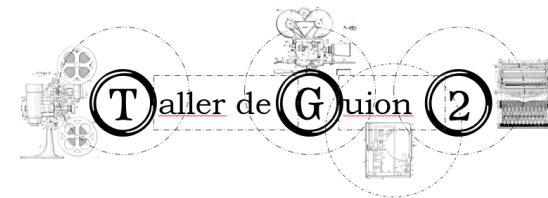




# REPORTAJE AUDIOVISUAL

---



# Reportaje Audiovisual

paradigmas que ayudan  
a construir la estructura  
de un guion informativo

1. Línea de **I**nformación
2. Línea de **I**nterés
3. Estructura de **P**resentación



# Reportaje Audiovisual



1. Línea de Información

2. Línea de Interés

3. Estructura de Presentación

1. **T**ema e intención comunicativa

2. **P**úblico objetivo.

3. **I**nvestigación periodística .

4. **E**xamen de datos .

5. **C**alificación de imágenes (aurales y visuales)



El tema general está determinado por :

1. El **S**uceso noticioso

2. Los **P**articipantes y testigos

3. El **T**iempo

4. El **L**ugar

5. Las **C**ausas y **C**ircunstancias

LA LÍNEA DE  
INFORMACIÓN



1. **T**ema e intención comunicativa

2. **P**úblico objetivo.

3. **I**nvestigación periodística .

4. **E**xamen de datos .

5. **C**alificación de imágenes (aurales y visuales)



El propósito específico es la acción que deseamos que ejerza el contenido de un producto audiovisual en el público o audiencia



1. **I**nformar
2. **P**ersuadir
3. **C**rear conciencia
4. **M**otivar a una acción
5. **E**ntretener

1. Tema e intención comunicativa

2. Público objetivo.

3. Investigación periodística .

4. Examen de datos .

5. Calificación de imágenes (aurales y visuales)



¿A qué público va dirigido el mensaje?

NSE - Localidad - sexo - edad - etc.

¿Cuánto sabe el público sobre el tema?

¿Qué se espera que haga el público después de recibir el mensaje?



Permiten considerar aspectos formales y de contenido para el producto audiovisual

El tipo de lenguaje que maneja ese público.

Las necesidades de información del público y su interés por el tema.

1. **T**ema e intención comunicativa

2. **P**úblico objetivo.

3. **I**nvestigación periodística.

4. **E**xamen de datos

5. **C**alificación de imágenes (aurales y visuales)



**R**ecopilar información documental en fuentes impresas, digitales, en audio o en video. Para delimitar cuantitativamente la información

**B**uscar la asesoría de expertos en el tema

**R**ealizar entrevistas con personas relacionadas con el tema

**D**esarrollar la investigación de campo



1. **T**ema e intención comunicativa

2. **P**úblico objetivo.

3. **I**nvestigación periodística

4. **E**xamen de datos

5. **C**alificación de imágenes (aurales y visuales)



**O**rdenar los elementos informativos

**C**lasificar la información obtenida temáticamente y secuenciarla

**I**nterpretar los datos obtenidos

**V**erificar que se cuenta con la información completa y que es comprensible

**C**omplementar datos o hechos

LA LÍNEA DE  
INFORMACIÓN





1. **T**ema e intención comunicativa

2. **P**úblico objetivo.

3. **I**nvestigación periodística

4. **E**xamen de datos

5. **C**alificación de imágenes (aurales y visuales)



Es conveniente prever las características de las imágenes a generar, desarrollar y/o localizar en función de ciertos conceptos

