

# Unidad 7

---

- Análisis y construcción de la estructura informativa

## **ANÁLISIS Y CONSTRUCCIÓN DE LA ESTRUCTURA INFORMATIVA**

EN LOS CAPÍTULOS anteriores determinamos que el guionismo informativo es un extremo del espectro del género informativo, opuesto al periodismo audiovisual, cuyo ejercicio abarca, en sentido estricto, la redacción de guiones para documentales, audios y videos informativos. En un sentido mas amplio, el guionismo informativo incluye la redacción de guiones para cápsulas y reportajes.

La estructura de un guión informativo no sólo responde a un orden impuesto a los elementos básicos que integran la información. Independientemente del orden que se decida para cada elemento, la estructura depende también de las características propias del medio para el cual se escribe el guión y de las ideas que las personas involucradas en la producción del mensaje tengan sobre cómo informar al público.

Un método útil para el análisis y la construcción de estructuras informativas para medios audiovisuales consiste en esquematizar el contenido del guión de la misma manera como se esquematiza la estructura dramática. Los paradigmas que ayudan a construir la estructura de un guión informativo se denominan:

1. Línea de información
2. Línea de interés
3. Estructura de presentación

### **La línea de información**

El propósito de la línea de información es asegurar la inclusión y el orden más efectivo de los elementos que constituyen la información. Mediante la línea de información se establecen los límites de contenido del guión y se determina el punto de vista más adecuado para presentar la información, de acuerdo al propósito que se pretenda alcanzar con el mensaje.

El proceso para desarrollar la línea de información de un guión informativo implica los siguientes pasos:

1. Determinar el tema general y el propósito específico del producto audiovisual.
2. Determinar las características del público al cual va dirigido el mensaje.
3. Realizar una investigación sobre el tema.
4. Con base en la investigación, determinar el tema exacto y el punto de vista.

5. Enfocar el tema a una cuestión específica, con apoyos que sustenten la idea principal.
6. Determinar imágenes aurales y/o visuales que refuercen la idea principal.

### **Determinar el tema general y el propósito específico del producto audiovisual**

La determinación del tema general y del propósito específico de un guión informativo depende de la naturaleza del producto audiovisual para el cual se escribe el guión.

El tema general está determinado por la combinación de los elementos de la estructura informativa:

1. El evento de la realidad
2. Los participantes y testigos
3. El tiempo
4. El lugar
5. Las causas y circunstancias

La determinación del propósito específico es un paso simultáneo a la determinación del tema general del producto audiovisual. El propósito específico es el objetivo final de un producto audiovisual informativo. Se define como la acción que deseamos que ejerza el contenido de un producto audiovisual en el público o audiencia. Un producto audiovisual informativo puede tener los siguientes propósitos específicos para con el público o audiencia:

1. Informar
2. Persuadir
3. Crear conciencia
4. Motivar a una acción
5. Entretener

Los propósitos no son excluyentes entre sí, sino que generalmente se combinan de varias formas en todos los productos audiovisuales informativos.

La decisión de determinar el tema general y el propósito específico de un guión informativo depende de dos factores:

- a) El medio por el cual se va a presentar el producto audiovisual.
- b) El tipo de producto audiovisual para el cual se escribe el guión.

Cada medio posee características de uso distintas. La radio y la televisión son medios eminentemente públicos en cuanto a su uso, mientras que el cine es un medio

semipúblico y el video y el audio son medios privados.<sup>1</sup> En este sentido, los medios públicos tienen toda la libertad para informar y entretener, pero tienen limitantes legales para persuadir, crear conciencia o motivar a una acción. Los medios privados no tienen ninguna limitante para ninguno de estos propósitos.

Sin embargo, no hay que olvidar que las consideraciones anteriores dependen enormemente del tema a tratar. Hay temas cuya naturaleza necesita primordialmente de un enfoque netamente informativo, mientras que para otros, se puede establecer un propósito más allá de la presentación de información.

El tipo de producto audiovisual para el cual se escribe el guión es el segundo factor importante para determinar el tema general y el propósito específico de un guión informativo.

## **DETERMINAR EL TEMA GENERAL Y EL PROPÓSITO ESPECÍFICO PARA CÁPSULAS Y REPORTAJES**

En la redacción de guiones para cápsulas y reportajes, el guionista debe tomar en cuenta que ambos son productos de medios públicos (radio o televisión). Esta característica determina:

1. Que el tema general debe ser relevante para un público o audiencia heterogéneo.
2. Que el propósito específico debe ser, esencialmente, informativo.

La relevancia del tema la determina el sistema, con base en sus percepciones sobre los intereses del público o audiencia. Este hecho provoca que la decisión sobre el tema general del guión sea tomada por varios individuos pertenecientes al sistema, incluyendo al guionista. En la redacción de guiones para cápsulas y reportajes el guionista no puede trabajar de manera aislada.

La naturaleza de los medios públicos impide o dificulta la búsqueda de propósitos específicos más allá de informar. En este sentido, hay que recordar que la redacción de guiones para cápsulas y reportajes es una actividad intermedia entre el periodismo audiovisual y el guionismo informativo. La naturaleza periodística de estos productos es la que determina, en gran parte, los límites de sus propósitos específicos.

Al formar parte de un medio público, el guionista debe estar consciente de que la determinación de sus temas es una actividad en la que intervienen varias voluntades. Además, el guionista de cápsulas y reportajes debe ser también un periodista audiovisual.

