

Costa Rica

C. 1
347
MATERIALES DE ENSEÑANZA EN

COMUNICACIONES

Nº 3

Diciembre, 1959

REDACCION PERIODISTICA EN EXTENSION AGRICOLA

Carlos Cordero, Jefe
Departamento Información Agrícola
Ministerio Agricultura & Industrias
San José, Costa Rica

6 I5974r 1959

SERVICIO DE INTERCAMBIO CIENTIFICO
Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la O.E.A.
Turrialba, Costa Rica.



C. Rica 321.16 = 5174r 1959

REDACCION PERIODISTICA EN EXTENSION AGRICOLA

El presente es un resumen de las conferencias y el trabajo - de aula realizado como parte del Curso Básico de Información, ofrecido en el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la Organización de los Estados Americanos (OEA). El desarrollo estuvo a cargo de Carlos Cordero, Jefe del Departamento de Información Agrícola del Ministerio de Agricultura e In dustrias, San José, Costa Rica.



Esta publicación ha sido preparada de acuerdo con el contrato firmado entre el Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la Organización de los Estados Americanos (OEA), y el Instituto de Asuntos Interamericanos de la Administración de Cooperación Internacional (ICA) de los Estados Unidos.

Copias adicionales de ésta y otras publicaciones de Comunicaciones pueden solicitarse a la oficina del Punto Cuarto (USOM) o escribiendo a:

Coordinador de Servicios Regionales
Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas
Turrialba, Costa Rica

I. I. C. A. - C. I. R. A.
BIBLIOTECA

COMPRADO A _____
CONSEJO DE I. I. C. A.
FECHA Oct PRECIO _____

8-1965

IICA
30176
157
#223

PREFACIO

Esta serie de publicaciones consta principalmente de materiales producidos para uso en los cursos de adiestramiento en comunicaciones, ofrecidos por el Servicio de Intercambio Científico del Instituto Interamericano de Ciencias Agrícolas de la Organización de los Estados Americanos, con la cooperación de la Administración de Cooperación Internacional (ICA) de los Estados Unidos, el Programa Interamericano de Información Popular y otras organizaciones.

Los materiales incluidos en esta serie tienen el carácter de apuntes de clase más bien que el de textos completos sobre cada materia. Se ofrecen a las Misiones de Operaciones del Punto Cuarto, y a otros interesados, como materiales para cursos de adiestramiento en comunicaciones y como fuentes de referencia para personal de información.

H. Calvert Anderson
Jefe de
Información en Extensión

RECONOCIMIENTO Y CREDITO

El autor deja constancia expresa de reconocimiento para Luis Ramiro Beltrán, por su valiosa asistencia en la preparación del trabajo de aula y de este texto.

Igualmente advierte que los ejemplos:

- "Una Práctica que a Usted le Conviene Adoptar"
- "A Estos Jóvenes Agricultores no les Gustaba Ordeñar"
- "Permite Usted que la Lluvia Lave sus Tierras?"
- "Vida de Campo"

fueron tomados del trabajo en preparación

- "Manual de Prensa para Extensionistas", por Juan E. Díaz Bordenave, a quien le agradece su generosa cooperación.

- Primera parte -

LA PRENSA COMO MEDIO DE DIVULGACION

La prensa es un medio de comunicación con las masas que contribuye a lograr los objetivos de los servicios de divulgación; utilizada correctamente, representa un complemento efectivo de los otros medios educativos que disponen esos servicios.

En la prensa, los extensionistas tienen un valioso instrumento para diseminar y promover la adopción de ideas nuevas, y en general, para provocar cambios de actitudes en la gente.

El conocimiento de esta cualidad ha llevado a buen número de - Ministerios, Secretarías o Servicios, a establecer secciones especializadas de prensa, como parte de los departamentos de divgulgación; el Servicio de Extensión Agrícola de Costa Rica por ejemplo, edita en algunas de sus Agencias pequeños periódicos que circulan mensualmente, en áreas en las cuales es reducida la circulación de diarios y revistas.

VENTAJAS DE LA PRENSA

- A. Da información simultáneamente a gran número de personas.
- B. Alcanza a personas que de otro modo no podrían recibir información del tipo que al divulgador le interesa. Un agricultor, por ejemplo, recibe boletines y consejos del Agente Agrícola; no ocurre lo mismo con el personaje influyente de la ciudad que a no ser por la prensa, pocas posibilidades tiene de saber qué está haciendo el Ministerio, Secretaría o Servicio correspondiente.
- C. Es muy útil en casos de emergencia, como plagas, pestes, campañas, etc., ya que difunde la información rápidamente.
- D. Es uno de los medios de comunicación más baratos; generalmente los periódicos no cobran por publicar la información.

- E. Se lee cuando hay tiempo y a la velocidad que permite la habilidad del lector.
- F. Si el redactor es hábil, el material se prepara en poco tiempo.
- G. El periódico puede guardarse entero o en recortes.
- H. La regularidad del periódico permite la repetición del mensaje en fechas pre determinadas.

LIMITACIONES DE LA PRENSA

- A. No sirve a los analfabetas, quienes deben recurrir a segundas personas para adquirir información.
- B. Circula poco en las áreas rurales.
- C. Tiene duración efímera y su información tiende a olvidarse pronto, a menos que el asunto sea de gran interés para el lector.
- D. No permite la comunicación de doble vía, como ocurre con otros medios de comunicación. Es decir, no permite el intercambio que surge del contacto directo entre personas.
- E. Se requiere habilidad para preparar bien el material; esto significa que es necesario el adiestramiento en las técnicas de redacción periodística, para evitar que los periódicos rechacen los envíos, corten o desfiguren el contenido con perjuicio de su valor educativo.

RELACIONES CON LA PRENSA

Mantenga buenas relaciones con los editores de periódicos y con los redactores que visitan el Ministerio, Secretaría o Servicio donde usted trabaja. Si la prensa no llega a sus oficinas, entonces usted debe ir a la prensa.

Cultive la amistad con los periodistas y refuércela mediante algunas prácticas sencillas, como por ejemplo mostrar permanente disposición de ayuda, enviar materiales correctamente preparados, facilitar las entrevistas que ellos deseen con determinados funcionarios e

invitarlos para que participen en actividades de su oficina, especialmente de campo.

Visitas oportunas a los editores dan muy buenos resultados; - deben ser, en todo caso, visitas breves, informales; por lo general en las salas de redacción el tiempo es siempre corto.

Una regla terminante es no discutir con la prensa, ni aún cuando ésta publique críticas o ataques contra su Ministerio o Servicio. Si es necesario rectificar una información equivocada, con un poco de tacto usted puede aclarar los puntos, evitando herir o dañar el prestigio del periódico; recuerde que de lo que se trata es de aclarar una situación y no de exhibir los errores del periódico. Si se producen críticas, conviene dar explicaciones objetivas, presentando hechos y razones defensivas; si la crítica es justificada, reconozca el error honestamente y diga qué está haciéndose para corregirlo

No ofrezca trato preferencial a periódico alguno, porque puede provocar resentimientos. Pero si un periodista le pide a usted una determinada información, respete la iniciativa personal del redactor; no de a otros periodistas los datos que le fueron solicitados expresamente.

- Segunda parte -

UTILIZACION Y TIPOS DE MATERIAL DE PRENSA

Usted puede aprovechar la prensa para publicar "noticias", "artículos divulgativos" y "comentarios" o "columnas".

Noticias

Usted debe dar a la prensa "noticias" de lo que ocurre en su Ministerio o Servicio porque esa información da a conocer la importancia del trabajo que allí se desarrolla; la noticia alcanza a personas que "forman opinión" en todos los niveles y a funcionarios que emiten leyes y aprueban presupuestos.

El conocimiento de un organismo a través de la noticia le crea opinión favorable, lo que en determinado momento puede significar a poyo o fortalecimiento para sus programas de trabajo.

Por las informaciones de prensa, por ejemplo, conocemos algo de lo que es y hace la ONU, aún los que no tenemos nexos o relación alguna con actividades de tipo diplomático; igual sucede con el Instituto de Ciencias Agrícolas de Turrialba, entre los lectores americanos cuyas actividades no son agrícolas precisamente.

Es tan importante el efecto de las noticias relacionadas con entidades públicas, nacionales o internacionales, que organizaciones tan sólidamente establecidas, como la FAO, tienen oficinas regionales en todos los continentes dedicados exclusivamente a dar noticias; y para mayor cobertura, en las oficinas centrales en Roma se editan y distribuyen, mensualmente, boletines ilustrados escritos en varios idiomas y dirigidos prácticamente a todos los periódicos del mundo.

La noticia es una información sobre sucesos recién ocurridos, que están ocurriendo o que van a ocurrir; debe reunir las siguientes características:

Objetiva
Veraz
Breve
Simple
Oportuna
"Impersonal"

OBJETIVA - La noticia debe consignar los hechos y detalles que le dan origen, con exclusión absoluta de opiniones o de interpretaciones personales de quien la escribe.

El uso de adjetivos atenta directamente contra la objetividad de la noticia. Veamos un ejemplo:

- Treinta niños están al borde de la muerte a causa de una violenta epidemia de gastroenteritis que se declaró a principios de esta semana en el lejano cantón de San Juan, debido al imprudente consumo de agua contaminada.

En este trozo hay tres adjetivos que denotan igual número de opiniones personales del autor; violenta, lejano o imprudente. Es el autor, acaso, un científico que puede afirmar que la epidemia es violenta? ¿Y qué gana con decir que San Juan es un cantón lejano? - Puede ocurrir que, lo que para él es lejano, para otra persona no lo sea; y en último caso, con qué derecho afirma que los habitantes de San Juan son imprudentes?

Dele al lector los hechos y deje que él se forme su propia opinión de lo ocurrido.

VERAZ - Los datos de la noticia deben ser exactos, por respeto al periódico, al lector y a la institución que los proporciona; un dato falso está expuesto a una rectificación, y no hay razón para correr ese riesgo. ¿En qué queda el crédito de una organismo que da informaciones equivocadas? ¿Y en qué situación se coloca usted personalmente, ante el periódico que acoge su material, si los datos que proporciona son falsos?

Compruebe los datos de sus noticias para el periódico; un lector inducido a error por una afirmación equivocada se volverá contra la institución que le dió el informe, y esto le acarreará muy grave descrédito.

BREVE - Una noticia corta tiene dos ventajas a su favor: a) es más probable que el lector la lea completa y b) tiene más posibilidades de que el periódico la publique a tiempo. Un artículo muy largo asusta al lector desde antes de comenzar a leer, y tiene pocas probabilidades de que el periódico lo publique cuando usted lo desea, por razón de espacio. La brevedad se logra "yendo al grano" directamente, eliminando todo lo que es superfluo o innecesario.

SIMPLE - La noticia debe ser breve para ser leída y simple para ser entendida. La simplicidad debe ser doble: en la forma (las palabras)

y en el fondo (las ideas). Palabras de uso común ordenadas lógicamente (sujeto, verbo y complemento) contribuyen a expresar ideas simples; las palabras hacen la forma, las ideas el fondo.

