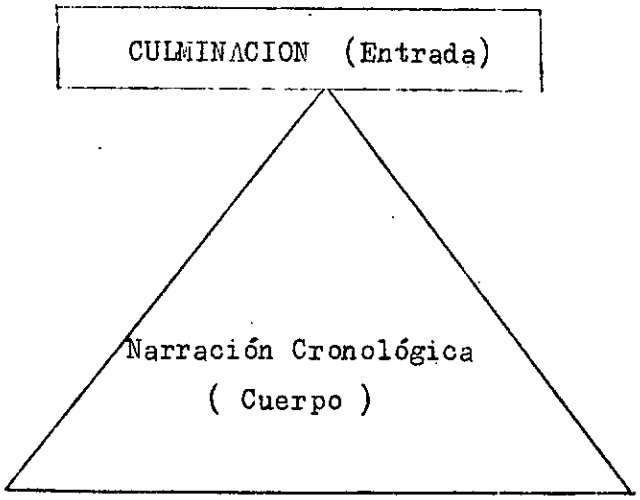
Otra ventaja, es que si la verdadera "Sustancia" de la noticia está en la entrada, se puede componer el encabezado o título con solo leer los primeros renglones.

NOTA : Hay que agregar que el periodismo moderno está hecho en base a la "Pirámide Invertida" con artículos "Apretados". Sinembargo los periódicos mezclan en sus páginas artículos más amplios, elaborados en base a una pirámide intermedia, que sin ser la invertida ni la literaria, permiten al periodista lucirse un poco en la elaboración y presentación del artículo.

PIRAMIDE INVERTIDA MODIFICADA

Existe una forma menos extricta de la "Pirámide Invertida". Esta versión modificada es, en realidad, una combinación de la pirámide invertida y la forma literaria. Aunque todavía la culminación ocupa el primer lugar (la entrada), a ella sigue un relato cronológico, u ordenado de otra manera, de los acontecimientos que llevan a la culminación (parecido a las escenas retrospectivas que vemos en algunas películas, ó a las reseñas policivas).

FORMA DE PIRAMIDE INVERTIDA MODIFICADA



- - - - - - - - - - - -

LEAD

IV L A E N T R A D A-

Una nota periodística debe responder a los siguientes interrogantes:

1) Qué sucedió ?
2) Donde sucedió ? LEAD
3) Cuándo sucedió ?
4) Quién intervino ?
5) Por qué sucedió ?
6) Cómo sucedió ?

Hasta donde le sea posible al redactor, debe proporcionar en su - "Entrada" las contestaciones a las "preguntas reporteriles" anotadas.

En periodismo se le da el nombre de "entrada" al párrafo inicial de una nota. Su propósito es el de dar al lector tan breve como sea posible la información básica acerca del acontecimiento que se detalla en la nota.

Habiendo leído la entrada, debe conocer todos los hechos importantes y tener la contestación a todas las preguntas que se haga mentalmente, que son en síntesis, las arriba anotadas.

La "entrada" puede hacerse en base a cualquiera de estas preguntas, por ejemplo:

Hay que subrayar el "qué" cuando el acontecimiento tiene interés aún haciendo caso omiso de las personas afectadas:

"LOS PLANES PARA SOLICITAR EL AUMENTO INMEDIATO DEL UNO POR CIENTO EN EL IMPUESTO SOBRE LAS VENTAS, FUERON DADOS A CONOCER- hoy después de una Junta, en la que tomaron parte activa los dirigentes del sector económico del país ...."

o o o o o o o o

Por lo común "Donde" sólo sirve para identificar el sitio del acontecimiento, y rara vez vale la pena hacerlo resaltar. Sinembargo puede haber excepciones:

"EL ASOLEADO CAMPO DEL ESTADIO "EL CAMPIN" fue testigo hoy de la derrota del equipo Santa Fé cuando una bola baja eludió los desesperados esfuerzos del arquero, y permitió que Desiderio del Deportivo Oro Negro, marcara el tanto del triunfo."

o o o o o o o o

Rara vez se hace resaltar el "Cuándo" en la entrada de la nota, Por lo general solo indica el tiempo de la noticia "hoy" o "ayer" o "mañana". pero de vez en cuando el tiempo requiere que se le considere el rasgo más notable como en este caso:

"HOY AL MEDIODIA expira el plazo para que los contribuyentes se pongan a paz y salvo con el Estado ..... "

o o o o o o o o o

Se hará resaltar el "Quien" cuando es probable que la persona o personas afectadas sean reconocidas por el lector:

"EL PRESIDENTE PASTRANA expresó hoy su temor por las noticias aparecidas en la prensa extranjera, en el sentido de ..... "

o o o o o o o

El "Por qué" indica la razón de lo sucedido y de vez en cuando puede servir de rasgo más notable: "EL TEMOR DE QUE SE PROPALARA UN INCENDIO indujo hoy a Jorge Roa, alcalde de Pijao, a ordenar la evacuación de la población....."

o o o o o o o o

El "Cómo" explica la manera en que ocurrió el acontecimiento y muy bien puede ser el rasgo más notable de la entrada: "LANZANDO REPETIDAMENTE EL BALON POR EL AIRE, el ligero y rápido equipo de la armada, derrotó hoy en el Estadio de Cartagena, a los robustos jugadores del ejército, con un resultado final de 6- 2 ....."

o o o o o o o o

OTRAS ENTRADAS

Además de hechar mano de esas seis formas diferentes de entrada, el reportero puede comenzar también con cualquier construcción gramatical conocida.

1) Cláusula principal al principio :

"EL PRESIDENTE NIXON RECIBIO EN PERSONA AL PRIMER MINISTRO Fidel Castro cuando éste llegó a Washington, procedente de la Habana, para iniciar su gira por los Estados Unidos".

2) Cláusula subordinada al principio:

a) "CUANDO LLEGO HOY A WASHINGTON EL PRIMER MINISTRO FIDEL CASTRO para iniciar su gira por los Estados Unidos, el Presidente Nixon estuvo personalmente a recibirlo".

b) "QUE EL PRESIDENTE NIXON RECIBIERA PERSONALMENTE AL PRIMER MINISTRO FIDEL CASTRO CUANDO ESTE LLEGO HOY A WASHINGTON DESPERTO EL INTERES de los vet veteranos analizadores de las noticias en esta capital".

o o o o o o

Hay otras formas de entrada, por clasificación de contenido:

1) AFIRMACION ALARMANTE: "Al hombre solo le queda un año de vida en la tierra! "dijo anoche durante su conferencia, el vidente Roy B. Bean, en la comida semanal del Círculo de trabajadores de Prensa..... "

2) PREGUNTA : "Cuándo terminará esta ola de crímenes?" Anoche,aterrada tras el estallido de violencia que extremeció la zona céntrica, se hizo esta pregunta la ciudad.

3) CITA : "No les daremos cuartel" Dijo anoche el Director del DAS, refiriéndose a los hechos acaecidos en el curso del día en la ciudad .....

4) INVOCACION DIRECTA : "Mañana irás votante de los Barrios de Bogotá, a las urnas electorales. A las nueve de la noche ya habrás elegido nuevo presidente".