En el periodismo audiovisual, la redacción y la producción van de la mano. Es una práctica generalizada que el reportero sea quien escribe el guión, haga las

---

<sup>1</sup> Esta clasificación de medios públicos y privados se hace tomando en cuenta las condiciones de uso de cada medio. Un programa de radio o televisión se transmite por un canal o frecuencia a todos los hogares que cuenten con un aparato receptor capaz de captar la señal transmitida. Una grabación en audio o en video se utiliza en un contexto privado, personal o grupal, pero no masivo (a menos que esa grabación se transmita por un medio público).

entrevistas, grabe la narración y supervise la edición del reportaje. En el caso de las cápsulas, lo más común es que el locutor, narrador o conductor sea el mismo guionista. En algunos casos, es el productor de la cápsula o del reportaje quien escribe el guión. En todo caso, es muy raro que el guionista se dedique exclusivamente a redactar el guión.

Finalmente, es importante recordar que las cápsulas y los reportajes pueden ser subproductos de formatos más complejos, como el noticiario o la revista, o bien, pueden ser productos independientes dentro de la programación diaria de la radio o la televisión. Esto determina el tiempo de duración del producto final, así como el grado de profundidad con el que se puede manejar la información.

## **DETERMINAR EL TEMA GENERAL Y EL PROPÓSITO ESPECÍFICO PARA DOCUMENTALES**

En la redacción de guiones para documentales, el guionista debe tomar en cuenta que estos pueden ser productos de un medio semipúblico (cine) o de un medio público (televisión)<sup>2</sup>. Esta característica determina:

1. Que en el caso del cine, el tema general puede ser relevante para un público o audiencia homogéneo, con intereses comunes.
2. Que en el caso de la televisión, el tema general debe ser relevante para un público o audiencia heterogéneo.
3. Que en el caso del cine, el propósito específico puede ser de cualquier tipo.
4. Que en el caso de la televisión, el propósito específico debe ser, esencialmente, informativo.

El guionismo documental implica la necesaria ausencia de un alto grado de valor noticioso en sus contenidos. Esta característica aleja al guionismo documental del ejercicio periodístico. En este sentido, es una actividad menos limitada que el guionismo de cápsulas y reportajes.

Esta libertad del guionismo documental no es total. El sistema que produce el documental es quien determina la relevancia del tema. En este aspecto, el cine se diferencia considerablemente de la televisión. El cine es un medio que no tiene necesariamente que responder a un público heterogéneo. Por ello, los temas de interés para públicos particulares encuentran en el cine un medio más adecuado para su transformación en mensaje.

El documental televisivo tampoco responde totalmente a las limitantes de un público heterogéneo. Comparado con el reportaje, el documental para televisión no necesita satisfacer el requisito de ser accesible para todos. La especialización que está experimentando el medio televisivo es un punto a favor de lo anterior. En una era de la

---

<sup>2</sup> *El documental radiofónico es muy escaso en nuestros días. De cualquier manera, las observaciones sobre el documental televisivo se aplican en su totalidad al documental radiofónico.*

televisión especializada, el público de los nuevos canales es más homogéneo y ello permite el desarrollo de productos informativos con temas más específicos.

En el guionismo documental, la relación entre redacción y producción es menos estrecha que en el periodismo audiovisual, pero mayor que en el guionismo dramático. Es una práctica común que el director y/o el productor del documental sean quienes escriben el guión. La narración o conducción del documental puede correr a cargo de otra persona.

## **DETERMINAR EL TEMA GENERAL Y EL PROPÓSITO ESPECÍFICO PARA AUDIOS Y VIDEOS INFORMATIVOS**

En la redacción de guiones para audios y videos informativos, el guionista debe tomar en cuenta que estos son productos de medios privados (audio o video). Esta característica determina:

1. Que el tema general debe ser relevante para un público o audiencia homogéneo.
2. Que el propósito específico puede ser de cualquier tipo.

El guionismo informativo para audio y video es el ejercicio más alejado del periodismo audiovisual. El valor noticioso de sus contenidos es escaso o inexistente. Sin embargo, en su práctica interviene un elemento sumamente importante: el cliente.

En general, la producción de audios y videos informativos es resultado de la necesidad que tiene una persona u organización por transmitir un mensaje particular a un público homogéneo, a través de un medio audiovisual. El cliente -la persona u organización que solicita la producción- es el principal elemento a tomar en cuenta para determinar el tema general y el propósito específico del guión.

Lo anterior no excluye la existencia de guiones para audios o videos informativos producidos independientemente de la existencia de un cliente externo. Pero aún en estos casos existe un cliente: el guionista mismo.

### **Determinar las características del público al cual va dirigido el mensaje**

En el desarrollo de la línea de información de un guión, este paso con frecuencia puede pasar inadvertido para el guionista. El principiante muchas veces no toma en cuenta la importancia de definir a la audiencia, mientras que el guionista experimentado puede olvidarse de que lo más importante de su mensaje no está en la manera de producirlo, sino en la manera en que es recibido.

En esta etapa, el guionista debe responder a tres preguntas:

1. ¿A qué público va dirigido el mensaje?
2. ¿Cuánto sabe el público sobre el tema?
3. ¿Qué se espera que haga el público después de recibir el mensaje?