Hay muchas palabras que atentan contra la claridad de las ideas; son las palabras técnicas (epizotia, zootecnia, ciclo, hidrológico, etc.); los nombres científicos (*Laphigma Frugiperda*, emesis, ascari-des, etc.). Es mejor no usar abreviaturas tales como cc., ha., mm., %, e igualmente tenga cuidado con los números y con las expresiones que no definen claramente cantidades o distancias (aproximadamente, mucho, poco, bastante, casi, cerca de, alrededor de, etc.).

Existen, además, otras palabras que difícilmente pueden sustituirse por términos conocidos y de uso común; son las palabras nuevas, derivadas de prácticas nuevas (dedetizar, inseminar, etc.). En estos casos debe explicarse, brevemente y ojalá con ejemplos, lo que tales palabras significan.

Ocurre a veces que, aún usando palabras conocidas, las ideas que se expresan son complicadas. Es el caso de la frase de Shakespeare "Ser o no ser: he ahí la cuestión", o aquella otra de Walt Whitman, hablando de uno de sus libros: "El que toca esto, no toca un libro: toca un hombre".

En las dos frases u oraciones, las palabras son simples; en la segunda, no sólo son simples sino que tienen significado muy concreto: "tocar", "libro", "hombre"; sin embargo, la idea que expresan está sujeta a interpretaciones, por que es de sentido figurado.

OPORTUNA - ¿Llevaría usted al periódico información de un suceso que ocurrió 8 o 15 días atrás? ¿O, por el contrario, daría una información relacionada con un suceso que va a ocurrir dentro de 30 días?

La noticia debe de ser "fresca", del momento si fuera posible.

"IMPERSONAL" - La noticia debe ser escrita en tercera persona. Formas tales como "nosotros informamos...", "ustedes están informados" personalizan la noticia sin razón alguna.

Las opiniones y las interpretaciones personales, así como la forma personal sólo caben en los "artículos divulgativos", y en las "columnas" o "comentarios", como veremos más adelante; en la "noticia" sólo deben incluirse cuando procedan de un entrevistado o con la advertencia previa de que se trata de opiniones o referencias tomadas por el redactor de la fuente informativa, o de otras fuentes adicionales. Por ejemplo:

- "Alrededor de doscientos niños corren grave riesgo de contraer gastroenteritis, si Salubridad no nos envía medicinas urgentemente" - informó ayer el médico oficial de San Juan, doctor Juan Pérez.-

- "Estamos seguros de que encontraremos apoyo oficial para evitar que la epidemia de gastroenteritis..... etc.", -afirmó ayer el doctor Juan Pérez.

Artículos de divulgación

El artículo divulgativo persigue un objetivo: educar, es decir, dar a conocer hechos, levantar y promover el interés de la gente en determinada dirección, y enseñar qué hacer y cómo hacer. "Vende" i deas, estimula a las personas, muestra ejemplos y puede ser dirigido hacia núcleos humanos definidos o hacia problemas específicos de la comunidad, de la región o del país, con el propósito de provocar cambios de actitudes.

Este tipo de artículo contribuye poderosamente a lograr los objetivos de las oficinas de divulgación y de los extensionistas en a gricultura, salubridad, educación, seguridad social, crédito agrícola etc.-.

El artículo típico de divulgación informa, promueve y enseña. Generalmente se combinan estas tres finalidades en un solo artículo; pero si se desea, cada una de ellas puede tratarse separadamente de las otras, en tres artículos diferentes.

Un artículo que trata de la adquisición de una vacuna para combatir una epidemia, sin entrar en otros detalles que no sean los de interés periodístico (cantidad, procedencia, organismo que hizo la compra, plazo de recibo etc.) es de intención informativa, similar en su tratamiento a la noticia.

Otro artículo sobre el mismo tema, pero destinado exclusivamente a lograr que los ganaderos se dispongan a vacunar su ganado, sería de promoción; este artículo pondría énfasis en la necesidad de controlar la epidemia en resguardo de la riqueza ganadera; establecería que la vacunación no causa trastornos posteriores y que es tolerante; mencionaría en términos elogiosos el esfuerzo de las autoridades veterinarias y apelaría a razones de conveniencia personal de los ganaderos ante el riesgo de sufrir pérdidas económicas.

Un tercer artículo indicando con detalle cómo debe aplicarse la vacuna y cuáles precauciones deben tomarse; es decir, instruyendo a los ganaderos sobre cómo hacer la vacunación, suponiendo que el público ya ha sido bien informado y motivado, sería de enseñanza.

En este caso hipotético presumimos que se dedica un artículo para cada una de las tres finalidades mencionadas; pero como ya se dijo, la corriente es que en un solo artículo se combinen la información, la promoción y el "qué hacer" y "cómo hacer".

Hay otros tipos de artículos que apelan a diferentes recursos, argumentos y tratamientos, y persiguen objetivos variados: enseñar, mostrar buenos ejemplos, despertar simpatía y buena voluntad hacia determinados hechos, prevenir sucesos desagradables, elogiar actitudes meritorias, etc.-.

Veamos algunos ejemplos de estos artículos, sin perjuicio de - que más adelante ahondemos un poco más en su estudio.

Cómo Limpiar Un Ojo

El ojo es muy delicado. Un cuerpo extraño puede entrar y causar daño.

Es necesario evitar estas molestias, sacando con cuidado el cuerpo extraño.

Para sacar un cuerpo extraño del ojo se debe tener mucho cuidado y mucha limpieza.

Si el cuerpo extraño está bajo el párpado superior, se tira de las pestañas, se hace mirar hacia abajo y se procura sacarlo con suavidad con la punta de un paño fino y limpio.

Si el cuerpo extraño está debajo del párpado inferior, se hace la misma operación mirando hacia arriba o bien se coloca el párpado superior entre el inferior y el ojo, procurando que aquel extraiga el cuerpo extraño con las pestañas. Uno mismo puede jalar el párpado superior sobre el inferior y quitar el cuerpo extraño.

Muchas veces da buen resultado el lavado con lavajos utilizando agua hervida con sal (una cucharadita de sal por un litro de agua).

Nunca debe sacarse el cuerpo extraño a la fuerza, puede rasgarse el ojo.

Nunca deben utilizarse objetos o prendas sucias que puedan producir una infección.

Este artículo enseña qué hacer y cómo hacer; está tratado en forma objetiva.

Vida Escolar

En una escuelita llamada "La Salvadora", del Municipio de Santa Catarina Pinula, se está realizando bajo la dirección de la Profesora María Ponce Martínez, una labor de educación efectiva. La escuelita es humilde pero arreglada. A falta de buenas paredes y suficiente espacio, la escuela tiene un hermoso patio.

Allí en la escuela se reúnen todos los niños del pueblo, porque sus padres van durante el día a trabajar a la ciudad. La escuela además de proteger a los niños de la desocupación, es un centro donde ellos aprenden las primeras letras. El ambiente escolar es muy bueno.

Hace pocos meses se inició el programa de leche UNICEF, y por la mañana los niños sentados alrededor de una mesa, reciben ese alimento. Un comité de alumnos se encarga de todo.

Por las tardes, después de una buena jornada de enseñanza dirigida por su maestra, los niños bailan y todos bien. Los niños de "La Salvadora" son felices.

Este artículo fue escrito para despertar simpatía y buena voluntad hacia el trabajo de una maestra y su escuela; está tratado en estilo narrativo.

Lo Que La Gente Está Haciendo

La gente está contruyendo escuelas.

En muchos lugares de Guatemala donde no puede llegarse sino en el lomo de una bestia, lo primero que se ve al asomar al pueblo, es el edificio de una escuela recién construída.

El primer empeño de las comunidades, ha sido levantar una construcción, donde los niños puedan aprender. El edificio está allí pero, ¿cómo ha sido posible acarrear madera, cal y cemento a través de la empinada vereda que llega al pueblo? ¿Cómo se ha organizado el esfuerzo de la gente? Acérquemonos más, al centro de la aldea y hablemos con Paulino, un campesino que ha participado en la construcción. Paulino no es ninguno de los hombres con quienes hemos hablado, pero los representa a todos. Paulino habla español. Veamos lo que dice: -¿Cómo han construído la escuela Paulino? -¿Qué como la hemos hecho mecho me dice? -Sí, hablemos de eso: "La escuela - la hemos hecho para nuestros hijos, ellos tenían que ir muy lejos a recibir sus clases y eso es peligroso, especialmente en el invierno cuando las veredas junto al barranco se ponen muy lisas por el agua y resbalarse puede costar la vida".

Pero la escuela no fue levantada por una o dos personas. -¿Cómo lograron organizar el esfuerzo de todos? -Pues verá usted, tuvimos que reunirnos y discutir en varias sesiones lo que podíamos hacer para construir la escuela. El resultado de todas esas sesiones, fue formar nuestros Comités. Después cada uno hizo lo que pudo para cumplir con el trabajo. Hubo algunos que dieron el trabajo de sus manos y otros pusieron dinero o material. El Comité que se encargó de hacer gestiones logró que el Sr. Alcalde fuera hasta el pueblo a enterarse de nuestras necesidades. El Alcalde nos ayudó. La maestra nos dijo que estando organizados era seguro que el Director de Núcleo pondría en conocimiento de la Dirección General de Desarrollo

Socioeducativo Rural nuestro esfuerzo. Un supervisor de Socioeducativo llegó a ver nuestro trabajo, quedó bien impresionado y también esa oficina nos ayudó. Tres fuerzas se unieron, la Municipalidad, Socioeducativo y nosotros. La escuela quedó terminada el mes pasado y los padres de familia han quedado tan entusiasmados que emprenderán la introducción de agua hasta el pueblo. Se han puesto a pensar que si fue posible construir la escuela, con mayor razón se puede traer el agua hasta el pueblo, desde la toma que la municipalidad tiene a poca distancia de la quebrada".

Este artículo elogia la actitud progresista de una comunidad, y recibió un tratamiento mixto: informa en estilo narrativo y usa la entrevista.

Tanto en el artículo que hemos denominado típicamente divulgativo, como en los otros que hemos ejemplificado, usted está en absoluta libertad de combinar la información con la promoción, la promoción con el qué hacer y cómo hacer, o el qué hacer y cómo hacer con la información, o explotar, aisladamente, cualquiera de dichas finalidades.

Del mismo modo, usted puede combinar diferentes tratamientos o métodos (entrevistas, narración, citas, comentarios, etc.), o aplicar uno sólo.

A diferencia de la noticia, en el artículo de divulgación usted si puede emitir opiniones, interpretar hechos y personalizar el tratamiento del artículo; en otras palabras, usted puede usar adjetivos y pronombres personales libremente, todo lo cual más bien recomendable para lograr un buen artículo.

El pronombre "usted" es de gran efecto, porque el lector se siente aludido de modo directo, como si quien escribe estuviera conversando con él.

El artículo puede ser más extenso que la noticia, sin ir más allá de lo razonable, desde luego.

Otro elemento distintivo, entre la noticia y el artículo divulgativo, tal vez el más característico, es el de la permanencia en cuanto a su valor; una noticia pierde carácter de tal de una día para otro; un artículo divulgativo, en cambio, no pierde actualidad, porque su valor es didáctico y no está sujeto al factor tiempo.