5) ALUSION LITERARIA : "Los que pueden hacen. Los que no pueden, enseñan. Las conocidas palabras de Bernard Shaw, resonaron esta mañana en el recinto de la Casa de Bolivar, cuando fueron condecorados cuatro profesores inválidos ..... "

6) PARODIA : "No hay que pedirle peras a los hongos. Esta es la moraleja que sacaron ayer los médicos de la Misericordia, al atender más de cien pacientes que enfermaron súbitamente después de haber ingerida una clase de hongo que resultó venenoso.... "

7) CONTRASTE : "Hace apenas una semana parecía que conquistaran la victoria. Hoy. Millonarios, el equipo favorito del público, acepta la derrota ....."

Serían innumerables los ejemplos que se podrían seguir dando sobre diversas formas de Entrada. Con las ya enumeradas que son las de uso más corriente en el periodismo moderno, el colaborador de un periódico se puede defender, ya que la parte más difícil de un artículo es el comienzo. Vencida esta etapa, el desarrollo del tema resulta fácil.

V- GUIA PARA REDACTAR UNA NOTA PERIODISTICA -

a) ORGANIZACION DE LOS HECHOS

Además de presentar los hechos con exactitud y concisión, es también importante que el reportero los redacte en orden significativo.
No se puede esperar "recoger" los hechos en el mismo orden en que van a aparecer posteriormente en el artículo o noticia. Sinembargo si los numera según su importancia, los resumirá sin duda, de acuerdo con la estructura de Pirámide Invertida.

b) UN EJEMPLO -

El caso recientemente aparecido en la prensa nacional sobre el déficit en el presupuesto del ICA. Los periodistas no explotaron tanto la cifra de los 71 millones de pesos que adeuda la Tesorería Nacional al Instituto, sino que volcaron la información hacia las consecuencias que tendría para la agricultura y la ganadería del país una semi-paralización de las actividades del Instituto.

Durante la Rueda de Prensa, fué esta la última pregunta en formularse al doctor Vicente Dávila, sinembargo al presentar la noticia todos los periodistas coincidieron, en que por orden significativo era la de más valor.

Los periodistas usaron el suceso, es decir, especularon en torno al futuro agropecuario del país y lo utilizaron como centro de su nota. Se hizo más incapié en la labor de los investigadores, que en el mismo monto del déficit, que de por sí es noticia de primera página.

NOTA: Al escribir una nota periodística, al repasar un párrafo o una página que todavía no salen de la máquina de escribir, el periodista hará bien en someter su trabajo a la siguiente prueba.

Se queda atrás la entrada de algún párrafo? En otras palabras, se inicia con torpeza o debilmente? Se usan las mismas palabras para comenzar dos párrafos seguidos?

VI LA LITERATURA EPISTOLAR -

Muchos se preguntarán que tienen que ver la literatura Epistolar en una conferencia sobre prensa.

Para que una nota periodística llegue directamente al lector, para que la sienta dirigida a él, el periodista debe emplear el principio de la literatura epistolar en sus escritos.

Cuando usted escribe una carta dirigida a una persona en particular, el texto deja reflejar, sencillez, espontaneidad, claridad en las ideas, el mensaje es recibido por el lector de la carta como exclusivo.

Esto mismo hay que hacerle pensar a nuestro lector del periódico, que hemos escrito para él, y que al iniciar nuestro artículo no nos hemos enredado en los 400.000 o más lectores en potencia que posiblemente tenga nuestro medio.

Cuando se trabaja para un medio masivo bien sea prensa, radio o televisión, debemos poner en práctica la idea de la Literatura Epistolar, en el sentido de dominar el auditorio en general, pensando que nos dirigimos sólo a una persona en particular.

A esta idea hay que agregarle la elección que se haga de las palabras. Un adjetivo puede hacer "temblar" una ciudad, por ejemplo: "sonrió el alcalde de una manera "taimada" o "benévola" cuando recibió el producto de una colecta para niños necesitados".

Hay que evitar además cargar una noticia de expresiones trilladas, de superlativos o de expresiones fuera de lugar. Por qué siempre tiene que "rugir la multitud" en todas las crónicas deportivas? Estamos seguros de que no todas las producciones de Hollywood son "gigantescas", "colosales" o "fabulosas".

VII BOLETIN DE PRENSA -

Un boletín de Prensa es el medio más importante que utiliza una Entidad, para comunicarle a la opinión pública a través de prensa, radio, televisión, aquellos mensajes de interés general, que acontezcan dentro del ejercicio de su labor.

Es en otras palabras, la forma de presentar a los medios de comunicación los hechos más importantes de la Entidad, en una forma oficial. De ahía la gran responsabilidad que pesa sobre la Oficina, y como es lógico sobre el funcionario que tenga a su cargo esta labor.

COMO DEBE SER UN BOLETIN DE PRENSA ? -

Existe la creencia de que un Boletín de Prensa, consiste en llenar periódicamente dos o tres o más cuartillas, con un número indiscriminado de noticias.

"Boletín de Prensa" es una noticia, bien contada. Se mandarán tantos "Boletines de Prensa" como noticias salgan de la Entidad. Esto quiere decir que una noticia, es de por sí un "Boletín de Prensa". Por lo menos el ideal de un "Boletín de Prensa".

Con esto se consigue:

1. Imprimirle más importancia a la información.
2. Desahogar el texto mediante más espacio disponible.
3. Y como es lógico, darle una presentación atractiva, que conlleve el interés de los medios de divulgación.

QUE SE DEBE TENER EN CUENTA CUANDO SE ELABORA UN BOLETIN DE PRENSA ? -

Cuando se elabora un "Boletín de Prensa", se deben conjugar inicialmente tres factores al estudiar el texto, para proporcionarle una justa presentación:

a) Qué le interesa contar al Instituto.
b) Qué le interesa conocer a la Opinión Pública.
c) Y cual debe ser el "anzuelo" que lleve nuestra noticia para lograr una amplia divulgación. GANCHO

Un equilibrio de estos tres factores, constituyen el elemento o la estructura de nuestra información.

A este esqueleto, debe añadpirselo el concepto de Noticia, teniendo en cuenta la "Pirámide Invertida" en su elaboración. En resumen el primer párrafo de toda notcia, debe ser la respuesta a los interrogantes que? quién ? cómo? donde? y porqué sucedió aprovechando el periodista la respuesta más llamativa para iniciar por ahí la información.

El texto de un "Boletín de Prensa" debe ser lo más corto y conciso posible. Su lenguaje será "universal". Entre más sencillas sean las palabras, más agradable será para el lector u oyente la noticia. Cuando se tenga que utilizar palabras técnicas, o aquellas cuyo significado no sea muy popular, se debe, entre paréntesis, explicar su significado, ya que un lector que vea una palabra cuyo significado no conoce, prefiere cambiar la hoja e iniciar la lectura de uno, que sea dirigido a él.