La respuesta a la primera de estas preguntas es vital para el éxito o fracaso del producto audiovisual informativo. En los medios públicos, la definición de la audiencia puede ser más difícil de lograr por el carácter masivo de estos medios. Sin embargo, existen indicadores que pueden facilitar la definición de la audiencia: horario de transmisión, cobertura del canal o de la estación, encuestas, llamadas telefónicas, etcétera. En general, para responder a esta pregunta el guionista debe considerar:

- a) La diversidad del público al cual va dirigido el mensaje.
- b) El tipo de lenguaje que maneja ese público.
- c) Las necesidades de información del público.
- d) El interés del público por el tema.

La segunda pregunta es más difícil de responder. Determinar cuánto sabe el público sobre el tema puede ser más fácil en los medios privados. Un video de capacitación para instructores de ejercicios aeróbicos, por ejemplo, parte del hecho de que el público posee un nivel mínimo de conocimientos sobre este tema. En cambio, un reportaje televisivo sobre estos ejercicios debe plantearse desde la perspectiva de que por lo menos una persona de la audiencia no sabe nada acerca del tema. Entre más específico sea el público al cual va dirigido el mensaje, más específica deberá ser la información que se maneje en el guión y viceversa.

En un guión informativo es imposible decirlo todo sobre algún tema. En este sentido, el guión es un trabajo de selección de la información más relevante, de acuerdo a un criterio establecido previamente a su redacción. Saber el nivel de conocimiento que posee el público con respecto a un tema ayuda al guionista a realizar con facilidad este proceso, a evitar repeticiones innecesarias y a enriquecer el contenido informativo del guión.

Finalmente, lo que esperamos que haga el público después de recibir el mensaje depende completamente del propósito específico establecido para el producto audiovisual. En este sentido, lo que podemos esperar del público es que se informe, se convenza, cree conciencia, realice una acción, se entretenga, o bien, que realice una combinación de varios propósitos.

### **Realizar una investigación sobre el tema**

La investigación acerca del tema debe hacerse una vez que se han determinado el propósito, el tema y el público. Esta investigación debe ser lo suficientemente profunda como para tener un panorama completo; sin embargo, no debe ser tan amplia como para perderse en la información.

Existen varios caminos a seguir para establecer los límites sobre los cuales se basará la línea de información:

1. Buscar información en fuentes escritas o grabadas.

Las fuentes escritas o grabadas como libros, periódicos, documentos, folletos, boletines, notas de prensa, grabaciones en audio o video, redes y bancos

electrónicos de datos, entre otras, permiten al guionista acercarse a cualquier tema con conocimiento de causa. La búsqueda documental sirve para delimitar cuantitativamente la información.

2. Buscar la asesoría de un experto en el tema.

Una de las maneras de determinar con mayor exactitud qué información es primordial y qué datos son accesorios, es contar con la asesoría de un experto en el tema. Además de poder entrevistarlos para obtener datos, su asesoría orientará la investigación hacia la determinación de un punto de vista.

3. Realizar entrevistas con personas relacionadas con el tema.

La experiencia directa es una de las mejores fuentes de información y es un elemento importante para acercarse al público con el tema. Nunca será lo mismo presentar los datos fríos y técnicos sobre un tema como el SIDA, que presentar la información directa, no sólo de los médicos y psicólogos que puedan orientar a la audiencia, sino de personas que puedan hablar desde su propia experiencia, estén o no directamente relacionados con la enfermedad. En el documental *Hilos comunes* (*Common threads: stories from the quilt*, 1989) -que trata el tema del SIDA en los Estados Unidos las fuentes principales de información son los familiares y amigos de algunas víctimas de esta enfermedad. Al mismo tiempo que presenta una visión cercana al tema, el documental proporciona información sobre los diferentes grupos de riesgo, los avances en la investigación para encontrar una cura e incluso, denuncia al gobierno norteamericano en su aparente desinterés por dedicar fondos para la investigación.<sup>3</sup> La línea de información de este documental está estructurada principalmente con base en entrevistas.

4. Realizar investigación de campo.

El visitar los lugares de donde proviene la información, para sensibilizarse con el ambiente en torno al tema, proporciona datos adicionales para establecer la línea de información. Este tipo de investigación es sumamente importante en trabajos informativos para cine, televisión o video.

5. La experiencia del guionista con el tema.

La información importante puede provenir de datos tomados desde la propia experiencia del guionista. Si éste es testigo presencial de los eventos, su visión debe ser considerada como una fuente de primer orden. Las entrevistas que realice en el lugar del evento se consideran como fuentes de este tipo.

Es importante establecer de antemano un sistema para clasificar, discriminar y documentar la información que se va obteniendo. Descartar lo que se considera repetido, redactar papeletas con la información más importante, sintetizar pequeños bloques de información y llevar un diario de campo que permita documentar nuestras

---

<sup>3</sup> A estas conclusiones llega el documental, desde el punto de vista de sus autores Robert Epstein y Jeffrey Friedman.

propias observaciones, son actividades que proporcionan un marco de referencia adecuado para establecer la línea de información.

### **Determinar el tema exacto y el punto de vista**

Una vez llevada a cabo la investigación, el guionista debe determinar con exactitud cuál es el tema y qué punto de vista va a manejar en el guión. La determinación del tema exacto y del punto de vista es un paso importante en el desarrollo de la estructura informativa más adecuada para el producto audiovisual.

El punto de vista es la postura o perspectiva que el guionista asume con respecto al tema. El punto de vista no sólo determina la selección de la información, sino también el propósito final del mensaje. El hecho de determinar que se desea la mayor objetividad posible implica necesariamente un punto de vista asumido, así como un camino a seguir en la búsqueda, selección y redacción de la información.