**E**staticidad: es preferible considerar imágenes en movimiento

**C**omplejidad: proporcionar panoramas generales en lugar de producciones muy elaboradas a con alta densidad

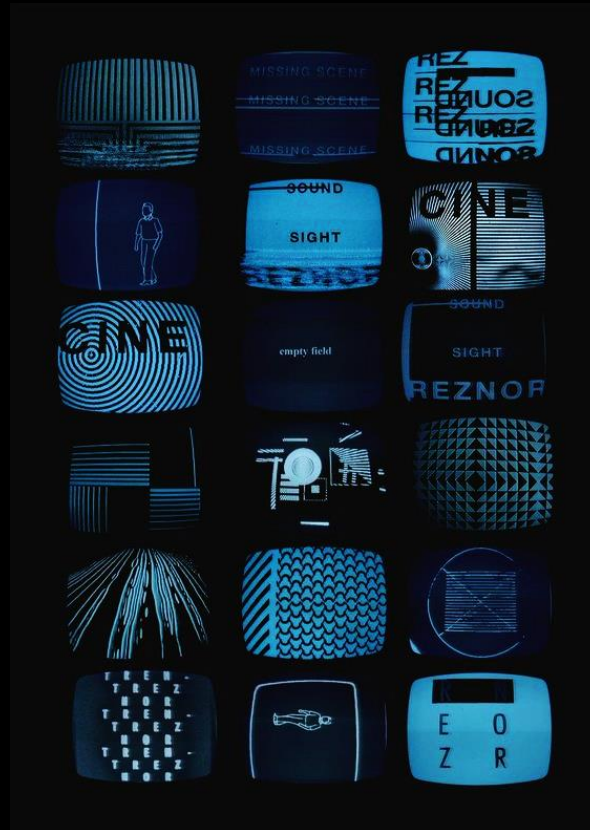
**S**imultaneidad: cuando se trata de eventos sincrónicos facilitar la comprensión mediante el equilibrio entre video y audio

**D**uración: considerar el tiempo disponible para el reportaje y el adecuado para exponer el tema sin cansar al público

**A**bstacción: garantizar que el tema puede ser expuesto claramente en términos audiovisuales



# Reportaje Audiovisual



1. Línea de **I**nformación
2. Línea de **I**nterés
3. Estructura de **P**resentación

1. **D**esarrollar uno o varios personajes que empaticen con el público

2. **E**nfrentar al personaje con el tema

3. **L**legar a una conclusión



**E**l personaje puede ser un reportero, un conductor, una voz o un personaje creado.

**S**u propósito es crear empatía entre el público y el mensaje, sirve como referente para la audiencia

**E**l desarrollo del personaje (características físicas y/o conductuales) depende del tema

LA LÍNEA DE INTERÉS

1. **D**esarrollar uno o varios personajes que empaticen con el público

2. **E**nfrentar al personaje con el tema

3. **L**legar a una conclusión



La audiencia descubre el tema junto con el personaje, así se genera un vínculo que facilita su concentración en el texto y en las imágenes del reportaje.

El personaje debe experimentar conflicto, debe tener una meta que cumplir.



LA LÍNEA DE INTERÉS

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

2. Enfrentar al personaje con el tema

3. Llegar a una conclusión



Todo tema desarrollado en la Línea de Interés y en la Línea de Información debe llegar a una conclusión.

Todo conflicto debe ser resuelto

LA LÍNEA DE INTERÉS



# Reportaje Audiovisual



1. Línea de **I**nformación
2. Línea de **I**nterés
3. Estructura de **P**resentación

1. **E**ntrada

2. **D**esarrollo

3. **R**emate



**Entrada noticiosa**, sintética o de panorama: ofrece un resumen del asunto, una visión panorámica del tema que se va a tratar

**Entrada descriptiva**: la que pinta el escenario donde se desarrolla el reportaje, o describe la atmósfera, el ambiente en torno al objeto del reportaje

**Entrada histórica narrativa** : la que empieza narrando los sucesos en un plan de secuencia temporal.

**Entrada contrastada** : presenta elementos de comparación o contraste.

**Entrada de juicio**: la que hace consideraciones críticas o presenta claramente juicios de valor y opiniones del reportero sobre el asunto a tratar, a manera de artículo