Una noticia sobre una reunión verificada hace 2 meses difícilmente sería aceptada por un periódico; pero un artículo sobre las enseñanzas que dejó esa reunión sí tendría acogida en cualquier periódico, aún 2 meses después de ocurrida.

No hay para el artículo divulgativo una estilo deninado, único; usted puede escribirlo en forma de noticia comentada; o darle tratamiento de cuento, diálogo, entrevista, etc.-.

Esto del estilo depende de la habilidad de quien escribe y de las circunstancias en que se desenvuelve el extensionista en su comunidad; si los periódicos locales le aceptan a usted un artículo - con estilo de cuento, escriba en ese estilo; si sólo le aceptan y - publican artículos en forma de noticia comentada, pues escriba en - ese estilo; adáptese, en todos los casos, a la que exigen los periódicos a su alcance, sin olvidar las características propias del tema que desarrolla, los objetivos que usted se propone alcanzar, y - las condiciones del público al que usted dirige su mensaje.

El caso es diferente si usted edita el periódico; en muchos Ministerios, Secretarías o Servicios, las oficinas de divulgación editan sus propios órganos de información periodística. En este caso, usted puede presentar los artículos como mejor convenga a su tema, a sus objetivos, y pensando siempre en el público que lee el periódico: sus necesidades e intereses, su nivel cultural, sus posibilidades económicas, etc.-.

El vocabulario debe ser llano y simple, como las ideas; casi - todos los extensionistas se dirigen a un público cuyo nivel cultural es bajo, y a veces de escasísima habilidad para la lectura.

Comentario o columna

El comentario, que generalmente se presenta como columna permanente, es un excelente instrumento de trabajo para los editores de prensa, para los Agentes de Extensión, las Mejoradoras del Hogar y, en general, para las personas que laboran en el desarrollo de la comunidad.

El comentario presenta las siguientes ventajas:

1. Permite la repetición sistematizada del mensaje, que es muy útil cuando se pretende introducir cambios en las personas y en las comunidades;
2. Estimula poderosamente a las personas cuyos nombres salen "en letra de molde";
3. Da a conocer al funcionario que escribe y a la agencia que representa;
4. El funcionario que escribe en el periódico adquiere prestigio, y al crecer la autoridad de su opinión, sus consejos ganan en aceptación.

A través del comentario, el editor "conversa" con su público, informalmente, cada vez que el periódico circula, sea semanal, quincenal o mensualmente. Esto supone, desde luego, regularidad en la entrega del material.

Necesita usted ponderar la bondad de una nueva droga? Puede hacerlo en la columna, aunque haya escrito antes una noticia o un artículo sobre lo mismo; quiere dar un consejo sobre lo que deben hacer los agricultores en el curso del mes? Hágalo en la columna. Usted puede comentar todos los temas que desee en la columna, para informar, aconsejar, recomendar, analizar, sacar conclusiones, estimular, etc.-.

La columna reúne en sí las características de la noticia (información), del artículo divulgativo (promoción, enseñanza) y del editorial (opinión); todos estos elementos son propios del comentario, sea que trate un solo tema o que, como es lo más corriente, se componga de varios asuntos.

El comentario se escribe en estilo informal, amistoso, personal y refleja la opinión de quien escribe. Veamos un ejemplo de comentario escrito en estilo personal:

-En la reunión que tuvieron las socias 4-3 de San Ramón, el jueves pasado, vimos una demostración que dió doña Marta Rojas, Supervisora de Mejoramiento del Hogar, sobre preparación de alimentos. Un excelente trabajo hizo doña Marta, que fue bien aprovechado por las socias; especialmente por la señorita Luz Rodríguez, quien va a contraer matrimonio el mes entrante....

Doña Marta convino con las socias en celebrar una nueva demostración, para usar de preferencia los productos propios de la zona, como las legumbres, las frutas y la leche, que abundan en San Ramón. Esto nos parece muy acertado porque, como dijo la socia Inés Vargas, "para nosotras es más cómodo y más barato usar lo que producimos en San Ramón".

Veamos el mismo comentario, escrito en estilo impersonal:

Las socias 4-S de San Ramón están muy activas en estos días.

El jueves pasado se reunieron con la Supervisora de Mejoramiento del Hogar, doña Marta Rojas, y se proponen tener nuevas reuniones para observar demostraciones sobre preparación de alimentos. Esta es una tarea importante, por dos razones: las socias están aprendiendo a preparar alimentos más balanceados, y están haciendo uso de lo que produce su propia zona; San Ramón produce frutas y legumbres de muy buena calidad, y leche en abundancia.

En la columna usted puede tratar un solo tema, o varios temas al mismo tiempo, como veremos más adelante.

FUENTES DE INFORMACION

Los extensionistas tienen a la mano numerosas fuentes donde obtener información para preparar material de prensa; estas fuentes son la comunidad, las personas, las instituciones y los documentos.

LA COMUNIDAD - En realidad, la comunidad es la que origina todas las otras fuentes de información conocidas. Pero ella, es, en sí misma, una fuente; en su seno están las personas, el hogar y la finca, con sus problemas diversos; dentro de ella ocurren los sucesos diarios, las reuniones, las demostraciones, jiras, etc.-.

PERSONAS - El ingeniero agrónomo que investiga produce noticias; el especialista de nutrición que desarrolla campañas también produce noticias; el maestro que planea una unidad de trabajo puede suministrar noticias - muy interesantes; las autoridades civiles, los comerciantes, los médicos, los agricultores, las amas de casa, etc., en determinado momento son fuentes de información valiosa.

INSTITUCIONES - Estas son fuentes que proporcionan información de interés local, regional o nacional, según sean sus actividades. Generalmente las instituciones dan noticias importantes porque ellas son las que formulan proyectos, establecen políticas, investigan o experimentan y obtienen resultados sobre problemas que atañen a intereses de diversos sectores de la población.

Se incluyen en este grupo los ministerios, los servicios, las estaciones y centros de experimentación, los bancos, las cámaras, las asociaciones, los clubes etc.-.

DOCUMENTOS - Todos los documentos relacionados con el estudio de los problemas de la comunidad, informes, reportes de progreso, boletines técnicos o divulgativos etc., son excelentes fuentes de noticias. El editor debe procurárselos y leerlos cuidadosamente para tomar de ellos el material que desea dar a la publicidad.

TECNICAS PARA OBTENER INFORMACION

Aunque pueden señalarse varios métodos de obtención de noticias, es conveniente concentrar la atención en el más corriente, que es la "entrevista". Los contactos que el extensionista hace con los componentes de la comunidad se efectúan a base de entrevistas; en las entidades o instituciones los editores entrevistan a sus representantes; con las personas, no hay otra forma de obtener noticias como no sea entrevistándolas. La entrevista deja de aplicarse únicamente cuando la información se obtiene directamente de los documentos.

* Si no se usa el cuestionario escrito.

Como usted ve, la entrevista es una técnica o método de aplicación constante, que precisamente por su uso casi imprescindible, debe efectuarse sujetando el proceso a unas cuantas reglas sencillas que, con la práctica continuada, usted podrá dominar con facilidad.

Estas reglas son las siguientes:

Antes de la entrevista

- Decida con exactitud qué es lo que usted desea saber.
- Escoja el lugar, el día y la hora más convenientes para la entrevista.
- Prepare una lista de las preguntas que va a hacer; si puede, apréndalas de memoria.
- Averigüe todo lo que pueda sobre el entrevistado: su nombre, título, ocupación, papel que juega en la comunidad, habilidades etc.-.

En la entrevista

- Preséntese: diga quién es usted, cuál es su ocupación y cuál es el propósito de la entrevista.
- Sea amable, atento, informal.
- Muestre verdadero interés en lo que escucha.
- Evite preguntas que puedan contestarse con "sí" o "no". Comience sus preguntas con "cómo", "qué", "cuándo", "dónde", "quién", o "por qué". De este modo previene las respuestas monosilábicas.
- Trate de memorizar las respuestas; haga el menor uso posible de la libreta.
- Induzca al entrevistado a dar ejemplos para ilustrar sus respuestas.
- Si puede, obtenga fotografías durante la entrevista, o del entrevistado en acción.
- Al terminar, agradezca al entrevistado su atención y despídase inmediatamente después de que haya logrado su objetivo.

Después de la entrevista

Si usted tomó apuntes:

-Ordénelos y reescríbalos en forma narrativa, incluyendo la información que no apuntó.

-Deje un tiempo razonable entre el momento de la entrevista y el momento de escribirla. De este modo usted adquiere una perspectiva más clara del asunto.

Si usted no tomó apuntes:

-Inmediatamente después de la entrevista escriba todo lo que recuerde, mientras las ideas están frescas.

-Una vez seguro de haber anotado los conceptos principales, ordénelos y reescríbalos en forma narrativa.

PLANEAMIENTO DE LA INFORMACION

¿Qué es lo que usted desea informar? ¿Qué reacción espera de los lectores? ¿Llega el periódico a los lectores que usted desea influenciar? ¿Cómo va a presentar la información?

Dar respuestas a estas preguntas, antes de escribir, es planear; planear es pensar, ordenar ideas, fijar rumbos y objetivos. No se construye un edificio sin un planeamiento previo; y si se construye sin plano, lo probable es que resulte una obra deficiente. Lo mismo ocurre con la información.

Qué comunica

Usted debe saber exactamente qué es lo que va a comunicar; es decir, cuál es el tema que va a desarrollar. ¿Vale la pena escribir el artículo? ¿Es el asunto de interés para los lectores? ¿Se refiere a una necesidad sentida por su público? ¿Es oportuna la información que contiene?

Usted puede tener muy buena información sobre cómo combatir una peste en el ganado; ¿pero de qué serviría dar esa información si la peste no existe al momento? Tal información sería inoportuna porque no respondería ni a la necesidad ni al interés inmediatos de los ganaderos.

Para qué comunica

Usted debe tener una razón para escribir su artículo, y debe determinar con claridad cuál es esa razón, o sea el objetivo que persigue. Naturalmente, los objetivos pueden ser muchos y variados; de ahí que cuanto más clara sea la definición de propósitos, mayores posibilidades tiene usted de comunicar sus ideas con resultados positivos.

"¿Qué reacción espero de mis lectores? ". Hágase esta pregunta cada vez que usted va a escribir. Si se trata de una noticia, probablemente usted pretende dar a conocer el trabajo del organismo en que sirve, para crearle opinión favorable. Si es un artículo divulgativo, usted puede pretender informar simplemente; pero también puede ser que usted desee, como ya vimos, promover la adopción de nuevas prácticas o ideas, y enseñar qué hacer y cómo hacer. Si lo que usted tiene entre manos es un comentario, es posible que desee provocar en sus lectores reacciones tales como aceptación, entusiasmo, interés, apoyo, comprensión, etc.-.

Cuanto más seguro esté de lo que pretende cuando escribe, tanto más se acercará al logro de su objetivo; y recuerde que, en términos generales, la noticia, el artículo o la columna - las comunicaciones todas -, que no alcanzan su objetivo, son comunicaciones que han fracasado.