La investigación sobre el tema general es lo que ayuda a definir el tema exacto y el punto de vista. Un tema puede tener una diversidad muy amplia de ángulos, pero la investigación encamina al guionista a determinar con exactitud cuál o cuáles de estos ángulos conformarán el tema del guión que escribe. Asimismo, existen infinidad de puntos de vista que es posible tomar en la redacción del guión. Sin embargo, el propósito específico, determinado al principio de la línea de información, es el principal factor para determinar el punto de vista.

Para determinar los límites del tema y el punto de vista es necesario volver a determinar:

1. El tema general.
2. El propósito específico del producto audiovisual para el cual se escribe el guión.

Pero ahora desde la nueva perspectiva otorgada por la investigación.

Es recomendable elaborar una lista que contenga todos los temas específicos y puntos de vista posibles, así como tomar en cuenta la naturaleza pública, semipública o privada del medio para el cual se escribe el guión. Esta lista servirá como guía para llegar a establecer el tema exacto y el punto de vista más adecuado. Durante la investigación se descubren ángulos del tema que pueden determinar el punto de vista en torno al cual girará la redacción del guión.

### **Enfocar el tema a una cuestión específica, con apoyos que sustenten la idea principal**

Es sumamente importante no divagar en temas periféricos sin llegar a un punto concreto. Los mejores guiones informativos se centran en un tema específico. Los temas secundarios se definen en torno al tema central.

Los elementos de la estructura informativa revisados en el Capítulo 7 dan una idea de cómo puede establecerse un enfoque específico. Es posible enfocarse, por

ejemplo, a los participantes y testigos relacionados con el tema, dejando como subtemas el lugar, el tiempo y el resto de los elementos de la estructura informativa.

### **Determinar imágenes aurales y/o visuales que refuercen los apoyos a la idea principal**

Al escribir un guión informativo para cine, televisión o video, es importante recordar que todo lo que se diga debe ser mostrado visualmente. En muchos casos, es válido dejar que las imágenes hablen por sí solas. La clave en estos medios es no decirlo, si el público lo está viendo. Si algún punto del guión no es adecuadamente visualizado durante la producción, esto se reflejará en el producto final y en la atención del público al filme, programa o video. Normalmente, cuando el audio no coincide con las imágenes, el interés del público se pierde.

En el caso de los guiones informativos de radio o de audio, es recomendable pensar que la audiencia cree sus propias imágenes mentales a partir de lo que escucha. Así como en los otros medios la clave está en no decirlo, si el público lo está viendo, en la radio la clave es no decirlo, si la audiencia puede escuchar e imaginar. Los sonidos y la música pueden ser excelentes alternativas si deseamos transmitir información sin recargar el mensaje con palabras. De esta manera el público crea imágenes aurales que complementan la información proporcionada a través de las palabras.

No todos los temas son igualmente fáciles de visualizar en un guión informativo. Las siguientes características propias de algunos temas dificultan la visualización y la construcción de una adecuada estructura informativa:

#### 1. Estaticidad

Hay temas estáticos que presentan dificultades para su visualización. Si el tema de un producto audiovisual informativo es la pintura, es preferible mostrar el proceso de pintar, que utilizar únicamente imágenes o explicaciones sobre lienzos para ilustrar la producción.

#### 2. Complejidad

Cuando el tema es complejo, es preferible dar un panorama general sobre el mismo, o realizar varias producciones sobre distintos aspectos del tema, en vez de pretender hacer una producción larga y profunda sobre el tema.

#### 3. Simultaneidad

Algunos temas presentan aspectos que suceden simultáneamente. Por ejemplo, el proceso de manufactura de un producto puede presentar diversas etapas que suceden al mismo tiempo. En estos casos, es importante planear la adecuada visualización de los aspectos simultáneos del tema. En caso contrario, el tema puede llegar a ser incomprensible.

#### 4. Duración

Hay temas que requieren más tiempo que otros para explicarlos. Es importante recordar que una característica importante de todo trabajo audiovisual es la duración limitada de su producción. El público se cansa fácilmente cuando un producto audiovisual informativo dura más de lo que comúnmente está acostumbrado. Se recomienda que cualquier producción de tipo informativo no exceda de una hora de duración.

## 5. Abstracción

Un tema abstracto provoca dolores de cabeza para los realizadores de productos audiovisuales informativos. Una característica esencial de estos medios es su capacidad de mostrar o sugerir imágenes. Si el tema no se puede visualizar, directa o indirectamente, no es un tema para ser tratado por los medios audiovisuales.

### ESQUEMA

#### La línea de información



## EJEMPLO

### Desarrollo de la línea de información de un guión informativo

El siguiente ejemplo muestra el desarrollo de la línea de información del guión de un video de inducción<sup>4</sup> producido para el club recreativo de una empresa de la ciudad de Monterrey:

#### VIDEO DE INDUCCIÓN PARA UN CLUB RECREATIVO

1. Determinar el propósito específico del producto audiovisual para el cual se escribe el guión.

El director general de la empresa solicita al departamento de relaciones públicas la producción de un video para presentar el club recreativo a los nuevos empleados de la empresa. El propósito específico del video es informar.

2. Determinar el tema general y qué se quiere decir acerca de él.

El gerente del departamento de relaciones públicas hace contacto con un guionista especializado en videos de capacitación e inducción empresarial para iniciar el proceso de producción del video. Ambos determinan que el tema general del video es el club recreativo de la empresa y lo que se quiere decir acerca de él son sus atractivos y ventajas para los empleados.