LA PRESENTACION DE UN "BOLETIN DE PRENSA" -

No es necesario, y más bien se podría decir contraproducente el envío de los "Boletines de Prensa" con cabezotes impresos.
Cuando un Boletín con cabezote impreso llega a una oficina de redacción de cualquier medio, ya el Periodista sabe que se trata de un Boletín y no le da la misma importancia, que le brindaría a una noticia bien presentada.

A los medios hay que hacerles creer que nos interesa ese, en particular para nuestra publicación.

El ideal de un "Boletín de Prensa" de acuerdo a la tendencia moderna es el de enviar la noticia escrita en una hoja blanca si es posible tamaño carta, a doble espacio. Unicamente al final se le pondrá el sello de la oficina remitente.

El titular o encabezado, debe ser extractado del primer párrafo de la información, donde deberá ir la esencia de la noticia, Siempre se incluirá por separado al texto, y únicamente antes de iniciar la noticia se pondrá en letras minúsculas las primeras palabras del encabezado con puntos suspensivos.

En esta forma vamos a ahorrar al Redactor, recortar del texto el titular, ya que dentro de la elaboración de un periódico cada uno tiene un proceso por separado.

Cuando la información pase de dos párrafos, debe tenerse en cuenta la elaboración de los subtítulos, que permiten además de un desahogo del texto, una mejor presentación, creándole al lector la inquietud de continuar con la información.

DETALLES ADICIONALES -

Teniendo como base que cada noticia es de por sí un "Boletín de Prensa", se pueden enviar tantos Boletines como noticias tengamos para publicidad. Siempre en hojas aparte, con los titulares anexados con un gancho.

Es importante recordar que al final debe llevar, el lugar donde se originó el Boletín, la fecha y el sello o firma responsable. No está por demás, agregar una nota, en la cual se invita al periodista, a que nos llame, incluyendo nuestro teléfono, en caso de que él considere de interés ampliar la información.

Los detalles de agradecimiento y demás, al final de un Boletín no tienen mucha validez y son más bien considerados como detalle de mal gusto.

En resumen, cuando se elabora un "Boletín de Prensa", el Periodista o persona encargada de este oficio, debe tener en cuenta la gran responsabilidad que reviste su trabajo. El debe transmitir a la opinión pública, la política exacta de la Entidad en la cual colabora.

Dar una versión periodística de la información, con el fin de lograr su amplia divulgación, por parte de los medios y llegar con un mensaje sencillo y agradable, ,que como es lógico redundará en buena imagen hacia su Entidad.

VIII EL REPORTAJE O LA ENTREVISTA -

Cuando se trata de hacer un reportaje o entrevista, el periodista tiene que estar empapado del tema.

Al entrevistado hay que preguntarle "todo" lo que la opinión pública desea conocer. Además de las preguntas que aparecen en sus apuntes y las que lleva en la memoria, el periodista necesita recurrir a sus facultades de observación y descripción. Aún así muchas veces se encuentra con que su material es estático y que ganaría mucho si se le pudiera inyectar vida. Para lograrlo, el reportero tiene simplemente que escribir la conducta natural de su entrevistado, rompiendo hasta donde sea posible la rigidez de las "preguntas- respuestas".

El reportero debe presentar a sus lectores un verdadero retrato de su entrevistado. El hombre con el cual dialoga, debe ser humano en los párrafos de la entrevista.

El periodista debe ganarse la confianza de su entrevistado. Hasta donde sea posible debe evitarse tomar notas, ya que muchas personas ante la presencia de una grabadora o de un lápiz se ponen nerviosas y las respuestas pierden espontaneidad y naturalidad. El redactor debe recordar que con frecuencia las entrevistas buenas no nacen de notas escritas apresuradamente sino de impresiones profundas conservadas en la mente.

La entrevista por regla general debe ser escrita utilizando la "pirámide invertida" de la noticia periodística. En su entrada se resumen los principales datos obtenidos, y por supuesto se escriben a continuación los sobresalientes. Se evita si es posible, y en esto es importante insistir, anotar nuevamente las preguntas que se han hecho, escribiendo en forma tal, que la respuesta de por sí indique sobre qué se preguntó.

Finalmente, se escriben los pormenores de la misma, y este es el momento donde un buen periodista saca partido de su labor. Es aquí donde dá el giro personal, y en un corto párrafo evalúa el resultado de la entrevista frente al tema.

NOTA: Al hacer un reportaje, el periodista no debe "entregarse". Esto ocurre cuando el entrevistado se adueña de la palabra. En este caso hay que interrumpir y llevar al interlocutor, ubicándolo en el sitio en que queremos tenerlo. Debemos hacerlo contestar las preguntas que le formulemos y no las que él quiera acondicionar, En todo momento debe ser el periodista quien maneje la situación. Esa misma sensación debe dejarla al redactar el reportaje, no solo citar palabras textuales del entrevistado, sino recurrir a otros puntos de referencia, mezclar sus propios puntos de vista (si es el caso) y en resumen dejar sentado el precedente de que en un reportaje intervienen **DOS PERSONAS**

IX LA CRONICA PERIODISTICA -

Cuando se desee escribir sobre un tema especial, al que se le quiera dar un tratamiento diferente al de nota periodística, utilizamos el sistema de crónica.

En este caso haremos de cuenta que vamos a redactar una noticia ampliada. Supongamos que el tema es: UN DIA DE CAMPO.

Si fuer noticia, únicamente haríamos una rápida reseña incluyendo desde luego la respuesta a las preguntas reporteriles que ya conocemos.

Como disponemos de más espacio en el periódico y el tema por su importancia requiere una presentación ampliada, tendremos en cuenta los siguientes puntos:

1) La principal fuente de información en un Día de Campo, son los técnicos y los usuarios participantes en este evento. A los primeros, les solicitamos su comentario en torno a las realizaciones presentadas, los resultados obtenidos en esta investigación y la labor futura. A los usuarios se les pregunta su participación en esta investigación, si la están practicando o nó, y quizá sus inquietudes o planes. Ya en este momento nos hemos dado cuenta si el DIA DE CAMPO merecerónica o nó.

2) Al tener como base central de la crónica el cultivo del ajonjolí, por ejemplo, se puede especular un poco en la labor realizada por el ICA, con variedades de semilla que "resucitaron" este cultivo, y hacer énfasis en las pruebas presentadas durante el DIA DE CAMPO.

3) Conviene tomar apuntes durante el evento, anotando frases, ideas, cifras y demás material concreto que vayamos a necesitar.

4) Una vez finalizado el DIA DE CAMPO, el periodista debe reconstruír sus notas, y escribir su artículo. En esto hay que insistir, ya que de la actualidad con que se mande una colaboración al periódico, depende el éxito de la información. Una noticia trasnochada, pierde interés y en la mayoría de los casos va a parar al cesto de la basura del Jefe de Redacción.

NOTA : Hay un detalle que es bueno anotar, ya que existen las personas demasiado efusivas en alabanzas o las demasiado críticas al censurar una labor. En esto quien tiene el privilegio de comunicarse con la gran masa a través de los medios, tiene la obligación hacia sus lectores de se imparcial u nunca criticar por el afán de hacerlo.