A quién comunica

Al fijar objetivos, piense en personas; y al pensar en ellas, defínalas mentalmente. Aunque es muy difícil definir al público que lee periódicos, usted debe establecer claramente a qué clase de personas pretende alcanzar especialmente, y escribir con el ánimo preparado para dirigirse a esa clase, de acuerdo con su edad, nivel educativo, situación económica, experiencia, intereses, necesidades, etc.-.

No se puede escribir para niños como se escribe para adulto, ni para campesinos como se escribe para maestros; no es inteligente recomendar maquinaria costosa a finqueros pobres, o escribir sobre cacao para agricultores que sólo saben de ganadería; el grado de interés de la gente respecto a un asunto determinado y su necesidad de información sobre ese asunto, son algunos de los factores que concurren a una acertada definición del lector.

Cómo comunica

Esto se refiere al método o tratamiento que debe dar a su información. ¿Es noticia? ¿Puede escribirse un artículo educativo? ¿O es mejor una columna especial? ¿Puede ilustrarse? Tal vez el asunto merece los honores de una conferencia de prensa....

La selección del método o tratamiento es tan importante, que un error puede echar por tierra todo el interés informativo o educativo de un tema sometido a tratamiento inapropiado o dar, al contrario, tratamiento exagerado a un asunto de interés muy limitado.

Antes de sentarse a escribir, pues, es necesario planear, lo que se reduce a lo dicho; definir el tema, determinar el objetivo, definir al público y escoger el método; una vez en posición de esta base, usted sabe que es lo que tiene entre manos, qué es lo que pretende conseguir de los lectores y cómo va a proceder.

- Tercera parte -

PREPARACION DE LA NOTICIA

Estructura y elementos de la noticia

La noticia se compone de título y texto; el texto, a su vez, tiene introducción, desarrollo o cuerpo y cierre. Es decir, la noticia tiene una estructura definida, que no puede organizarse si no es con base en esos elementos.

PIRAMIDE INVERTIDA - Graficamente, la estructura, de la noticia se representa por medio de una pirámide invertida; la parte superior contiene la esencia de la noticia, de modo que el lector, aún leyendo sólo esa parte, queda enterado de lo que se desea informarle; la parte intermedia contiene un desarrollo más amplio de los datos principales incluidos en la parte superior, y nuevos datos pero de menor interés; finalmente, en el vértice inferior, están los detalles complementarios.

La pirámide invertida tiene, entonces, 3 secciones: la parte superior, que es la introducción, la parte intermedia, que llamaremos cuerpo, y el vértice inferior, donde está el cierre o sean los detalles menos importantes de la noticia.

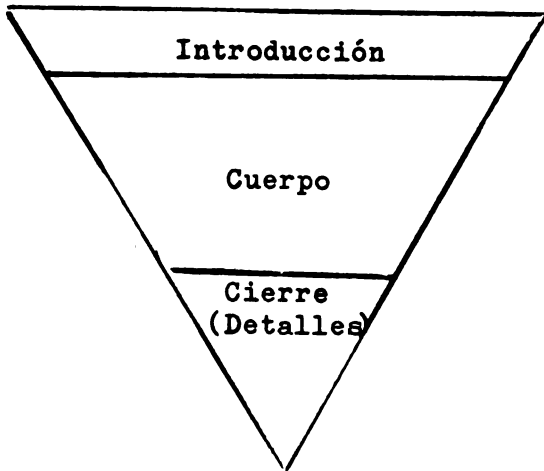
Este ordenamiento de la noticia es lógico por varias razones:

- a) El lector promedio de periódicos no lee las noticias completas; el sistema de pirámide invertida da, en la introducción misma, los hechos esenciales, sin forzarlo a que lleve la lectura hasta el final para saber lo que ocurrió.
- b) Este sistema responde a la forma natural en que la gente dice las cosas corrientemente. Nadie describe el escenario del suceso primero, para contar después que un automóvil mató a una persona; simplemente se dice: "un automóvil acaba de matar a un hombre en la Avenida Central".
- c) Muchos periódicos eliminan partes de la noticia cuando el texto es largo y aún cuando, sin serlo, les falta espacio; en estos casos, siempre cortan el o los párrafos finales. Un artículo bien construido resiste estos cortes sin perder consistencia, porque lo que se elimina son los detalles de menor importancia, que están al final.

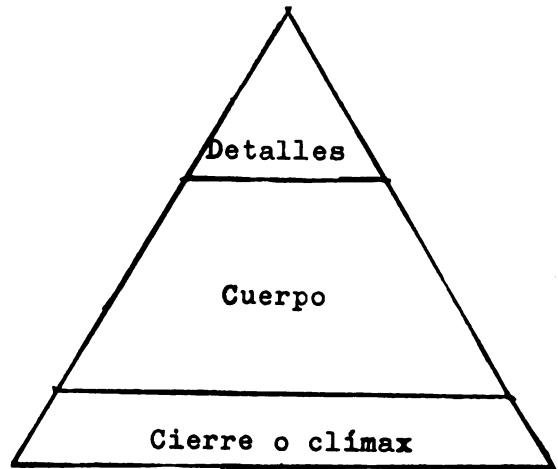
Este sistema de construcción de la noticia difiere fundamentalmente del que se emplea en artículos de ficción, como el cuento, o en libros de dramas o de otros géneros literarios, en los cuales el clímax de la

narración no lo encuentra el lector sino hasta el final de la obra; también ocurre lo mismo en casi todos los títulos divulgativos.

Pirámide invertida



Pirámide normal



En la estructura de la pirámide invertida, el interés de la información decrece conforme avanza el texto; en la pirámide normal, por el contrario, el interés del relato aumenta conforme avanza el texto.

PIRAMIDE NORMAL - La estructura de pirámide en posición normal en la noticia presenta 3 desventajas: 1) no da la esencia de la noticia en la introducción; 2) no responde al orden lógico en que la gente dice las cosas, y 3) no resiste cortes en la parte en que los periódicos acostumban hacerlos, o sea al final.

Por esa razón el sistema de pirámide invertida se usa universalmente, no obstante que algunos autores le hacen objeciones.

Veamos en seguida una noticia con estructura de pirámide invertida, y luego la misma noticia con estructura de pirámide en su posición normal:

PIRAMIDE INVERTIDA

Treinta niños están al borde de la muerte a causa de una epidemia de gastro que se declaró a principios de esta semana en el cantón de San Juan, debido al consumo de agua contaminada.

El médico oficial de pueblo, doctor Juan Pérez, internó en la Unidad Sanitaria a los pacientes, todos menores de 3 años de edad, y está haciendo esfuerzos para salvarlos con las pocas medicinas disponibles en el pueblo. Fuertes trastornos intestinales y temperatura muy alta y persistente son los síntomas predominantes de la infección, indicó el doctor Pérez.

INTRODUCCION

En un informe telegráfico urgente enviado al Ministerio de Salubridad Pública, el doctor Pérez pidió auxilio; en respuesta, anoche partieron para San Juan los doctores Andrés Vargas y Jorge Castro, especialistas en enfermedades de niños, y cuatro enfermeras, llevando medicinas y equipo de trabajo; permanecerán allí hasta que el peligro haya desaparecido.

CUERPO

Simultáneamente las autoridades civiles dispusieron algunas medidas de previsión en resguardo de la población sana, por indicación del médico oficial. Don Ricardo Rojas, Presidente Municipal, ordenó cerrar el beneficio de café La Estrella, cuyos desechos caen en el Río Grande, de donde se toma el agua para la cañería de San Juan.

Adicionalmente, personeros del Municipio están recorriendo el cantón instruyendo a los sanjuaninos para que hiervan el agua de consumo y aislen a los niños sanos. El Ministerio de Salubridad informó que no hay peligro de que la epidemia se extienda a otras poblaciones vecinas de San Juan, y el doctor Carlos Alfaró, Director del Departamento de Epidemiología recordó que hace 6 años San Juan sufrió otro brote como el presente

CIERRE

Hace 6 años hubo una epidemia de gastroenteritis en el cantón de San Juan, recordó el doctor Carlos Alfaro, Director del Departamento de Epidemiología. El Ministerio de Salubridad informó que no hay peligro de que epidemia se extienda a otras poblaciones vecinas de San Juan.

Personeros del Ministerio de San Juan están recorriendo el cantón, instruyendo a los sanjuaneños para que hiervan el agua de consumo; simultáneamente las autoridades civiles dispusieron algunas medidas de previsión, en resguardo de los niños que no han enfermado, por indicación del doctor Juan Pérez, médico oficial de San Juan.

Don Ricardo Rojas, Presidente Municipal, ordenó cerrar el beneficio de café La Estrella cuyos desechos caen en el Río Grande, de donde se toma el agua para la camería del lugar.

Anoche partieron para San Juan los doctores Andrés Vargas y Jorge Castro, especialistas en enfermedades de niños, y cuatro enfermeras, llevando medicinas y equipo de trabajo; permanecerán allá hasta que el peligro haya pasado. El viaje obedeció a un pedido urgente de auxilio, que hizo telegráficamente el médico oficial del pueblo a Salubridad Pública.

El doctor Pérez internó en la Unidad Sanitaria de San Juan a los pacientes, todos menores de 3 años, y está haciendo esfuerzos para salvarlos, con las pocas medicinas disponibles en el pueblo. Fuertes trastornos intestinales y temperatura muy alta y persistente son los síntomas predominantes de la infección, indicó el Dr. Pérez.

Treinta niños están al borde de la muerte, debido a una epidemia de gastroenteritis que se declaró a principios de esta semana en el cantón de San Juan.

Un buen análisis de los ejemplos anteriores será suficiente para que usted note la diferencia en la organización de los elementos de la noticia, dentro de las dos estructuras que estamos viendo, y del efecto que produce cada una de ellas.

Introducción de la noticia

Existen varios tipos de introducción para la noticia; en todos ellos, por lo general, predomina la aplicación de la fórmula de preguntas **QUE, QUIEN, CUANDO DONDE, COMO y POR QUE**, cuyo uso es universal y que consiste en dar respuesta en los párrafos introductorios a las preguntas que plantea.

Examinemos, entonces, las características de esta fórmula antes de hacerlo con la introducción misma.

Un análisis de la introducción incluida en el ejemplo de la página 19 (pirámide invertida) puede ilustrarnos en el funcionamiento de la fórmula:

-Treinta niños están al borde de la muerte debido a una epidemia de gastroenteritis que se declaró a principios de esta semana en el cantón de San Juan, a causa del consumo de agua contaminada.-

QUIEN?.....Treinta niños

QUE?.....están al borde de la muerte

POR QUE?.....a causa de una epidemia de gas
troenteritis

CUANDO?.....a principios de esta semana

DONDE?.....en el cantón de San Juan

COMO?.....consumieron agua contaminada.

El valor de esta fórmula estriba en que las respuestas derivadas de las preguntas resumen, como la demuestra el anterior análisis, los principales ángulos informativos de casi todas las noticias.

Veamos, ahora, por vía de contraste, la introducción incluida en la página 20 (pirámide normal):

-Hace 6 años hubo una epidemia de gastroenteritis en el cantón de San Juan, recordó el doctor Carlos Alfaro, Director del Departamento de Epidemiología. El Ministerio de Salubridad informó que no hay peligro de que la epidemia se extienda a otras poblaciones vecinas de San Juan.-

No es posible hacer análisis alguno de esta introducción, porque no hay respuesta a las preguntas de la fórmula; es decir, no hay noticia en modo alguno.