3. Determinar las características del público al cual va dirigido el mensaje.

El tipo de público son los empleados de nuevo ingreso a la empresa. El conocimiento que tienen sobre el tema es, en general, escaso o nulo. Las expectativas que se tienen hacia el público, en primera instancia, es que se informen sobre el club.

4. Realizar una investigación sobre el tema.

El guionista solicita al departamento de relaciones públicas de la empresa toda la información disponible por escrito sobre el club recreativo. Solicita los nombres de las personas más relacionadas con el tema y la manera de localizarlas. La investigación se desarrolla en las siguientes etapas:

- a) Recopilación de la información escrita en folletos, boletines y revistas de la empresa.
- b) Entrevista al asesor del guión (el director del departamento de relaciones públicas) para determinar el objetivo principal del video y determinar la idea que la organización tiene sobre el club. En esta etapa el guionista determina que el propósito específico es combinado: informar a los nuevos empleados sobre el club, pero también motivarlos a hacer uso de sus instalaciones.

---

<sup>4</sup> Un video de inducción es un producto audiovisual realizado con técnicas de video, cuyo objetivo final es presentar a una organización ante un público que por primera vez entra en contacto con ella.

- c) Grabación en audio de varias entrevistas con empleados de la empresa que han hecho uso de las instalaciones del club. La pregunta principal es: “¿Qué es lo que más te gusta del club?”
  - d) Grabación en video de las instalaciones, con la guía del asesor para seleccionar los lugares que se destacarán en el video.
  - e) Revisión de videos anteriores para encontrar más información.
5. Con base en la investigación, determinar el tema exacto y el punto de vista.

Después de clasificar, descartar y sintetizar la información, se determina el tema exacto: “El club recreativo es un lugar especial para que los empleados realicen una serie de actividades que van más allá de su trabajo”. El punto de vista es motivacional, es decir: se pretende invitar al nuevo empleado a que acuda al club en donde encontrará una serie de facilidades para él y su familia.

6. Enfocar el tema a una cuestión específica, con apoyos que sustenten la idea principal.

Se decide enfocar la información de manera que motive a los nuevos empleados a que imaginen un lugar privilegiado para él y su familia. Se decide organizar por bloques las secciones o departamentos principales del club (instalaciones deportivas, instalaciones recreativas y cursos). Estas secciones o departamentos conformarán los títulos de cada bloque. Para pasar de un tema a otro se sigue la idea avalada por el punto de vista seleccionado: motivar a los empleados a que Imaginen un lugar donde...”

7. Determinar imágenes aurales y/o visuales que refuercen los apoyos a la idea principal.

El guionista toma la decisión de ser redundante con la información; es decir, repetir verbalmente la información, a pesar de que las imágenes son lo bastante atractivas para lograr el propósito del video. Se determina que habrá diferentes estímulos para cada sección. El efecto que provoca la redundancia está en función del poco tiempo que se tiene para presentar mucha información y lograr que el video realmente esté completo.

## **La línea de interés**

El propósito de la línea de interés es capturar y mantener la atención del público. Es de suma importancia que una información interesante esté presentada de manera igualmente interesante.

¿Qué tan necesario es crear una línea de interés? Realmente no hay una regla que diga que todo trabajo de tipo informativo deba necesariamente ir acompañado de una historia de ficción para lograr su propósito principal. Sin embargo, es necesario tomar en cuenta que la atención del público hacia un tema presentado en medios audiovisuales radica principalmente en la forma en que se le presenta la información.

Una forma atractiva funciona como la envoltura de un regalo o el paquete de un producto. No es en sí misma el producto, pero llama la atención. Dos objetivos importantes que debe cumplir todo guión informativo son capturar y mantener la atención del público. Al crear una línea de interés, el guionista desarrolla un sentimiento de empatía en el público o audiencia. De esta manera, se garantiza una mayor atención hacia el mensaje.

Para elaborar una adecuada línea de interés es importante tomar en cuenta los siguientes puntos:

1. Desarrollar uno o varios personajes que empaticen con el público.
2. Enfrentar al personaje con el tema.
3. Llegar a una conclusión.

### **Desarrollar uno o varios personajes que empaticen con el público**

Dentro de la amplia gama de producciones informativas, las que mejores resultados obtienen para capturar la atención del público son aquellas que presentan a un personaje que guía al público en el descubrimiento del tema. El personaje puede ser un reportero, un conductor, una voz o un personaje creado ex-profeso para el producto audiovisual. El propósito de crear un personaje en este tipo de producciones es desarrollar la empatía entre el público y el mensaje.

El desarrollo del personaje depende del tema y de los recursos disponibles para la producción final del guión. Si existen los recursos, se puede contratar a una personalidad con alta credibilidad para el público o audiencia. Independientemente de los recursos, el personaje debe ser considerado como atractivo por el público.

Cuando los recursos son limitados, una simple voz agradable puede convertirse en el personaje del guión. El éxito en el desarrollo de personajes atractivos radica en la manera en que se dirigen al público. Un tono coloquial y el uso de la segunda persona (tú o usted dependiendo de la formalidad de la presentación) suele ser lo más efectivo.

### **Enfrentar al personaje con el tema**

Una vez creado el personaje, éste debe enfrentarse con el tema. Al ir descubriendo el tema junto con el personaje, el público se concentrará más en el texto y en las imágenes del producto audiovisual. El personaje debe experimentar conflicto, debe tener una meta que cumplir.