TITULARES O ENCABEZADOS -

El redactor debe tener en cuenta antes de escribir un título o encabezado varias "reglas" establecidas:

1) Reflejar exacta y brevemente el contenido de la nota periodística. En forma resumida.

2) Escribirlo en forma de oración. Sinembargo para mayor brevedad, pueden omitirse los artículos y conjunciones que no sean esenciales, pero deberá haber un sujeto y un predicado. Sobre todo un titular debe tener buen aspecto y redacción correcta. Por consiguiente son pocas las palabras que se repiten en los encabezados.

3) Todo encabezado deberá tener un verbo (En la voz activa, más bien que en la pasiva), o éste estará implícito.

4) Por lo general se usa el tiempo presente en lugar del pasado:

ABDON ESPINOSA RESPONDE
AL MINISTRO PATIÑO ROSELLI

5) Hay que evitar la separación incorrecta de palabras entre las líneas:

NO HARA PARO			TRANSPORTE
TRANSPORTE	(Incorrecta)	(Correcta)	NO HARA
EL DIA OCHO			PARO EL 8

6) En los encabezados no debe haber exageración.

7) De manera semejante, el decir poco o nada en el encabezado resulta contraproducente. Por ejemplo: SE BUSCA UN JUEZ. Difícilmente resume una nota periodística.

8) En general solo se escriben con mayúscula las palabras importantes. Pero existen dos tendencias, una a escribir todo el título en mayúsculas y otra a usar las minúsculas. Los periódicos modernos están adoptando esta última.

9) Hay que tener mucho cuidado con las siglas, y solo deben usarse abreviaturas muy conocidas como ONU, INCORA, ICA, etc.

COMO REDACTAR UN ENCABEZADO -

Al redactar un encabezado, nuestro interés se concentra en la esencia de la noticia, presentando poca atención al número de unidades. El Redactor después de escribir el titular deberá hacer un cálculo aproximado contando las unidades:

```
+ + + + + + + +  + + + + + + +   + + + + + + + + + + +
m a e s t r o s  i m p i d e n   r e a n u d a c i o n  = 28

d e  c l a s e s  e n  c o l e g i o  d e  N e i v a
+ +  + + + + + +  + +  + + + + + + +  + +  + + + + +  = 29
```

MAESTROS IMPIDEN REAUNUDACION
DE CLASES EN COLEGIO DE NEIVA

Los espacios en blanco entre una letra y otra se cuentan como una unidad. El caso del ejemplo es el correcto ya que al salir 28 unidades en la primera línea el título se puede cuadrar, con una línea siguiente que tenga entre 26 y 30 unidades. La redacción de los encabezados es todo un arte, ya que se requiere algo más que dominio de la mecánida del trabajo. Se requiere encontrar la esencia de la historia y limitar la redacción a un número fijo de unidades que correspondan a dos o tres palabras por línea.

EJEMPLOS DE TITULACION

HOY INAUGURAN	124 PROFESIONALES	A US $0.50
" U.DEL AIRE"	GRADUA HOY LA	EL CAFE EN
POR EL CANAL 11	U. DE LOS ANDES	NUEVA YORK

DICONSERVADOR DE ANTIOQUIA	TEJICONDOR PEDIRA SUBIR
PIDE RODEAR AL PRESIDENTE	2 CENTAVOS AL DIVIDENDO

LO QUE HAY TRAS UNA CUCHARADA DE AZUCAR

LA CERVEZA NACIONAL NACIO EN EL ESTUDIO DE UN SABIO

CHILE Y LA REVOLUCION VAN CAMINANDO ... DICE ALLENDE

EL CAMPESINO MENOR ESTA EN QUIEBRA, DICE EL DANE

EL "SHORT", UNA MODA FRESCA Y PROVOCADORA

BRASIL NO ASUMIRA SOLO LA DEFENSA DE PRECIOS DEL CAFE

NIXON EXPRESA INCERTIDUMBRE POR RELACIONES DE EU Y CHILE

VIVO ALPINISTA LUEGO DE 15 DIAS ATRAPADO

XI - PERIODISMO GRAFICO

Imágenes Vs. Palabras

La imagen es el modo más rápido de trasmitir una impresión. Ordinariamente no lleva un mensaje, sino que da una impresión inmediata de un instante que se ha movilizado. Rara vez una imagen aparece sola, generalmente sirve de complemento al material escrito.

Sinembargo una buena foto habla por sí misma. La leyenda o pie de la foto la complementa, al explicar el "quién","Qué", "cuándo", "dónde", "por qué" y"Cómo", (elementos de una información periodística).

Funciones de la Fotografía -

Las fotografías tienen tantas funciones cono el periodismo en su definición general: informan, influyen, anuncian y entretienen. Concrétamente las fotografías de los periódicos cumplen las siguientes funciones:

1) Comunican una parte importante de la noticia con un solo vistazo.

2) Transmiten impresiones a las que solo pueden aproximarse las palabras. Así pues la fotografía hace concreto, lo que las palabras presentan en abstracto.

Un buen fotoperiodista debe

3) Pueden ilustrar la transición de una serie de acontecimientos que sea difícil describir.

4) Acentúan el interés de ciertos detalles, en lugar de otros.

5) Tienen el poder de guiar, aconsejar o producir, mediante la presentación visual y, por lo tanto estimulan graficamente la imaginación. En una palabra: anuncian.

6) Ayudan a romper la monotonía del texto impreso y dan vida a la página.

El Periodista Gráfico

Para dar la descripción gráfica de un acontecimiento, el fotógrafo debe ser hábil en el manejo de la cámara. Ha de tener un sentido periodístico muy desarrollado, y necesita tomar las desiciones y trabajar con el tiempo medido.

El reportero al hacer una nota periodística tiene la oportunidad de revisar lo que escribe, el reportero gráfico no goza de este privilegio. Capta sus imágenes en un instante. Es cierto que puede hacer buenas copias, y recortar los detalles marginales que no añaden nada a la fotografía. El reportaje gráfico queda terminado cuando se dispara el obturador. Por lo regular tienen que "narrarlo" todo en distingos, en una sola fotografía. Sus correcciones tiene que hacerlas con la cámara pues debe aprovechar al máximo el espacio de una foto en la publicación para producir la impresión deseada.

Al leer un periódico, en lo último que se piensa al mirar una fotografía es en que el reportero gráfico en la mayoría de los casos, ha tenido que preparar con anticipación su trabajo, para que las fotos resulten verídicas y exactas y comuniquen la impresión y el significado del suceso. No se puede negar sinembargo que la fotografía espontánea, que ve y toma impulsivamente el reportero puede atenerse a esta última para una información de prensa.