Veamos otro ejemplo:

-El Director del Ministerio de Agricultura e Industrias doctor Víctor Agüero, acompañado por el Jefe del Departamento de Ganadería, Ing. Enrique Vindas y del Ing. Eduardo Pérez, visitó las instalaciones de la exposición de ganado de bajura en Liberia.

El doctor Agüero dijo ayer a los periodistas que las instalaciones están listas para el evento ganadero. Entre ellas está el ring o arena donde serán pasados los novillos para la inspección del juez. Es una cuadra de 25 metros al lado de la cual están dos galerías desde las cuales el público asiste a la calificación.

Esta introducción no dice a QUE obedeció la visita de los funcionarios; no dice CUANDO será la exposición, y esos datos son, precisamente, los que "hacen" la noticia.

Las preguntas QUIEN (los funcionarios) y QUE (la visita que hicieron) no recibieron respuesta adecuada, porque decir que unos funcionarios hicieron una visita, sin explicar por qué o para qué, no es noticia en forma alguna.

En este caso, la no aplicación de la fórmula produjo una introducción francamente mala.

El orden de las preguntas de la fórmula no es rígido; usted puede ordenar las respuestas según su importancia; igualmente, puede responder a todas, o sólo a unas cuantas.

Un breve análisis de los méritos de cada pregunta y su respuesta será suficiente para establecer cuáles son los ángulos más importantes de los varios que tiene la noticia; ocurre, en algunos casos, que las respuestas principales no son las que responden a las preguntas que aparecen de primeras en el orden convencional (QUE, QUIEN, CUANDO, DONDE, COMO, POR QUE); en el caso de un crimen, el POR QUE y el COMO son de gran interés para el lector; pero estas mismas preguntas serían absurdas en el caso de una boda que se efectúa en circunstancias normales....

Cada pregunta tiene, según sea la noticia, su mayor o menor importancia. Veamos algunos ejemplos:

QUE: -Una bomba de tiempo, colocada en el escritorio de XX, destrozó etc.

QUIEN: -El Presidente de la República declaró ayer etc.

CUANDO: -Un minuto antes de finalizar el partido, el equipo X anotó el gol que le dio el triunfo etc.

DONDE: -En una hondonada a 100 metros de profundidad, fue hallado etc.

COMO: -Disfrazado de mujer, un ladrón etc.

POR QUE: -Decepcionado de la vida, se suicidó etc.

Hagamos dos observaciones en cuanto al uso de esta fórmula; la primera es que no debe abusarse de ella; si por dar respuesta a todas las preguntas en un párrafo vamos a comenzar un artículo con una introducción de 100 o más palabras, será mejor olvidarnos de la fórmula; la idea no es decirlo todo de una vez, sino decir lo más importante de la noticia.

La segunda observación es que la fórmula es una guía, no una regla inquebrantable; la imaginación del hombre es muy fértil y puede convertir las reglas en instrumentos flexibles, sujetos a los vientos de la inspiración.

-----000000-----

La introducción es la parte más importante de la noticia. Esfuércese para hacerla atrayente y concisa; una buena introducción invita al lector a seguir la lectura; hágala activa, breve y simple; recuerde que su público, en un porcentaje considerable, tiene poca habilidad para la lectura y un nivel cultural más bien bajo.

Incluya en esta parte los elementos informativos más importantes de la noticia, ordenados de acuerdo con la fórmula de preguntas.

No se extienda demasiado en la introducción; un párrafo de 4 o 5 líneas (entre 50 a 60 palabras) dividido en 2 o 3 oraciones, da una extensión adecuada a su introducción; en algunos casos use el punto y aparte; así obtiene dos párrafos de extensión moderada.

Tipos de introducción

Existen muchos tipos de introducción, pero los de uso más corriente son:

- Introducción de resumen
- Introducción de afirmación
- Introducción de cita
- Introducción de pregunta

Todos estos tipos de introducción resumen las respuestas que plantea la fórmula de preguntas; sin embargo, hemos denominado uno específicamente de resumen, porque este tipo resumen las respuestas en forma directa y es, de paso, uno de los de mayor uso en el periodismo profesional.

INTRODUCCION DE RESUMEN - Este tipo de introducción, como su nombre lo indica, consiste en responder, de modo directo, el mayor número de las preguntas de la fórmula conocida, Ejemplo de resumen es el comienzo de la noticia incluida en la pirámide invertida que vimos. Este tipo es aplicable prácticamente a todas las noticias que producen las oficinas de divulgación y en general los periódicos en sus redacciones. Veamos un ejemplo:

-CIUDAD BOLIVAR. Venezuela. Una mujer resultó muerta y diez personas salieron heridas al producirse hoy un incidente en esta ciudad cuando una turba atacó a varios ex-miembros de Seguridad Nacional que eran trasladados ante la justicia.
El ataque tuvo lugar por haberse creído que los detenidos iban a ser puestos en libertad.

Análisis:

QUIEN?.....Una mujer y diez personas
QUE?.....Resultó muerta y salieron heridas
DONDE?.....En ciudad Bolivar
CUANDO?.....Hoy
COMO?.....Al producirse un incidente entre una turba y ex-miembros de Seguridad Nacional detenidos.
POR QUE?.....Por haberse creído que los detenidos iban a ser puestos en libertad.

Otro ejemplo:

-El "volcamiento" está arruinando una extensa área sembrada de arroz en Santa Cruz, y Liberia de Guana caste. La enfermedad apareció recientemente; dobla las plantas y produce marchitez total casi inmediata. Los agricultores no conocen las causas de la enfermedad, que es nueva en la región.-

Análisis:

QUIEN?.....El "volcamiento"
QUE?.....Está arruinando arrozales
DONDE?.....En Santa Clara y Liberia de Guana caste
CUANDO?.....Recientemente
COMO?.....Las plantas se doblan y se marchitan

POR QUE?.....No se sabe

Las anteriores son introducciones bien planeadas, y desarrolladas de acuerdo con la fórmula de preguntas y con la estructura de pirámide invertida. Ambas dicen la noticia objetivamente, con brevedad, y presentan los elementos informativos ordenados lógicamente; el lector que da enterado de lo que está ocurriendo, y en el segundo caso, si es un agricultor, probablemente seguirá la lectura para saber por qué se presentó la enfermedad.

INTRODUCCION DE AFIRMACION - Este tipo de introducción persigue impresionar para captar el interés del lector, por medio de citas no textuales:

-La epidemia de gastroenteritis que atacó a treinta niños en el cantón de San Juan, ya fue detenida, - según informe que envió ayer el médico oficial del pueblo. El mensaje, dirigido a Salubridad Pública, afirma que la epidemia estará totalmente controlada dentro de las próximas 36 horas.-

La afirmación de que la epidemia "ya fue detenida" y que estará "totalmente controlada" le da a esta introducción cierto tono impresionante.

Veamos otro ejemplo:

-WASHINGTON. Los conocimientos que tiene el hombre con respecto al sol han adelantado notablemente, como resultado de las investigaciones que se realizaron durante el año Geofísico, dijo hoy la Academia Nacional de Ciencias.-

Los misterios del espacio apasionan a millones de personas, y la anterior introducción, al afirmar que los conocimientos del hombre respecto al sol "han adelantado notablemente", está dirigida a captar el interés del lector que, de seguro, querrá saber cuáles son esos conocimientos tan "notables".

INTRODUCCION DE CITA - Este tipo de introducción incluye, en el arranque, citas textuales obtenidas por medio de entrevistas, en conferencias, en reuniones, o tomadas de documentos. La cita debe ir entre comillas para establecer que no es de cosecha del redactor, y debe contener una opinión, una apreciación o un comentario de fondo sobre el asunto de que trata la noticia:

-"alrededor de doscientos niños corren grave riesgo de contagiarse de gastroenteritis, si Salubridad Pública no envía medicinas urgentemente", -informó ayer el médico oficial del cantón de San Juan, doctor Juan Pérez.-

No son necesarias las comillas cuando la cita no es textual:

-El médico oficial del cantón de San Juan informó ayer que unos doscientos niños están gravemente amenazados de contraer gastroenteritis si no se en vían medicinas urgentemente...-

Usted puede empezar la cita textual con comillas, y agregar en seguida otros ángulos o términos de la cita, sin comillas, estableciendo expresamente que el agregado es parte de lo que dijo o reveló la fuente informativa.

Por ejemplo:

-LA HABANA. -"No es muy importante la reorganización del Gabinete", -dijo hoy el Primer Ministro Fidel Castro, en un programa televisado a todo el país. Castro agregó que tales cambios son naturales en un Gobierno revolucio nario como el de Cuba.-

O a la inversa:

-LA HABANA. El Primer Ministro Fidel Castro anunció hoy el reemplazo de cinco miembros de su Gabinete. -"La re volución, -dijo Castro-, no es muy importante, y es normal en un Gobierno revolucinario como el nuestro".

No haga citas de personas desconocidas; a nadie le interesa saber lo que dice, piensa o hace el primero que pasa por la calle, o lo que está escrito en documentos sin importancia, de procedencia no muy cali ficada.

INTRODUCCION DE PREGUNTA - No es este un tipo de introducción corriente, porque pocas noticias se prestan para usarlo. Pero en los casos en que ellos es posible, la introducción puede adquirir un efecto dramático o de suspenso de gran atracción para el lector:

-Perecerán treinta niños del cantón de San Juan por falta de medicinas? Ayer fueron internados en la Unidad Sanita ria del Pueblo, víctimas de una epidemia de gastroenteritis, sin posibilidad de recibir atención médica por falta de medicinas.-

Otro ejemplo:

-Qué debemos hacer para ayudar a los jóvenes a desarrollar sus habilidades y aptitudes y apartarlos de la vagancia, el vicio y la delincuencia?
Varias respuestas a esta pregunta dio anoche el Rector de

la Universidad Nacional, ante unos doscientos padres de familia, reunidos en el Paraninfo universitario.-

Un accidente de tránsito, con saldo de muertos y heridos, no se presta para escribir una noticia con introducción de pregunta; pero si un autobús se vuelca, con treinta escolares a bordo, y todos resultan ilesos, puede escribirse la noticia comenzando con pregunta:

-Hasta dónde alcanza el poder protector del ángel guardián de los niños? Debe ser muy fuerte porque ayer volcó un au tobús con treinta escolares a bordo en San Juan, y no hubo lesionado alguno; sólo el chofer resultó herido.-

Existen y se usan otros tipos de introducción, como la narración, la descripción, el contraste, etc., pero conviene que concentremos la atención en los 4 primeros descritos, porque son los más comunes.

No siempre es cosa fácil hacer una buena introducción; algunas ve ces se acierta al primer intento. Pero ocurre, en otras ocasiones, que la introducción demanda un considerable esfuerzo, aún en ma nos de perio distas experimentados.

Es necesario seleccionar, organizar y revisar los elementos informativos de la noticia, hasta encontrar los más adecuados para la introducción.