Sin llegar a la exageración, se recomienda que el personaje invite al público a descubrir cada sección o segmento del producto audiovisual informativo.

## **Llegar a una conclusión**

Al final del guión, la línea de interés y la línea de información deben llegar a una conclusión. Todo tema desarrollado en la línea de información debe concluir. Todo conflicto presentado en la línea de interés debe ser resuelto.

Es necesario aclarar que una línea de interés puede lograrse no sólo con un personaje sino con efectos visuales o auditivos. Una frase impactante que llame la atención del público, animaciones computacionales en tercera dimensión o un cierto tipo de música, pueden ayudar a establecer una adecuada línea de interés si son bien utilizadas.

## **EJEMPLO**

### **Desarrollo de la línea de interés de un guión informativo**

El siguiente ejemplo muestra el desarrollo de la línea de interés del guión de un video de inducción producido para el club recreativo de una empresa de la ciudad de Monterrey:

#### *VIDEO DE INDUCCIÓN PARA UN CLUB RECREATIVO*

1. Desarrollar uno o varios personajes que empaliquen con el público.

En primera instancia se pensó en la cantante Gloria Trevi como un personaje adecuado para desarrollar la línea de interés del video de inducción. Ella es una personalidad conocida por el público al cual estaría dirigido el mensaje, capaz de crear la empatía necesaria para despertar el interés hacia el video. Las limitaciones de recursos provocaron que la decisión final fuera utilizar dos voces agradables (una femenina y una masculina) como personajes del video de inducción.

2. Enfrentar al personaje con el tema.

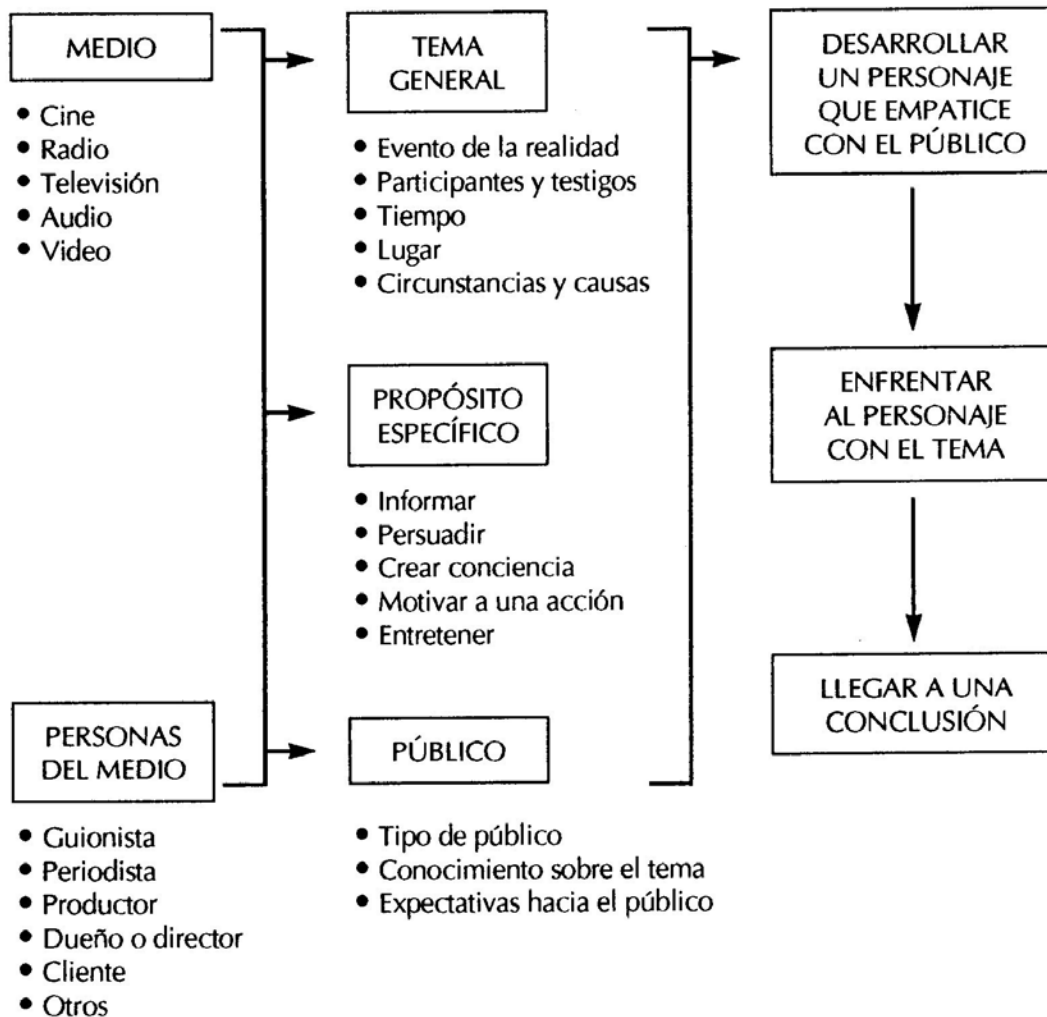
En un video informativo para una empresa, se limita el tipo de personajes que se pueden utilizar. En algunas ocasiones se opta por pedir testimonios, o bien invitar a ejecutivos de alto nivel de la empresa para que sean los conductores del video. En radio, cine o televisión, puede ser una mejor decisión invitar a personajes con impacto en grandes audiencias. En el caso de este video, se decidió que las voces fueran anónimas y que presentaran cada bloque o sección de manera alternada. La voz masculina se utilizó para hablar sobre las instalaciones deportivas y la voz femenina para las instalaciones recreativas y de descanso. De esta manera, la línea de interés fue adecuada por el guionista a las características particulares de las voces de los conductores.