El reportero debe darse cuenta que trabaja en un mundo que gusta de las imágenes. No es posible leer en su totalidad el contenido de un periódico. Por eso una buena foto con un pie de leyenda periodístico, muchas veces causa más impacto que una información escrita. La fotografía es la forma condensada de la noticia. Del reportero depende plasmar en ella su verdadera entraña.

o o o o o o o o o

B I B L I O G R A F I A

1. PERIODISMO MODERNO - Committee on Modern Journalism

2. LOS PERIODISTAS HABLAN - Edmond D. Coblentz

3. INTRODUCCION AL PERIODISMO- F. Fraser Bond.

P E R I O D I C O S E N M I M E O G R A F O

Por : Darío Restrepo Ramírez - IA-MPS. *

En un país en vías de Desarrollo, tal como Colombia, se requiere un cambio social de gran magnitud. Para lograrlo, la gente debe ser informada, persuadida, educada. La información debe fluir no solo hacia ella sino desde ella, de tal forma que la gente pueda participar en los actos y se puedan tomar decisiones, se pueda organizar el trabajo, y se adquieran las destrezas necesarias a todos los niveles de la sociedad.-

En un país como Colombia, uno de los problemas que afrontan los habitantes rurales es la escacéz de medios de información escrita. Aunque otros medios como la radio, vienen desempeñando un valiosísimo papel en este sentido, existen ciertas limitantes a los mismos. Por ejemplo : Los temas tratados no pueden recibir el tratamiento, tanto en forma como en extensión, que un medio de información escrita puede darles; la información tratada aunque puede provenir de las áreas rurales, en muy pocos casos se puede decir que es la expresión de las opiniones de sus habitantes. También es necesario reconocer que, aunque el sector rural se ha considerado como una importante audiencia por parte de la radio, este ha sido más bien sujeto que participante.

También es necesario reconocer que, aunque la prensa de Colombia es catalogada como una de las más avanzadas y eficientes del mundo, s u caracter urbano, sumado al aislamiento geográfico de los sectores rurales, a la baja rata de alfabetismo de los mismos, las deficientes vías de comunicación y medios de transporte escasos, han sido las principales barreras para que su influencia

---

* Director Regional de Comunicaciones.-

sea mayor en el sector rural colombiano.-

Como menciona Lloyd Sommerlad, en un estudio sobre la prensa en el mundo : "Un Campesino que acaba de aprender a leer (nosotros podríamos agregar, que escasamente sabe leer--) encontrará primero que todo que un periódico corriente es muy difícil de entender. El tipo pequeño, palabras poco familiares, frases complejas, lo descorazonarán pronto y pondrá el periódico a un lado. Sinembargo, él debe practicar para consolidar su nueva habilidad, o el esfuerzo de lograr alfabetizarlo habrá sido en vano".-

A la anterior aseveración, nosotros podríamos agregar que el fenómeno que ha sido tan comunmente mencionado en los últimos tiempos del "Analfabetismo Funcional" (Es decir el fenómeno de que una persona que ha sido alfabetizada, o ha tenido dos o tres años de educación, olvida como leer y escribir) está siendo acelerado por el hecho de la falta de medios de prácticar estas habilidades.-

Sinembargo, es necesario darse cuenta del papel que este medio puede desempeñar en el proceso de desarrollo de las comunidades rurales. Al considerar este aspecto es necesario reconocer que los periódicos en forma convencional, tienen una serie de barreras que en el momento no pueden ser eliminadas, para que lleguen a las áreas rurales, en la cantidad y con el material o los temas que serían de más utilidad para éstas.-

Por otra parte, aunque existen otro tipo de publicaciones que más o menos llegan en una buena proporción a las poblaciones rurales, éstas contienen en general un solo tema específico, o están orientadas a presentar información de caracter

técnico en las áreas de agricultura, ganadería o mejoramiento del hogar. Sin negar la importancia de este tipo de publicaciones, debe decirse que éstas solo responden a una parte de las necesidades de información de los sectores rurales.-

El papel de la prensa escrita en las áreas rurales.-

Los periódicos, poseen una serie de características que los hacen tan útiles como medio de información:

1.- Contienen información de diversos aspectos, cubren una gran variedad de asuntos, y su formato permite una presentación atractiva. A diferencia de un folleto o un panfleto, el periódico debe ser explorado para descubrir su contenido, y si un artículo no le interesa al lector él puede pasarlo por alto y buscar otro que si le interese. Esta atracción a la curiosidad a la vez que el interés intrínseco de las noticias, artículos e información proveen una motivación poderosa para leer. Además, a cada uno le gusta estar "al día con las noticias", de modo que pueda comentarlas con sus amigos.-

2.- El periódico aparece a intervalos regulares. La existencia de una fecha límite para la publicación del periódico, ayuda a asegurar una regularidad en la producción y distribución, lo que no pasa con los folletos que, por no ser tan afectados por el "tiempo" , no son afectados por una demora en producción. La necesidad de la circulación repetida a intervalos regulares, también exige la organización de un sistema de distribución adecuado y eficiente.-

Sinembargo, se mencionó atrás que los periódicos convencionales no pueden cumplir eficientemente su labor en las áreas rurales, al menos por un tiempo más o menos largo. Por eso es necesario hablar de otro tipo de periódicos que, reuniendo las anteriores características, puedan llegar fácilmente a las poblaciones rurales : los " PERIODICOS EN MIMEOGRAFO ".-

Periódicos en Mimeógrafo:-

Un periódico en mimeógrafo puede ser la respuesta a las necesidades de información de la población rural en Colombia. El periódico puede adaptarse a las necesidades de una región, de un municipio o de un grupo de veredas. Su contenido puede variar desde simple información noticiosa sobre los sucesos de la localidad, hasta información básica para el campesino.
Puede ser el vocero de una institución, permitiendo informar al campesino de lo que la institución hace. Puede también ser un vocero de los grupos campesinos, un medio de intercambio de experiencias, o inquietudes, o un vínculo de unión entre los mismos.-

A diferencia de la radio, un periódico en mimeógrafo puede guardarse como material de consulta y puede tratar diversos temas en una extensión que este otro medio no permite.-

Aunque el periódico no sea muy sofisticado, o bien impreso, tiene la enorme ventaja de ser simple, barato, personal y local. Publicando noticias locales, regionales y nacionales, puede crear y expresar la opinión pública. Puede educar las comunidades y dar un notable impulso a la alfabetización. Puede actuar como medio de unir a la

gente y expresar sus ideas y espíritu. El periódico puede presentar información para mejorar la vida rural, estimulando actividades valiosas. Puede promover el entendimiento de otras comunidades, de esa manera promoviendo mayor cooperación con los vecinos. El periódico motiva a la gente a más y mejor trabajo. Su periodicidad puede ser determinada por factores tales como, costo, facilidades de impresión, de distribución, abundancia de material informativo, etc.-

Si además, utilizamos el concepto de algún autor Brasilero, de que en países en desarrollo no se debe hablar de analfabetismo individual, sino de alfabetismo familiar, el cual nos permite un mayor rango de seguridad de que el material escrito, siempre y cuando se considere un nivel bajo de la habilidad de leer, no solo llega a la familia, sino que es leido por o para ella, un periódico en mimeógrafo puede ser el vehículo más apropiado de mejorar esa habilidad de lectura, a la vez que llevar informaciónes de utilidad para la familia.-

Periódicos en Mimeógrafo para el ICA :

El Instituto Colombiano Agropecuario, tiene como objetivo llegar a todos los grupos campesinos con su actividad de desarrollo. Para cumplirlo, a más de su personal de campo debe utilizar todos los medios de comunicación a su alcance, ya que el primero no es suficiente. El periódico en mimeógrafo puede desempeñar una importantísima labor en las áreas de Desarrollo Rural y Desarrollo Pecuario.-