Repasemos, por vía de ensayo, el proceso de selección y organización que hicimos para redactar la introducción del artículo incluido dentro de la pirámide invertida (pag. 19). Disponemos de los siguientes he chos o elementos informativos:

-Se declaró una epidemia de gastroenteritis en San Juan a principios de esta semana.

-El médico oficial del pueblo, Juan Pérez, dio el aviso al Ministerio de Salubridad Pública.

-Hay treinta niños afectados; están internados en la Unidad Sanitaria local. Todos son menores de 3 años.

-El Dr. Pérez pidió auxilio telegráficamente a Salubridad Pública. Dijo que el agua es la causa de la peste.

-Hay pocas medicinas.

-Síntomas: trastornos intestinales y fiebre.

-Salieron para San Juan, los doctores Andrés Vargas y Jorge Castro. También cuatro enfermeras. Llevaron medicinas y equipo de trabajo; tienen instrucciones de quedarse allá hasta que pase el peligro.

-Autoridades locales dispusieron medidas de previsión.

-Ricardo Rojas, Presidente Municipal, ordenó cerrar beneficio La Estrella, cuyos desechos desembocan en el Río Grande, que da agua a la cañería.

-Instrucciones para aislar niños sanos y hervir el agua dan autoridades.

-No hay peligro de que la epidemia se extienda, dijo Salubridad. Carlos Alfaro, Director de Epidemiología, recordó que hace 6 años hubo otro brote.

Los anteriores fueron los datos tomados de la fuente de información. El paso siguiente consiste en seleccionar y agrupar los hechos más importantes. Nosotros hicimos esta lista:

1. Se declaró epidemia de gastroenteritis en San Juan a principios de semana.
2. Treinta niños internados al borde de la muerte. Todos menores de 3 años.
3. Médico del pueblo dijo que consumo de agua contaminada es origen de epidemia. Dio aviso y pidió ayuda urgente a Salubridad.
4. Anoche salieron médicos y enfermeras con medicinas y equipo de trabajo.
5. Hay pocas medicinas.
6. Síntomas: trastornos intestinales, fiebre.

En este grupo están los hechos más importantes de la noticia. El próximo movimiento es de selección y organización. Cuál es el hecho de mayor interés?

Guiados por la fórmula de preguntas nosotros encontramos la respuesta más importante en el número 2, y partiendo de ahí escribimos la introducción ya analizada en página 21, que combina varias respuestas y que da una introducción de resumen típica.

Antes de concluir estos puntos sobre introducciones, conviene repetir que los 4 tipos citados (resumen, afirmación, cita, pregunta) no excluyen la posibilidad de escribir introducciones de otros tipos. Un periodista norteamericano introdujo una noticia en 12 formas diferentes por simple ejercicio experimental, y afirmó en seguida que hubiera sido posible aumentar el número de ensayos.

Cuerpo de la noticia

En esta parte de la noticia, que en la estructura de la pirámide invertida está en el centro, va el desarrollo ampliado de los datos - de la introducción, y o nuevos detalles.

En la organización del "cuerpo", mantenga el orden de importancia de los detalles; es decir, desarrolle los más importantes primero, y siga el orden descendente en importancia hasta llegar a los detalles del cierre o finales, que podrían suprimirse en un momento dado, sin dañar el contenido.

Volvamos a la noticia de San Juan. De los apuntes generales tomados agrupamos 6 hechos importantes para desarrollar la introducción; los explotamos todos, menos el 4, que dejamos con los demás para el "cuerpo".

Cuáles fueron los otros hechos que dejamos? Veámoslos:

- El doctor Pérez pidió auxilio telegráficamente a Salubridad.
- Anoche salieron médicos y enfermeras con medicinas y equipo de trabajo.
- Autoridades locales dispusieron medidas de previsión; Ricardo Rojas, Presidente Municipal, ordenó cerrar beneficio café La Estrella.
- Autoridades dan instrucciones para aislar niños sanos y hervir agua de consumo.
- No hay peligro de que epidemia se extienda.
- Hace 6 años hubo otro brote, dijo Director de Epidemiología.

Después del problema inmediato (treinta niños graves) para nosotros lo más importante es lo que hizo el médico del pueblo: pedir ayuda a Salubridad; entonces incluimos en el primer párrafo del "cuerpo" esos nuevos detalles de la noticia, conforme fueron sucediéndose.

- En un informe telegráfico urgente, enviado al Ministerio de Salubridad Pública, el doctor Pérez pidió auxilio; en respuesta, anoche partieron para San Juan los doctores Andrés Vargas y Jorge Castro, especialistas en enfermedades de niños, y cuatro enfermeras, llevando medicinas y equipo de trabajo; permanecerán allá hasta que el peligro haya desaparecido.-

Para el segundo párrafo del "cuerpo" dejamos los detalles relacionados con las medidas de previsión, que son rutinarias en casos semejantes;

note que, entre ellas, la primera que citamos es la del cierre del beneficio La Estrella, que implica una actitud drástica.

-Simultáneamente las autoridades civiles dispusieron algunas medidas de previsión en resguardo de la población sana, por indicación del médico oficial. - Don Ricardo Rojas, Presidente Municipal, ordenó cerrar el beneficio de café La Estrella, cuyos desechos caen en el Río Grande, de donde se toma el agua para la cañería de San Juan.-

Hasta aquí, como se ve, se ha desarrollado el relato de los hechos en el orden de su importancia, sin descuidar otro detalle de gran interés, como es la coordinación para que los datos fluyan en el orden más lógico posible.

En realidad, el cuerpo de la noticia no tiene tanto de creación como la introducción, y su desarrollo sólo presenta problemas de ordenamiento y de secuencia, para que la estructura piramidal recomendada logre su propósito.

Por lo general, el "cuerpo" de la noticia presenta hechos de menor interés que los incluidos en la introducción, como en el caso de San Juan. En algunos casos explica el COMO o el POR QUE de lo tratado en ella. Vea mos este ejemplo:

-ROSARIO. El agricultor José Luis Leoni, de 64 años, natural de Argentina, puso fin a sus días de modo impresionante. Anudándose al cuello la soga que utilizaba como cincha de un caballo de su propiedad, asustó al animal, el cual emprendió veloz carrera arrastrando al suicida varios centenares de metros y ocasionándole la muerte.-

El segundo párrafo, que es el "cuerpo", dice el COMO.

Otro ejemplo:

-YAKARTA. En el peor desastre ferroviario ocurrido en Indonesia, 125 personas perdieron la vida y por lo menos 150 más resultaron heridas el jueves por la noche. Un informe preliminar publicado hoy dice, que, aunque se creyó al principio en un acto de sabotaje, se comprobó que el vuelco de 7 vagones se debió a un descuido del personal a bordo. Los vagones rodaron unos 25 metros pendiente abajo, hasta detenerse en el fondo del río Juskart.-

En este caso, el "cuerpo" explica el POR QUE y en seguida el COMO.

Cierre de la noticia

Conforme lo vimos al analizar la pirámide invertida, esta parte de la noticia es la menos importante. Frente a una conclusión tan universalmente aceptada no recomendaríamos ponder mucha atención al final de una noticia; pero tampoco nos iríamos al extremo de aconsejar que se redacte para salir del paso no más; porque quién nos asegura que la noticia no va a ser leída hasta el final?

-----000000-----

Una vez escrita la noticia completa, léala a media voz, y revísela. Póngase en la situación del lector y vea si dejó de responder alguna de sus preguntas; si se le escapó alguna opinión personal; si hay adjetivos; si hay verbos en su forma pasiva; si los nombres de personas están correctos; si la puntuación es satisfactoria.

El título

Hemos dejado esta parte de la noticia de último, porque con la noticia escrita es más fácil redactar un buen título, y se evita lo que ocurre a menudo: que el título no tiene relación con el texto.

El título desempeña una función específica: atraer la atención y despertar el interés del lector por el texto; debe ser breve, activo, atrayente.

EL TITULO BREVE - El título muy extenso tiene dos inconvenientes: complica el mensaje y presenta problemas tipográficos en la imprenta. El título breve, en cambio, da el mensaje conciso y demanda menor esfuerzo manual en la imprenta, todo lo cual redundará en un título más expresivo en el fondo y más atrayente en su forma gráfica.

El título debe "dar" la noticia, pero no "contar" todos los detalles o hechos de la noticia. Veamos un ejemplo:

**-UNA EPIDEMIA DE GASTROENTERITIS TIENE AL BORDE DE LA MUERTE
A TREINTA MENORES DE EDAD EN EL CANTON DE SAN JUAN.-**

Este título es muy largo; tiene 21 palabras; por qué no acortarlo? Veamos:

**-EPIDEMIA DE GASTROENTERITIS EN EL CANTON DE SAN JUAN.
El médico oficial trata de salvar a treinta niños conta
giados, y el Municipio toma medidas preventivas.**

Este título es más corto que el anterior (12 palabras menos) y con el subtítulo resulta más expresivo.

Puede usarse también, sin perjuicio de la brevedad, un pre-título:

Epidemia de gastroenteritis
amenaza a San Juan
TREINTA NIÑOS HOSPITALIZADOS

EL TITULO ACTIVO - Es el título que expresa acción, que da idea de movimiento; este tipo de título se logra con el uso de verbos en su forma activa.

Veamos cuál es la diferencia entre un título activo y uno pasivo:

MOVILIZACION DE MEDICOS Y AUTORIDADES PARA EL COMBATE
DE GASTROENTERITIS EN SAN JUAN

Este título es pasivo; en su forma activa quedaría así:

MEDICOS Y AUTORIDADES SE MOVILIZAN PARA COMBATIR
GASTROENTERITIS EN SAN JUAN

Otro ejemplo:

UN AGRICULTOR DE TURRIALBA ESTA PRODUCIENDO 60 QUINTALES
DE CAFE POR MANZANA

En su forma activa, este título quedaría así:

AGRICULTOR DE TURRIALBA PRODUCE 60 QUINTALES
DE CAFE POR MANZANA

EL TITULO ATRAYENTE - ¿Cómo es el título atrayente? En realidad, cualquier título bien hecho es atrayente; sucede, sin embargo, que nadie puede prever cuál es el título que va a "golpear" al lector, digámoslo así, por muy bien hecho que parezca. Ante tal incertidumbre, es necesario agudizar el ingenio para encontrar formas originales, vivas, realmente "atrayentes".

Un poco de imaginación puede llevarnos a producir esta clase de títulos, que a veces resultan informales, a veces espectaculares, pero que siempre tienen alguna originalidad y atraen a los lectores.

No nos atreveríamos, por cierto, a recomendar originalidades ante un caso como el de San Juan, si fuera real; veamos, entonces, títulos que llamaremos atrayentes, pero con noticias de otro género.

CUANTO MAIZ VA A SEMBRAR USTED ESTE AÑO...Y EL ENTRANTE?
El Ministerio de Agricultura recomienda cautela, porque el año pasado hubo superproducción.

Otro ejemplo:

PESO: 60 LIBRAS! EDAD: 2 MESES!
Cómo es eso en un cerdo casi recién nacido?

La regla general, en cualquier tipo de título que usted escriba, es la brevedad. Cuando murió Roosevelt, el título más usado fue "Murió Roosevelt".