1. **E**ntrada
2. **D**esarrollo
3. **R**emate



### **Desarrollo por temas:**

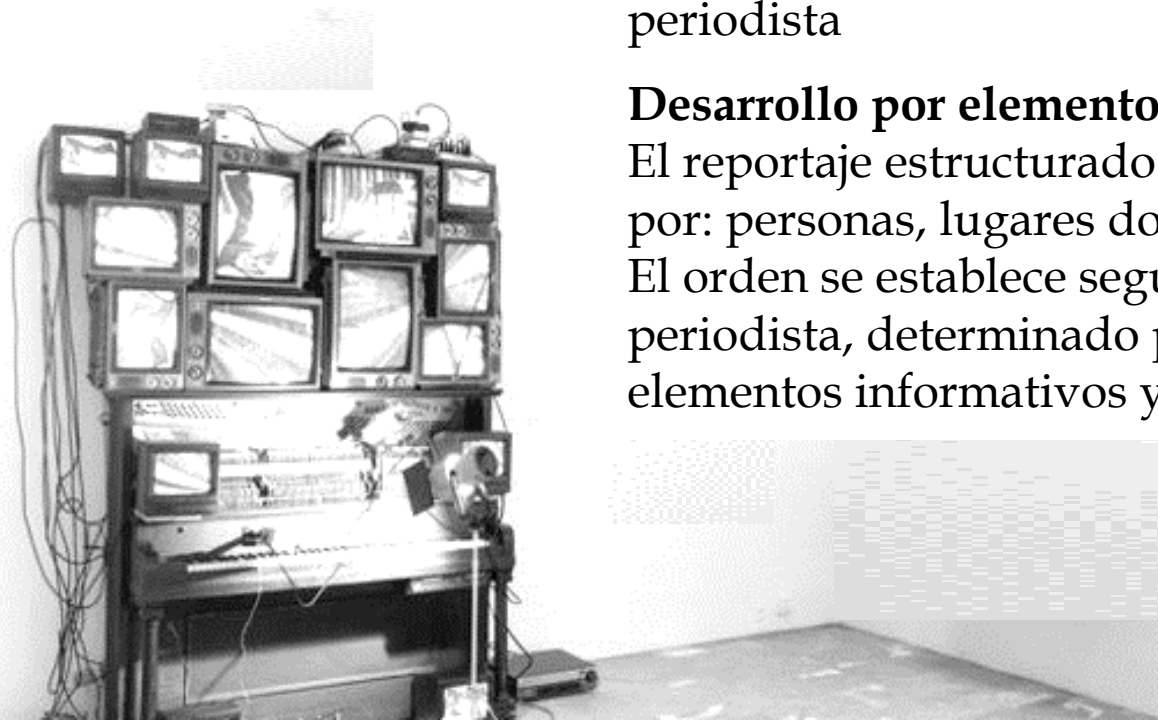
Cuando se cuenta con aspectos bien definidos y diversidad de ángulos de interés, resulta conveniente agrupar por temas los datos recogidos. Cada tema tendrá una especie de capítulo.

### **Desarrollo por fuentes de información:**

En reportajes complejos y amplios se puede recurrir a capitular de acuerdo con las fuentes a las que acudió el periodista

### **Desarrollo por elementos de investigación:**

El reportaje estructurado con este sistema se ordena por: personas, lugares documentos  
El orden se establece según convenga al interés del periodista, determinado por la jerarquización de los elementos informativos y el estilo





1. **E**ntrada

2. **D**esarrollo

3. **R**emate

**Remate de retorno:** se finaliza con el mismo elemento utilizado en la entrada

**Remate de sugerencia o llamamiento :** en el que se aconseja o sugiere a los lectores asumir una posición ante lo expuesto

**Remate rotundo.** Se concluye con una o más frases, las menos posibles, que de manera sintética o rotunda reflejen el sentido de todo el reportaje