Su importancia nace de la necesidad de establecer una comunicación de doble vía entre el usuario campesino y la Agencia de Desarrollo. Es decir, que el periódico en mimeógrafo sería un medio de testimonio de las labores que adelantan

los funcionarios del Instituto tanto como de los logros y aspiraciones de los grupos campesinos. Este tipo de periódico puede convertirse en un medio socializante; a través de sus páginas puede promoverse la unidad de los campesinos para lograr mejores servicios del ICA y de otras instituciones públicas. También puede convertirse en catalizador de las actividades de los campesinos, servir de estimulante de las mismas, o crear un espíritu de competencia entre los grupos campesinos.-

No obstante lo anterior, es importante recalcar que el periódico en mimeógrafo no debe, en ningún momento, convertirse en un reemplazo de otras publicaciones producidas por el ICA, aún más, no debe convertirse en un medio de replicar esas publicaciones. En otras palabras, aunque el periódico en mimeógrafo puede contener información técnica, publicada en otras partes, su tratamiento y objetivo debe variar radicalmente. Por ejemplo : Una información técnica sobre el cultivo del Sorgo, no consistiría en transcribir textual o casi textualmente el plegable sobre Sorgo ICA-Nataima, al contrario, podría ser la crónica de como el señor Pedro González, de la Vereda Mondeco del Municipio de Falán, adelanta su cultivo de sorgo, usando la variedad ICA-Nataima, con asistencia técnica de la Agencia de Desarrollo de Mariquita y con un crédito de la Caja Agraria. Lógicamente, la crónica contendría información sobre como preparó el terreno, qué semilla usó, cómo controló las malezas y las plagas, que cosecha obtuvo y con qué inversión; sinembargo, este sería el TESTIMONIO de lo que cualquier agricultor podría lograr si aplica las recomendaciones técnicas que el ICA da sobre el cultivo del Sorgo.-

. / .

Regionalización de los Periódicos en Mimeógrafo.-

No obstante, existen varias razones por las cuales, primero que todo, deben regionalizarse los periódicos en mimeógrafo. Esto significa la unificación de un nombre, un formato y de su orientación.-

Esta regionalización trae ciertas ventajas : 1) A nivel regional puede incluirse información sobre sucesos o eventos regionales y nacionales.

2) Se tendría una unidad de presentación, lo cual facilitaría su impresión y manejo.-

3) Se facilitaría la labor de los agentes locales, quienes recibirían parte del material ya preparado, teniendo solo que agregar el material de carácter local.-

4) Permitiría establecer el periódico en todas las oficinas de desarrollo rural y de sanidad animal.-

Los periódicos en mimeógrafo pueden cumplir las siguientes metas :

1) Suministrar información técnica, relacionada a los programas locales, regionales y nacionales, en el sistema testimonial mencionado atrás.-
2) Suministrar noticias locales, regionales y nacionales, relacionadas a los programas del ICA, participación de los usuarios, y actividades generales de desarrollo en las diferentes áreas.-
3) Servir como vehículo para lanzar programas y campañas locales, regionales y nacionales.-
4) Proveer un medio de obtener comunicación de regreso (feedback) de los usuarios locales y regionales.-

5) Suministrar un medio de expresión a los grupos campesinos.-

6) Proveer material básico de lectura para los habitantes rurales.-

7) Una última y no menos importante meta que estos periódicos deben cumplir, es el estimular la creatividad de los campesinos, al brindarles la oportunidad de expresarse por este medio, de tal forma, que, a la larga puedan establecer sus propios periódicos en mimeógrafo, como pequeñas empresas locales.-

Como funcionarán los periódicos en mimeógrafo en la Regional 6.-

Identificación : Los periódicos en mimeógrafo de la Regional llevarán un solo nombre. Tentativamente se ha escogido el nombre de VOZ RURAL, utilizado en la Agencia de Desarrollo Rural de Mariquita.-

En la primera página irá el cabezote, que contendrá en el lado izquierdo un recuadro en el cual irá identificada la Oficina a la cual pertenezca el periódico, por ejemplo dirá: Periódico en Mimeógrafo de la Agencia de Desarrollo Rural de Natagaima, ó, de la Oficina de Sanidad Animal de Chaparral. En el centro irá el nombre del periódico: VOZ RURAL. A la derecha irá otro recuadro con la leyenda: Información para el Desarrollo de la Comunidad Campesina en el Tolima y el Huila.-

Debajo irá el número del periódico, el mes de publicación, el año y la leyenda: Dirección Regional de Comunicaciones.-

Por ejemplo: No. 1 Agosto de 1973 Dirección Regional ....

Debajo en la parte izquierda irán los créditos: Director; Jefe de Redacción, Editor, Coordinadores Campesinos. (Más adelante se aclararán estos cargos).-

Formato : El Periódico será tamaño oficio, con dos columnas o página entera según la sección. Una página entera o cuartilla, consta de 25 renglones a doble espacio, (Nota: deben dejarse márgenes a los lados de tres y dos y medio centímetros respectivamente), es decir que el ancho total es de 16 cms).-

Una columna tiene ocho cms de ancho, y pueden escribirse 25 renglones a doble espacio.-

Se utilizará el sistema de doble impresión, es decir por ambos lados del papel; y tendrá diez páginas.-

Periodicidad: El periódico será mensual, al menos por un período de seis meses. Si la experiencia lo indica, después de este período, podría llegar a ser quincenal o aún semanal, dependiendo de las facilidades de personal y equipos.-

Por este período, el periódico será publicado y editado por la Dirección Regional de Comunicaciones. Posteriormente, según criterios que se fijen, podrá ser editado y publicado a nivel local. En este caso, la Dirección de Comunicaciones suministraría el material de caracter regional y nacional que se incluirá en la publicación.

La cantidad de periódicos por oficina, será determinado de común acuerdo entre los Directores de Dependencia, el Director Regional correspondiente

y el Director Regional de Comunicaciones. Estos se basarán principalmente en el sistema de distribución.-

Público : Se cree más aconsejable que los principales receptores del periódico sean los usuarios directos de las Agencias de desarrollo u oficinas de sanidad. Sinembargo, dado que el periódico puede servir para estimular la participación de nuevos usuarios, dentro de los programas de una oficina, debe considerarse la posibilidad de un tiraje adicional que cubra estos individuos.-

Distribución: El sistema de distribución más apropiado, sería el de entrega directa a los usuarios, por parte del personal de la oficina, no obstante, podría pensarse en la posibilidad de lograr la colaboración de funcionarios de otras entidades del sector, siempre y cuando pueda efectuarse un control de la entrega. En general, no se considera conveniente y debe evitarse, el dejar los periódicos en una oficina u otro lugar similar, porque así no puede asegurarse que están llegando a quienes realmente nos interesa que lleguen. En algunos casos, se podría también buscar la participación de las juntas de usuarios o de acción comunal, una vez más asegurando un control de la entrega, para su distribución a nivel veredal.-