PREPARACION DEL ARTICULO DE DIVULGACION

Vamos a usar, en adelante, la palabra inglesa "feature", para designar el artículo de divulgación, porque no hay en español un nombre genérico común. En algunos países "feature" es "crónica"; en otros es "magazine"; en otros le llaman "artículo misceláneo", y así por el estilo; "feature" nos viene bien para el caso; hagámonos de esta voz para lo nuestro, recordando, en todo momento, que queremos decir con ella, "artículo de divulgación".

----0000----

Recuerde: el "feature" en Extensión Agrícola tiene una finalidad puramente didáctica; admite tratamiento libre y esto significa que no puede señalársele una estructura definida, como a la noticia.

Recuerde, además, que el "feature" puede ser más extenso que la noticia; esto supone, desde luego, mayor número de ideas a desarrollar, lo que obliga a realizar un planeamiento más detenido. Nos atreveremos a afirmar, en este punto, que en el "feature" es en donde tienen su más amplia aplicación las 4 etapas del planeamiento; en otras palabras, el "feature", más que la noticia y que la comuna, demanda un análisis cuidadoso del tema, del objetivo, del público y del método; el método, en este caso, se refiere concretamente al tratamiento, al estilo.

Repitamos lo dicho atrás: antes de sentarse a escribir su artículo, planéelo; ¿qué es lo que va a comunicar? ¿tiene ya bien definido su tema? ¿qué es lo que usted pretende con su artículo?: ¿promover?, ¿enseñar? ¿O promover y enseñar al mismo tiempo? Después de definir el tema y su objetivo, piense en el público al que usted desea alcanzar; si escribe sobre vacunación del ganado, hágase la imagen mental de un ganadero corriente porque todos los ganaderos, los ricos y los pobres, pueden vacunar; pero si va a escribir sobre un nuevo equipo de ordeño mecánico, entonces hágase la imagen de un ganadero rico, y escriba pensando en él, aunque el periódico no sea exclusivamente para ganaderos ricos.

Finalmente, cómo va a escribir su artículo? Recuerde que hay muchos estilos para presentar el "feature".

No olvide nivelar su vocabulario; un artículo escrito en lenguaje complicado lo entiende poca gente; y el caso es que usted, por lo general, se dirige a personas de bajo o, o lo sumo, mediano nivel cultural.

Tratamiento del "feature"

Vamos a señalar dos tipos de "features": el "corriente" y otro que llamaremos "especial"; esta división puede ayudarnos a explicar, siquiera en parte, algo de los diferentes tratamientos aplicables al "feature".

"FEATURE" CORRIENTE - Este es el artículo de mayor uso por parte de los extensionistas y en oficinas de divulgación; tentativamente, diremos que los siguientes tipos de artículos son representativos de "feature" corriente.

- Noticia comentada
- Artículo de promoción y enseñanza
- Artículo de experiencia personal
- Recomendación técnica breve

Por lo general, el "feature" corriente tiene el siguiente desarrollo:

1. La introducción presenta una idea y establece la acción deseada allí mismo;
2. El cuerpo presenta argumentos para reforzar la conveniencia de adoptar la idea, tales como ventajas que pueden derivarse de la adopción, recomendaciones de profesionales, facilidades disponibles y al alcance del lector, ejemplos y opiniones favorables de personas que adoptaron la idea;
3. El cierre o conclusión dice qué hacer y cómo hacer, o resume la idea principal, o indica cómo puede el lector obtener más información sobre el asunto.

Veamos algunos ejemplos:

Noticia comentada

AGRICULTORES DE SAN RAMON DECLARAN LA GUERRA A LAS ZOMPOPAS

-¿Tiene usted hormigas zompopas en su finca? Si surge ese problema, oiga esto: En San Ramón, las zompopas

han destruido 240 manzanas de maíz, frijoles y almá cigo de café. Este fue el informe que dió ayer Gil berto Campos, Agente de Extensión Agrícola de San Ramón, en una reunión que tuvo con 27 agricultores, para enseñarles como se combaten los hormigueros. Los agricultores están alarmados por las pérdidas - que han tenido, y le pidieron ayuda al Agente; don Gilberto organizó 4 comités de trabajo, y ayer se reunió el primero en la finca de don Evaristo Morales, en el distrito de Santa Clara. Allí fue donde se resolvió trabajar hasta que no quede una hormiga con vida.

En la demostración el Agente usó una bomba Cyanogas y los insecticidas Aldrín y Clordano.

¿Desea usted aprovechar los consejos que don Gilberto les dio a los agricultores de San Ramón? Fueron los siguientes:

Ponga media libra de Aldrín en polvo del 2 y medio por ciento en la bomba; coloque la manguera en el hueco del hormiguero y déle presión a la bomba. En seguida tape el hueco.

También puede usar Clordano en polvo del 5 por ciento.

En los hormigueros grandes eche una libra de polvo; si el hormiguero es pequeño, eche media libra nada más.

Si el hormiguero no se muere con la primera aplicación haga una segunda aplicación 4 días después.

Aplique el polvo con una bomba de pie tipo Cyanogas. Con estas bombas el polvo se mete con fuerza y llega hasta el último rincón del hormiguero.

Siga estos consejos:

PRIMERO: Revise cuidadosamente su finca para saber dónde hay hormigueros.

SEGUNDO: Ataque cualquier hormiguero que encuentre, en cualquier época del año.

TERCERO: Ayude a sus vecinos en el combate de hormigueros. Si en las fincas de ellos no hay hormigueros, la suya correrá menos peligro de infestación.

CUARTO: Pídale a la Municipalidad y a las autoridades que ataquen los hormigueros que están en lugares públicos.

Pida ayuda a las Agencias de Extensión Agrícola

Los Agentes le ayudan con mucho gusto y le enseñan a usar la bomba, a preparar las mezclas y a emplear bien el insecticida.

Consulte en la Agencia de su localidad o en el Departamento Agropecuario del Ministerio de Agricultura e Industrias.

CURVAS DE NIVEL: EL SEGURO QUE SE
~~Artículo de promoción y enseñanza~~
PAGA UNA SOLA VEZ

~~UNA PRACTICA QUE A USTED LE CONVIENE ADOPTAR~~

¿Ha notado usted que sus tierras inclinadas están cada vez más erosionadas, sin que usted sepa cómo evitarlo? No se desanime, amigo, usted sí puede evitar la erosión. Una práctica que a usted le conviene adoptar es la construcción de curvas de nivel.

ACCION
DESEADA

Usted ya sabe lo que son las curvas de nivel, porque las ha visto muchas veces al pasar por la estación experimental de Matamoros, cuando va a la ciudad. La eficacia de las curvas de nivel contra la erosión está basada en un hecho muy sencillo: cuando llueve, el agua que tiende a bajar por la pendiente del terreno encuentra las curvas de nivel atravesadas como obstáculos a su paso. En esta forma, la velocidad del agua disminuye e impide que el agua arrastre la tierras. Además el lento movimiento del agua da tiempo al suelo para absorberla. Así el suelo se mantiene húmedo por más tiempo. Las curvas de nivel evitan la formación de grietas y fisuras. Tienen además otra ventaja y es que facilitan mucho el trabajo del arado, sin peligro de que su tractor se vuelque debido a la pendiente.

VENTAJAS

Es muy fácil construir curvas de nivel. Todo lo que usted necesita es un nivel de burbuja, dos palos bien derechos y unas cuantas estacas. Por otra parte, el delegado de extensión de su zona muy gustosamente le ayudará a trazar sus curvas, si usted se lo solicita, como ya lo ha hecho con varios agricultores de esta zona.

DISPONIBILIDAD

En su última visita a esta zona, el Ing. NN., director de Recursos Hidráulicos, dijo que los agricultores que combaten la erosión construyendo curvas de nivel en campos, están haciendo una obra más patriótica que si donasen al gobierno su cosecha de un año entero. -"Y además, están asegurando su propio bienestar y el de su familia", dijo el Ing. NN.

RECOMENDACION
PROFESIONAL -

Experimentos realizados hace unos meses en el Centro de Investigación Agrícola de Matamoros, demostraron que las curvas de nivel pueden producir un aumento de X por ciento por hectárea como promedio en la producción de cultivos en dicha zona. También demostraron dichos experimentos que el costo de construcción de una hectárea de curvas de nivel puede pagarse íntegramente con sólo parte del aumento en la producción de un año, en cualquier cultivo.

PRUEBA
CIENTIFICA

En nuestra propia zona, tenemos pruebas convincentes de la eficacia de la curva de nivel para combatir la erosión. El agricultor señor NN. fue de los primeros en construir curvas en el año de 1950, así que ya puede hablar con la experiencia de 9 años. Don NN. ha comprobado que gracias a esa práctica necesita gastar menos cantidad de semilla por hectárea y ahorra bastante en la aradura. "Naturalmente -dice don NN.- la adopción de esta práctica significa una inversión más para el agricultor. Además, los trabajos deben hacerse cuando no hay ningún cultivo en el campo".

EJEMPLO
LOCAL

VENTAJAS

DIFICULTADES

Resumiendo su opinión sobre las curvas de nivel, don NN. dice -"Estoy extremadamente satisfecho con esta práctica que me ha dado dinero y satisfacciones. A todos mis amigos yo les entusiasmo a hacer lo mismo".

OPINION
FAVORABLE

Sí, usted también, amigo agricultor, puede hacer lo mismo, y trazar en su campo estas curvas tan necesarias, que al mismo tiempo estarán diciendo a todos los que pasan frente a su propiedad "Aquí vive un agricultor progresista que sabe cuidar su tierra y producir bien".

QUE
HACER

Empiece hoy mismo sus planes para adoptar esta práctica. Asista a las demostraciones que el delegado de extensión está dando en varios ranchos de la zona. A invitación suya, el delegado de extensión visitará el rancho de usted para ayudarle a trazar curvas de nivel en su propiedad.

(De MANUAL DE PRENSA PARA EXTENSIONISTAS)

Artículo de experiencia personal

A ESTOS JOVENES AGRICULTORES NO LES GUSTABA ORDEÑAR

...pero Carlos Ramos y Pedro García descubrieron que hay ventajas y ganancias en el negocio de lechería.

- "Yo antes odiaba tener que ordeñar vacas", -dijo riéndose Pedro García. Y su socio Carlos Ramos afirmó: - "Lo mismo digo".

Los dos jóvenes agricultores miraron con satisfacción la larga fila de vacas Holstein que pacientemente masticaban el heno de alfalfa. Estos jóvenes ya no detestan tener que ordeñar vacas. En efecto, el ordeño se ha convertido en la principal operación de la finca de 100 hectáreas que ellos manejan, y que se halla situada a dos kilómetros de la ciudad de Carvajal.

García y Ramos trabajaron en diferentes fincas de la comunidad de Carvajal, antes de que se asociaran hace dos años para formar una empresa agrícola propia. El año pasado ellos alquilaron una finca de propiedad de Leonard Elien, y en ella viven actualmente.

Amplian la empresa

Cuando ellos empezaron a trabajar en su propia empresa, comenzaron a considerar el negocio lechero desde un punto de vista diferente.