3. Llegar a una conclusión.

En el último bloque de información se combinaron las dos voces, de manera que ambas llegaran a la conclusión sobre el tema.

## ESQUEMA

### La línea de interés



### La estructura de presentación

La estructura de presentación es el equivalente al paradigma de estructura dramática presentado en la sección anterior de este libro. Su propósito es asegurar que todo el material incorporado en las líneas de información y de interés llegue a la audiencia de la manera más efectiva. La estructura de presentación implica establecer el orden previo de cada uno de los elementos o bloques de información establecidos en la línea de información y en la línea de interés.

La manera más tradicional para estructurar el contenido de un guión es similar a la manera en que se estructura un drama: principio, desarrollo y final. En el caso del guión informativo este orden se establece como:

INTRODUCCIÓN --- DESARROLLO --- CONCLUSIÓN

Es decir: inicio, desarrollo y final o establecimiento, confrontación y resolución.

Esta división de la estructura informativa en tres etapas responde a un criterio de organización temporal de la información:

1. En la introducción, el mensaje se prepara para ser relatado a un público que puede desconocer completamente o conocer parcialmente la información. Por lo tanto, es necesario presentar los antecedentes del mensaje para unificar el conocimiento del público y crear interés hacia él.
2. En el desarrollo se presenta la información principal y las evidencias de apoyo.
3. En la conclusión se llega a un punto y se presenta una orientación para lograr que el mensaje tenga trascendencia.

El hecho de establecer claramente la estructura de presentación del guión ayuda a evitar cambios y errores posteriores. La estructura de presentación es una herramienta que permite visualizar el guión final y probar su coherencia interna, antes de redactar la versión final.

Si bien es cierto que desarrollar la estructura de presentación de un guión informativo es un proceso que requiere de un tiempo con el que a veces es difícil contar en el trabajo diario, esta herramienta es indispensable para el mejor desempeño del guionista informativo. La cuidadosa construcción de su estructura es lo que define a un buen guión informativo.

## **La introducción**

Al igual que en el género dramático, el objetivo de la introducción en un guión informativo es lograr atraer la atención del público, de tal manera que se interese en la información que se va a presentar. La construcción de la introducción del guión depende de la organización otorgada a los elementos de la estructura informativa:

1. El evento de la realidad.
2. Los participantes y testigos.
3. El tiempo.
4. El lugar.
5. Las causas y circunstancias.

Aunque el evento de la realidad es el elemento más importante de la estructura informativa, el resto de los elementos poseen una gran impacto en la percepción del público sobre la relevancia, objetividad y credibilidad del mensaje.

Los primeros segundos de la introducción deben enganchar al público con el tema. El inicio debe ser dinámico, impactante y sugestivo. La introducción debe involucrar emocionalmente al público.

En términos generales, la introducción de un guión informativo debe cumplir con cinco funciones:

**LOC2** Un futuro que toma en cuenta que la clave del éxito del Grupo... es su gente: hombres y mujeres comprometidos con la calidad y con el cambio constante hacia la mejora y que requieren de espacios y oportunidades de crecimiento personal.

**LOC1** Contribuir al desarrollo integral de los trabajadores y sus familias es parte de la misión que le da razón de ser al Club ...

**LOC2** Entendiendo por desarrollo integral la búsqueda del equilibrio y la armonía entre todas las manifestaciones que perfilan al ser humano.

**LOC1** La armonía física...

**LOC2** emocional...

**LOC1** intelectual...

**LOC2** social..

**LOC1** ...y espiritual.

## **El desarrollo**

El objetivo del desarrollo o cuerpo de un guión informativo es mostrar el tema. El manejo de una idea principal y varias ideas de apoyo es básico para la construcción de un cuerpo sólido que vaya a un punto específico. En el desarrollo del guión se debe tener siempre en mente la idea principal. Todas las ideas secundarias deben girar a su alrededor. La idea principal y las secundarias debe ser visualizadas por el público.

## **LA ESTRUCTURA POR SECUENCIAS**

Esta parte de la estructura de presentación implica el desarrollo de secuencias o bloques de información. En el guión dramático, una secuencia es una unidad de acción que tiene un principio, un desarrollo y un final. En el guión informativo, una secuencia es una unidad de acción y/o de concepto, idea o tema, que tiene un principio, un desarrollo y un final.

Además de mantener una unidad de acción y/o de concepto, cada secuencia debe estar relacionada con la anterior y con la siguiente, de manera que el desarrollo total del guión esté formado por secuencias entrelazadas.

Los elementos importantes para identificar una secuencia son:

1. El tema o subtema que trata.
2. Lo que se ve (las imágenes).
3. Lo que se escucha (los sonidos, la música, el diálogo y/o la narración).

En el desarrollo de un guión informativo se pueden encontrar dos tipos de secuencias:

1. Secuencias de continuidad.
2. Secuencias de compilación.

Lo más recomendable es desarrollar una estructura que combine ambos tipos de secuencias. De esta manera, el guión se verá beneficiado con la variedad de estilos que posee cada tipo de secuencia.