Aunque se ha pensado en la posibilidad de Vender, el periódico, dentro de la teoría que si este cuesta algo, será más apreciado por el campesino. Sinembargo, inicialmente, no se aplicará esta política, hasta tanto no se conozcan los efectos y aceptación del periódico, y los problemas que se puedan presentar en su distribución. Igualmente, sería necesario buscar los mecanismos administrativos que agilizaran un

sistema de venta, los cuales en el momento no podrían fijarse.-

Redacción: El Director del Periódico, será el Director de la Agencia u Oficina. El Práctico que reciba el curso de Prensa, será el Jefe de Redacción: Su trabajo consistirá en recoger el material, asesorar a los demás funcionarios y a los coordinadores campesinos en la selección y elaboración de noticias, crónicas, etc, y de decidir en conjunto con el Director, la clase y tipo de material a publicarse.-

A nivel Regional, el Gerente Regional, el Director Regional de Comunicaciones, los Directores Regionales de Desarrollo Rural, Pecuario y Agrícola, tendrán a su cargo la elaboración de algunos temas, cuando lo consideren pertinente, de los que se incluirán como material regional y nacional.-

Coordinadores Campesinos : La participación directa de los campesinos en la elaboración del periódico se considera esencial e importante, para el buen éxito del mismo. Por esta razón, los funcionarios de la Agencia, con la asesoría de la Dirección Regional de Comunicaciones, deberán escoger uno o más coordinadores campesinos. Su función será la de servir como voceros de los grupos campesinos, suministrando noticias, escribiendo sobre algunos temas, en fin participando en la redacción del periódico. En base a esta selección, se estudiará la posibilidad de dar un curso corto a estos coordinadores, con el objeto de capacitarlos mejor para su actividad, y de unificar criterios sobre los temas a tratar.-

Colaboradores especiales : Con el objeto de dar un carácter más general al periódico, es decir de incluir temas variados que respondan a las inquietudes de los lectores, es muy importante el lograr la participación de funcionarios de otras entidades del estado, de médicos, y otros profesionales cuyo aporte al contenido del periódico permitan darle ese carácter. Temas como crédito, mercadeo, conservación de recursos naturales, qué hacer en caso de una enfermedad, etc, pueden ser tratados por estos funcionarios.-

En algunos casos estos colaboradores serán conseguidos a nivel regional especialmente si se trata de los directivos regionales de los organismos del estado.-

En otros casos, la mayoría, serán los funcionarios locales quienes colaborarán en el periódico, mediante la solicitud del Director o del Jefe de Redacción.-

Política : Aunque se pretende que el periódico sea lo más general posible, no debe olvidarse que él mismo estará identificando al Instituto. Esto quiere decir, que debe hacerse una selección cuidadosa de los temas y el tratamiento de los mismos, de tal manera que en ningún momento se comprometa la política del Instituto, o de los demás organismos del estado. El Periódico, debe ser un vocero de las inquietudes de los funcionarios y de los campesinos, pero no debe convertirse en un buzón de quejas (o un medio de ataque a los organismos del estado). Debe recordarse en todo momento, que los institutos y los funcionarios de los mismos, están haciendo la mejor labor posible, dados los recursos con que se dispone.-

Igualmente, el objetivo primordial del periódico es el de PROMOVER EL DESARROLLO RURAL, lo que significa enfatizar los logros alcanzados y lógicamente reconocer y analizar los fracasos, pero siempre dentro de un espíritu constructivo, y buscando el mejoramiento.-

Contenido : Aunque inicialmente se de la impresión de poca flexibilidad, se han determinado algunas pautas sobre el contenido del periódico, -principalmente con el objetivo de dar una mayor facilidad y agilidad en la determinación de la participación por parte de los distintos colaboradores, y en la recolección de los materiales a publicar. Lógicamente la experiencia dictará las modificaciones que haya que hacer a esta estructura, sinembargo, esto se hará en base a una evaluación sistemática.-

Primera Página: Se hará a dos columnas, incluyendo noticias de carácter regional, nacional y local, que se consideren de importancia para los lectores. También se incluirá el contenido del periódico. Su selección se hará por parte de la Dirección Regional de Comunicaciones, en cuanto a las noticias regionales y nacionales, y por parte del Director del Periódico en cuanto a las locales. Por razón del espacio, se escogerán solo una o dos de cada tipo, y serán cortas.-

Segunda Página: Contendrá el Editorial del Periódico y será a página entera. Este Editorial será elaborado por el Director del Periódico, en la mayoría de los casos, y versará sobre aquellos aspectos que afectan a la comunidad rural, o que tienen relación con alguna actividad del

Instituto a nivel local, que se considera de trascedental importancia.-

En unos casos el Editorial será elaborado regionalmente, bien sea por el Gerente Regional, o alguno de los Directores Regionales, cuando exista algún asunto que sea importante regional o localmente, en este último caso se refiere a aspectos donde la contribución Regional se crea necesaria. También podrá ser escrito por algún directivo de otro organismo del estado, cuando el Director del Periódico, o los Directivos regionales lo consideren necesario o conveniente.-

En relación al editorial, y para evitar problemas, este será acordado entre el Director del Periódico y el Director Regional de Comunicaciones, por escrito y con suficiente anterioridad a la publicación del periódico.-

Tercera Página: Se hará a dos columnas, y contendrá dos secciones. Una sección estará a cargo de los Coordinadores Campesinos, y podrá tratar diversos aspectos que interesen a la comunidad, siguiendo las pautas ya indicadas. La otra sección, a cargo del Jefe de Redacción, presentará una crónica, una entrevista, o alguna noticia que envuelva a los campesinos, sobre algún problema, o realización que se considere de importancia en cualquier parte del área de trabajo de la Agencia o la Oficina. En este caso, podrá colaborar con el Jefe de Redacción, cualquiera de los funcionarios de la Agencia u Oficina, en la obtención de la información.-

Cuarta Página : Se hará a dos columnas y tendrá dos secciones: Una de noticias sobre los diversos trabajos que los funcionarios de la Agencia u Oficina adelantan en las distintas veredas; la otra, serán también noticias sobre eventos, realizaciones, inquietudes de los campesinos, pero no relacionadas con los programas del ICA, y serán suministrados por los Coordinadores Campesinos, a través de los funcionarios .-

Quinta Página: Se hará a dos columnas. Su contenido variará entre el material suministrado por los Colaboradores Especiales, y aspectos de mejoramiento del Hogar, Salud, Organización de la comunidad y similares.-

Sexta y Séptima Páginas : Se harán a dos columnas y contendrán la sección Agropecuaria. Aunque variada, según los temas, esta sección como se dijo antes, no será para reemplazar las publicaciones del ICA o de otras entidades. Sinembargo, contendrá información técnica, pero su tratamiento variará en el sentido de que ella irá incluida como parte de una narración sobre cómo, un determinado agricultor o ganadero logra algo aplicando las recomendaciones técnicas.- Su tratamiento podrá ser en forma de crónica, entrevista, o en algunos casos, el testimonio escrito de un campesino.-