**Remate de detalle:** concluye el reportaje con una anécdota o con una pequeña escena



## LINEA DE INFORMACIÓN

### MEDIO

Cine  
Televisión  
Digitales

### PERSONAS DEL MEDIO

Producción  
Dirección  
Jefatura de información  
Guionismo  
Reporteros

### TEMA GENERAL

Suceso  
Participantes y testigos  
Tiempo  
Lugar  
Circunstancias y causas

### PROPÓSITO

Informar  
Persuadir  
Crear conciencia  
Motivar una acción  
Entretener

### PÚBLICO

Publico objetivo  
Conocimiento sobre el tema  
Expectativas hacia el público

## LINEA DE INTERÉS

### PERSONAJE QUE GENERE EMPATÍA

### PRESENTAR AL PERSONAJE CON EL TEMA

### LLEGAR A UNA CONCLUSIÓN

## ESTRUCTURA DE PRESENTACIÓN

### ENTRADA

Noticiosa  
Descriptiva  
Narrativa  
Contrastada  
De juicio

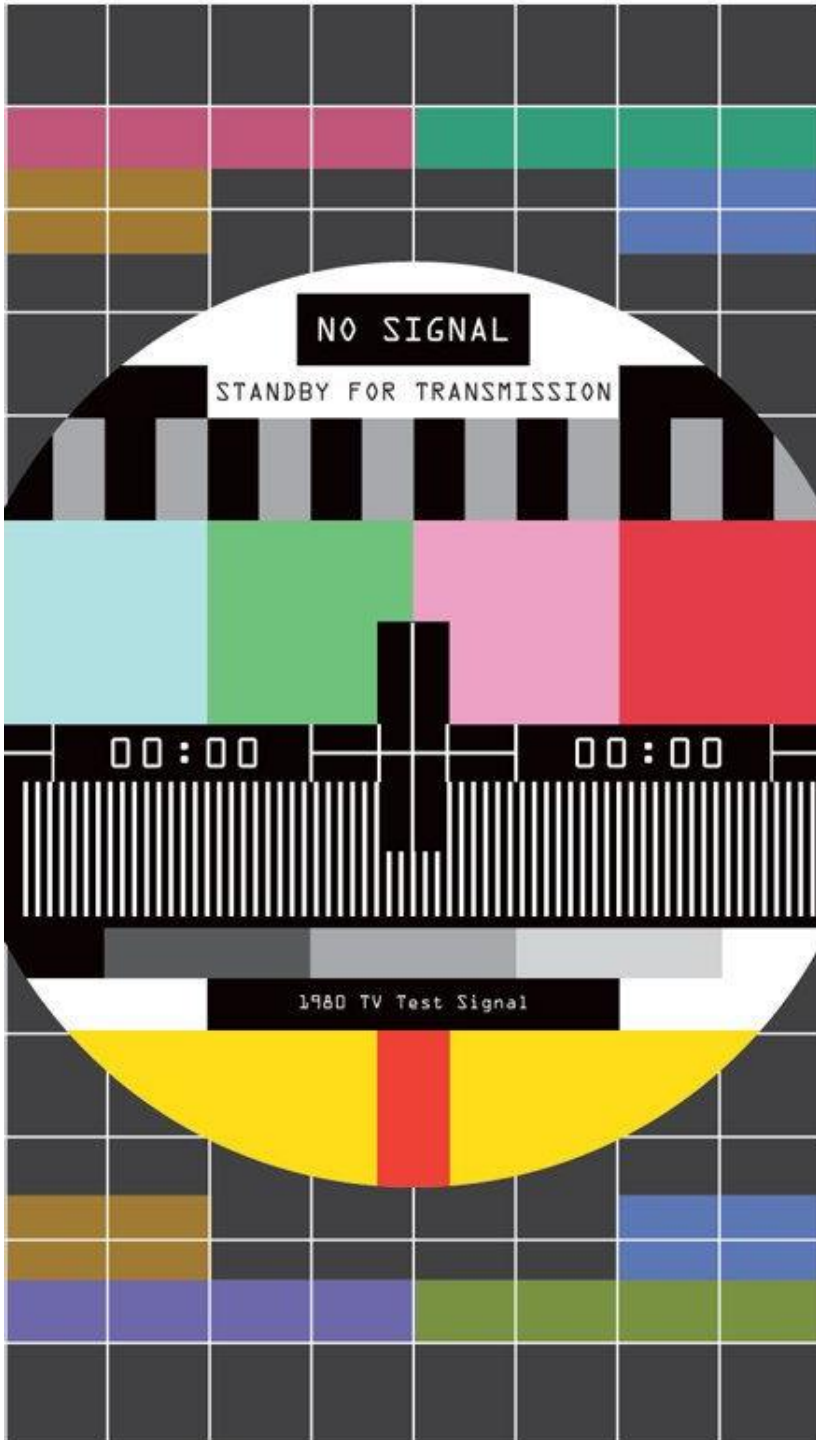
### DESARROLLO

Temas  
Fuentes  
Elementos

### REMATE

Retorno  
Sugerencia  
Rotundo  
Detalle





---

Maximiliano Maza Pérez y Cristina Cervantes de Collado,  
**Guion para medios audiovisuales. Cine, Radio y  
Televisión**, Pearson Education, 2013

Vicente Leñero y Carlos Marín, **Manual de Periodismo**  
Grijalbo, 1986

Carlos Marín, **Manual de Periodismo, edición  
actualizada**, Grijalbo, 2013



# REPORTAJE AUDIOVISUAL

---