## **LAS SECUENCIAS DE CONTINUIDAD**

Las secuencias de continuidad presentan una unidad de acción continua, que tiene un principio, un desarrollo y un final. Visualmente, las imágenes narran el desarrollo de una acción que puede identificarse con un nombre: la secuencia de la boda o la secuencia de la manifestación, por ejemplo.

Las secuencias de continuidad sirven para profundizar en un aspecto específico del tema. Son ejemplos de secuencias de continuidad:

- a) Las apariciones del reportero o conductor ante la cámara.
- b) Las entrevistas.
- c) Las apariciones del personaje desarrollado ex-profeso para el guión.
- d) Las reconstrucciones o dramatizaciones que refuercen una idea de apoyo al tema principal.

## **LAS SECUENCIAS DE COMPILACIÓN**

Las secuencias de compilación presentan una serie de imágenes agrupadas que comparten una unidad conceptual, ideológica o temática. No presentan acción, sino una serie de ideas agrupadas bajo un tema específico. Por lo general, son el tipo de secuencias que presentan una gran variedad de imágenes unidas por una narración que las relaciona y las explica.

Las secuencias de compilación sirven para avanzar rápidamente en el desarrollo del guión, pues agrupan mucha cantidad de información en poco tiempo. No son útiles para profundizar en un punto específico.

### **EJEMPLO**

#### **El desarrollo de un guión informativo**

Para el guión del video de inducción para un club recreativo presentado en los ejemplos anteriores, se determinaron ocho bloques o secuencias de información. Cada secuencia presenta un aspecto distinto del club recreativo. Todas las secuencias inician con la misma frase: "IMAGINA UN LUGAR DONDE..."

La línea de interés se estableció alternando la voz masculina con la voz femenina en la narración de cada bloque. Para la estructura de presentación, se

desarrollaron únicamente secuencias de compilación. Esta decisión se tomó con base en dos aspectos:

- a) La necesidad de presentar una gran cantidad de información en poco tiempo.
- b) La limitación de los recursos disponibles para elaborar secuencias de continuidad que requieren de más inversión de tiempo y dinero en su producción.

A continuación se presenta el texto de una de las secuencias:

### **EJEMPLO**

#### **BLOQUE (DESARROLLO)**

**EFFECTO MUSICAL CON TEXTO** Imagina, imagina, imagina... (Eco en tercer plano)

#### **MÚSICA ENTRA Y BAJA A FONDO**

**LOC1** Imagina un lugar en el que alguien, ahora...

**LOC2** Canta

**LOC1** Pinta

**LOC2** Baila

**LOC1** Actúa

**LOC2** Ese lugar es Club ...

**LOC1** Lugar donde es posible participar de las manifestaciones artísticas y culturales como creador o como espectador; aprendiendo o impartiendo conocimientos.

**LOC2** En Club ... los socios y sus familias disponen de las instalaciones adecuadas para desarrollar sus habilidades artísticas y para exponerlas.

#### **La conclusión**

Todo guión informativo debe concluir las ideas desarrolladas y debe puntualizar al final el tema principal. Además, la conclusión debe lograr que el espectador o la audiencia se lleve el mensaje en la mente. Una adecuada estructura de la conclusión asegurará el éxito de este propósito.

La conclusión debe ser clara. Para lograr esto, se deben evitar los finales abiertos, los temas inconclusos, las ideas vagas o inconexas. Todas las ideas presentadas deben concluir en un punto.

Al igual que la introducción, la salida debe de ser brillante. Es la última oportunidad que tenemos para aguijonear a la audiencia antes de que regrese a su vida diaria. Además de ofrecer una conclusión conceptual del desarrollo de nuestro tema, se debe dejar un mensaje que sintetice el tema y su propósito. La conclusión no debe dejar lugar a dudas.

### **EJEMPLO**

## **La conclusión de un guión informativo**

Para la conclusión del video de inducción para un club recreativo presentado en los ejemplos anteriores, se decidió desarrollar una secuencia de continuidad en la que un trabajador real sale de su turno, se reúne con sus amigos y su familia y se dirige al club. Esta secuencia es acompañada por un texto narrado que comenta las acciones presentadas por las imágenes. En la versión final del guión se agregó, en un segundo plano, el audio original de las conversaciones de las personas que aparecen en el video.

De esta manera, la conclusión puntualiza el objetivo principal del video: invitar a los trabajadores y sus familias a hacer uso de las instalaciones del club deportivo. El siguiente es el texto narrativo del borrador de la conclusión del video. Es importante hacer notar que en el borrador no es necesario describir las imágenes que visualizarán el texto:

### *EJEMPLO CONCLUSION*

#### **MUSICA ENTRA Y BAJA A FONDO**

**LOC1** Al final de cada jornada, el hombre encuentra que ha dejado un poco de sí mismo en lo hecho, y con ello ha ganado un poco de eternidad... ha colaborado para construir un mundo mejor...

**LOC2** Al final de cada jornada, el hombre se encuentra realizado y satisfecho... Ha dado lo mejor de sí mismo en beneficio de los demás...

**LOC1** Las jornadas en ... empezaron hace casi 50 años y al final de cada una de ellas encontramos que los hombres y mujeres que forman la gran familia ... han dejado lo mejor de sí mismos para la construcción de un futuro mejor y han encontrado en Club ... el estímulo para continuar adelante, buscando la mejora continua ...Y encontrando el orgullo de ser gente ...

#### **APARECE SOBRE FONDO NEGRO LA MISIÓN DEL CLUB**

#### **MÚSICA: HIMNO DEL CLUB EN FADE IN**