Básicamente, el contenido tiene que ver con las recomendaciones técnicas que el ICA, a través de sus Investigadores y Agentes de Desarrollo, da a los campesinos sobre algún cultivo o explotación animal.-

También podrá contener información sobre como alguien fracasó, en el desarrollo de su empresa, por no seguir las recomendaciones de los técnicos del ICA, pero siempre y cuando, esto cumpla dos condiciones:

a) Que ese alguien haya expresado su autorización para publicar la información e, idealmente, que esté decidido a corregir la situación o enfrentar el problema siguiendo las recomendaciones de los funcionarios del ICA y,
b) Que se hagan los análisis, aclaraciones y explicaciones de por qué se fracasó.-

Esta sección podrá también contener informaciones de otras entidades vinculadas al sector: Por ejemplo: cómo obtener crédito en la Caja Agraria ; Requisitos para compra de productos por parte del Idema; requisitos para obtener licencias de explotación de bosques o de pesca; y similares. Esta información, lógicamente, deberá ser suministrada por los funcionarios adecuados de las distintas entidades. En algunos casos, especialmente en aquellos en que exista alguna coordinación con una de estas entidades, podrá incluir información sobre los resultados o actividades de coordinación, bien sea como noticias, o como entrevistas ó crónicas, con los funcionarios o con los campesinos beneficiados.-

Octava Página : Se hará a dos columnas; y contendrá dos secciones : Una sobre las actividades de la Juventud Rural. En este caso involucrará noticias, y otro tipo de información relacionada tanto a las actividades

promovidas u orientadas por funcionarios del ICA, como a otras de iniciativa propia de los jóvenes (Deportes, etc).-

La otra sección se referirá a las actividades de los Grupos de Amas de Casa, bien sea dirigidos por las Mejoradoras del ICA, por otras entidades o por las mismas amas de casa.-

Ambas secciones también podrán contener crónicas o entrevistas con jóvenes o amas de cas, cuando se quiera destacar alguna actividad.-

Novena Página: A dos columnas, se dedicará a CLASIFICADOS. Esta sección deberá manejarse con mucho cuidado. Su principal objetivo es servir a la comunidad rural, informandole donde puede conseguir ciertos productos, ofrecidos por los mismos campesinos. También, puede utilizarse para ofrecer otros, tales como las artesanías hechas por los grupos de amas -de casa; donde tiene puestos de compra el Idema, qué líneas de crédito tiene la Caja; donde obtener licencias para movilización de ganado; precios de sustentación de los productos agrícolas del Idema, etc. Igualmente, puede incluir solicitud de ciertos productos.-

Como se dijo antes, esta sección, que tiene como objeto anunciar la oferta y demanda de los campesinos, no podrá por ningún motivo, convertirse en anunciadora de productos comerciales o servicios de entidades diferentes a las entidades del estado.-

Décima Página: Esta será a página entera, y será dedicada a la CAMPAÑA DEL MES, estará orientada a la promoción de cierto tipo de actividades o

acciones por parte de los campesinos, como parte de campañas del Instituto a nivel local, regional o nacional. Por ejemplo: Uso de Semilla Certificada, Vacunación Antiaftosa, Uso de Análisis de Suelos, Precauciones al usar productos químicos, etc.

Como se dijo atrás, algunas campañas tendrán carácter regional o nacional, y la Dirección Regional de Comunicaciones determinará cuales de estas y cuando serán publicadas en el periódico. A nivel local, los funcionarios de la Agencia u Oficina, podrán determinar de común acuerdo con el Director cuales campañas deben adelantarse.- La Dirección Regional de Comunicaciones, asesorará a los distintos Jefes de Redacción en la redacción y tratamiento de los temas de Campaña - Para esto el Director de la Dependencia y el Director de Comunicaciones, se pondrán de acuerdo con suficiente anterioridad la publicación.-

Ilustraciones: Aunque en el momento, con las facilidades disponibles, no se pueden reproducir fotografías o dibujos complejos, las ilustraciones, hechas con estilete sobre el stencil, son parte muy importante del periódico. Ellas permiten agregarle variedad y hacen más agradable la presentación del periódico, son muy útiles para aclarar algunos conceptos, o informaciones, o para ilustrar algunos temas.-

Los funcionarios locales pueden enviar sugerencias, bosquejos u originales, de los que crean debe incluirse como ilustración de los diferentes temas. En otros casos la oficina de Arte del Centro de Comunicaciones se encargará de las ilustraciones. Por el período de seis meses antes mencionada , los dibujos serán hechos por el

Jefe de Arte, pero posteriormente, se tratará de capacitar funcionarios locales para que hagan estos trabajos sobre los stenciles.-

Observaciones : En especial en cuanto a las Oficinas de Sanidad Animal, en donde no se adelantan trabajos de mejoramiento familiar y juventudes rurales, se considera que, no obstante este hecho, las informaciones que sobre estos aspectos lleguen a los usuarios de estas oficinas pueden ser de gran utilidad para los mismos. Con este objeto, se buscará la colaboración de los Coordinadores Regionales de Mejoramiento Familiar y Organización de la Comunidad, de la División de Desarrollo Rural, para en conjunto con ellos seleccionar el material que se incluiría en las páginas quinta y octava. Este material podrá ser del enviado por las Agencias de Desarrollo o podrán ser colaboraciones especiales.-

Aunque a simple vista, se da la impresión de que la cantidad de material es excesivo, y de que el trabajo extra por parte de los funcionarios locales es grande, vale la pena recalcar que el objetivo fundamental de los PERIODICOS EN MIMEOGRAFO es el de apoyar, promover y facilitar las labores de campo adelantadas por los mismos funcionarios. Por esta razón, el efecto que estos periódicos causen en los usuarios, actuales y potenciales, depende principalmente del entusiasmo que los funcionarios locales pongan en la elaboración del material.-

Por otra parte, no obstante que hasta la fecha se había permitido la vinculación al periódico de empresas privadas, como en el caso de la empresa Glacial, en Mariquita, con esta nueva orientación

del periódico se cree que, por el momento, la vinculación de estas empresas no es conveniente. Por esta razón, se ha eliminado esta posibilidad.-

En cuanto a la responsabilidad de los funcionarios locales en el periódico, vale la pena aclarar de que aunque existirán un Director y un Jefe de Redacción , los demás funcionarios de una Agencia u Oficina son corresponsales del mismo; igualmente a nivel regional los directores Regionales compartem esa responsabilidad. De la colaboración entre todos depende el éxito de esta publicación.-

jmqz.-

B I B L I O G R A F I A

Wilbur Schramm, Medios Masivos y Desarrollo Nacional; El papel de la información en Países en Desarrollo. (Standford : Standford University Press, 1964), p. 246

E. Lloyd Somerlad, La prensa en Países en Desarrollo, (1966)

Robert T Lacrente, Periódicos Rurales en Mimeógrafo (Paris : Reportes y Trabajos en Comunicaciones Masivas - Unesco. No. 46,-1965)

Código : 06-5. 003 - 73
-Agosto 8 de 1973
Impresión : Centro de Comunicaciones Nataima
Tiraje : 100 Ejemplares

O