Encontraron, en primer lugar, que quien es dueño de un buen hato lechero no tiene dificultad en encontrar alguien que le alquile una finca. En segundo lugar, ellos creían conocer suficiente sobre la lechería como para convertir el negocio en algo productivo.

Como las vacas que ahora tienen son propias, encuentran ahora que el ordeño puede resultar un negocio interesante.

- "No importa tener que trabajar mucho cuando uno recibe una parte de las ganancias"-, declara García.

Ramos y García trajeron consigo 10 vacas cuando hace un año se pasaron a su finca actual. La hacienda de los Blien estaba equipada con galpones de ordeño que permitían producir leche de primera calidad; también poseía dos cilos para forraje y corrales adecuados para terneros y becerras.

Con esas instalaciones, los socios decidieron ampliar su explotación lechera. Pero un buen hato lechero representa una considerable inversión y el dinero constituía el principal problema. Así, pues, Ramos y García comenzaron a operar al principio lentamente, comprando 10 vaquillas en Ocampo. Las vaquillas van a parir durante la próxima primavera, y las posibilidades de levantar apreciablemente la producción de leche son muy buenas, según creen los jóvenes empresarios.

Ingresos durante todo el año

A Ramos y García les gusta la lechería porque es una fuente de ingresos durante todo el año, y les permite emplear la mano de obra eficientemente en todo ese tiempo. Por otra parte, la lechería les hace posible realizar la mayor parte de sus actividades al aire libre, como a ellos les agrada. Han hallado, también, que las prácticas sanitarias pagan buenos dividendos.

La leche la venden con base en el porcentaje de grasa que contenga. Y han aprendido a asegurarse los 10 céntimos por libra de sobre-precio que alcanzan aquellas leches de alta calidad sometidas a pruebas de sedimentación y recuento de bacterias. Están seguros de que el sobre-precio les producirá muchos ingresos extra una vez que todo el hato entre en producción.

El sistema que usan los jóvenes socios para producir leche de primera calidad se basa en prácticas de bajo costo aconsejadas por el sentido común. Las instalaciones de la lechería que tienen están acondicionadas para una labor eficiente.

Disponen de agua caliente para esterilizar las ordeñadoras mecánicas y los recipientes. Hasta poseen un aparato que enfría la leche.

Emplean enfriadora hecha en casa

La leche se enfría en una sencilla enfriadora que ellos mismos construyeron. Consiste en un tanque corriente de agua, de 8 pies de longitud, provisto de un rebalse que facilita el enfriamiento por medio del agua que circula. El agua entra al tanque a través de un tubo que ofrece salida por la parte inferior del tanque. En esta parte, el tubo se halla perforado con agujeros que permiten la libre circulación de agua fresca alrededor de todos los recipientes con leche.

Esta enfriadora, así improvisada, cuesta mucho menos que cualquier enfriadora de las que ofrece el comercio, según manifiestan los socios. Y en realidad, si hemos de aceptar como prueba de esto la calidad de la leche que ellos obtienen, la enfriadora que han improvisado resulta satisfactoria.

En términos generales, la leche limpia proviene de vacas limpias. Ramos y García, recortan el pelo de la ubre, de las patas, de la cola y de ambos lados del animal, con el fin de facilitar la limpieza de las vacas. Antes de cada ordeño, las ubres se lavan cuidadosamente con agua tibia. Según afirman Ramos y García, esta operación no sólo limpia los pezones y las ubres, sino que también estimula la salida de la leche.

Las ordenadoras mecánicas son debidamente limpiadas y esterilizadas antes y después de usarse. Los recipientes son lavados y esterilizados antes de usarse, y nunca se les deja sin tapar.

Con un negocio bien organizado como éste, que produce buenas ganancias, se explica que Carlos Ramos y Pedro García ya no detesten ordeñar vacas. Ahora esa es la ocupación que más les gusta.

(De MANUAL DE PRENSA PARA EXTENSIONISTAS)

Recomendación técnica breve

PERMITE USTED QUE LA LLUVIA LAVE SUS TIERRAS?

Más de la mitad de la riqueza de las tierras de esta región se pierden cada año por causa de las lluvias. El Dr. Edwin Pérez autoridad en conservación del Instituto de Suelos de la Provincia de Prado, ha demostrado por medio de experimentos realizados en Carvajal que las lluvias arrastran cada año un promedio del 52 por ciento de la tierra agrícola.

"Si no se toman medidas urgentes", -dijo el Dr. Pérez-, "dentro de 50 años los agricultores de la Provincia de Prado tendrán que dejar de cultivar maíz en sus tierras"-.

"La forma de detener estos daños es construir curvas de nivel en los terrenos de pendientes superior al 15 por ciento", -dijo el Dr. Pérez-.

(De MANUAL DE PRENSA PARA EXTENSIONISTAS)

FEATURE ESPECIAL - En el tratamiento de este tipo de "feature" entran en juego, en alguna proporción, recursos de carácter literario. Su estructura, si es que la tiene, podría representarse gráficamente por medio de la pirámide en su posición normal.

Ejemplos típicos de "feature" especial son los artículos con estilo de cuento o de narración.

Veamos algunos ejemplos:

Feature con estilo de cuento

EL PUENTE QUE TENDIO VIRGILIO

Por Luis Ramiro Beltrán

Hasta la calle llegaban las notas de la marimba y - el aroma de tortillas con frijol molido que salían de - la pulpería donde se reúnen los hombres del pobaldo. - Virgilio Alonso, camino de su casa, no pudo resistir - las ganas de entrar. Gregorio Lozano, Lauro Alonso, Ma yorga, "El Cabezón" y otros amigos suyos, le hicieron - campo junto al mostrador. Se enfrascaron en la charlá- de siempre: el trabajo, el fútbol, la política. Pero a Virgilio le interesaban más otras cosas y hacia ellas - fue encaminando la conversación del grupo.

San Antonio, el pueblo de Virgilio, no tiene más de 250 habitantes. Está situado a orillas del Río Padre, en el Departamento de Atlántida en Honduras. Al otro lado del río está Yaruca, un pueblo algo mayor. En el inviér- no, San Antonio queda aislado, sin poder comprar, ni - vender, ni nada.

Cerrando la mano en torno de su copita de "guaro", Virgi- lio recordó a sus amigos la gravedad del problema. "Es verdad, Gilito -terció Gregorio Lozano- eso de que no - haya puente es muy malo, pero no es lo único que sufrim- os. Ahí tienes el paludismo. De cada diez de nosotros siquiera siete tenemos la condenada fiebre pegada al cu- erpo. No, mis "cheros", en eso también hay que hacer al go y rápido.

Aprovechando el interés de sus amigos en los problemas - del pueblo, Virgilio les confesó otras de sus grandes - preocupaciones: "Los patojos". Los niños y jóvenes de San Antonio vivían desamparados. No tenían nada útil en que ocupar sus horas. Nada que les ayudara a mejorar. Ni siquiera una "cancha" para hacer deportes. Y andaban por las calles y predios haciendo barrabasadas. "No debé- ríamos hacer algo por ellos?" -exclamó Virgilio. Todos asistieron, pero fue Lauro quien dio la clave de acción. "Por ahí anda dando vueltas uno de esos ingenieros de la "ESTICA". Dicen que quiere juntar a los muchachos para hacer grupos. Cuentan que en otras partes de Honduras - ya hay muchos grupos de esa clase. Que los "esticas" -

enseñan muchas cosas buenas a los muchachos y a las muchachas. Y que algunos chiquillos saben de criar conejos y gallinas, y de cultivar la tierra, hasta mejor que nosotros mismos".

Al escuchar a Lauro, en el alma de Virgilio Alonso se había encendido una lucecita inextinguible.

Fundaron un Club

Apenas terminó la función de cine ofrecida en Yaruca por el ingeniero Alejandro Rodríguez, Agente de Extensión de la STICA, Virgilio Alonso habló con el Ingeniero. Le preguntó por los grupos de niños del campo. Le manifestó su deseo de hacer algo en favor de la juventud de su tierra. El ingeniero le aseguró que tomaría pronta acción. Cuán contento volvió Virgilio aquella noche a su finquita "La Michoacana". De puerta en puerta anduvo Virgilio, convenciendo a sus vecinos para que enviaran a sus hijos a la reunión que habría el domingo siguiente con la presencia del Ingeniero Rodríguez. Bien peinados, con la camisa dominguera oliendo a limpia, acudieron ocho chiquillos a la reunión.

El extensionista les dijo cómo podían asociarse y trabajar juntos para ayudar a sus familias y mejorar su comunidad.

Les explicó qué son y cómo trabajan los clubes 4-S. Los niños se entusiasmaron. Y al final de una mañana de 1955 quedó fundado el club agrícola juvenil de San Antonio de Yaruca.

Los flamantes socios eligieron su directiva. A Virgilio Alonso, desde luego, le encomendaron la tarea de guiar a los muchachos como líder voluntario. El Agente les prometió su ayuda tanto en enseñanza como en la donación de semillas, abonos y herramientas agrícolas. Les aseguró que tendrían también la ayuda de los líderes nacionales de Clubes del STICA, Manuel Antonio Cáceres y Elías Villegas.

Comienzan el trabajo

Fundado el Club, los muchachos deliberaron para decidir por dónde comenzarían el trabajo. Uno de los socios propuso: "Aquí ni comemos hortalizas, ni las cultivamos para vender. La maestra dice que son muy buenas y que dejan platita. ¿Qué les parece si comenzamos por cultivar una parcelita de hortalizas"? Todos aceptaron la idea.

Un día los muchachos se aparecieron en "La Guirnalda", la finca de doña Juana Pozas. No; esta vez no venían a hurtarle guayabas o aguacates.

Ni a fastidiarla con alguna travesura. Venían para rogarle su ayuda; necesitaban un pedacito de tierra para cultivar sus hortalizas. Generosa, doña Juanita, aceptó ceder a los muchachos el uso de 60 varas cuadradas de su terreno.

Era cosa de ver a los chiquillos. Apenas terminaban las clases, salían disparados hacia "su propiedad", para turnarse en el trabajo. No pasó mucho tiempo sin que la población de San Antonio viera a los niños cosechar las mejores hortalizas que jamás hubo en la región. De la venta guardaron parte del dinero para fondo común del club. El resto se distribuyó entre los socios. El libro escolar que faltaba; un par de pantalones nuevos; algún juguetillo regalito para mamá; unos refrescos de más. Por primera vez en la vida, esos niños de San Antonio ganaban con su trabajo algo de su sustento. Felicidad y orgullo. Y la evidencia de que, trabajando unidos, podían ser mucho mejores.

Construyen la Casa-Club

Don Gabriel Alonso, el sastre del pueblo, alzó la cabeza de su máquina de coser, para escuchar a su hermano Virgilio. Don Gabriel poseía una casita muy vieja que no usaba para nada. Y cuando su hermano le pidió que la obsequiara al club tardó muy poco en acceder.

Los chiquillos desmantelaron la casita y llevaron la madera al lote de 15 varas cuadradas que les había obsequiado don Melchor Martínez, agricultor de San Antonio. Allí se construyó la casa-club. El Agente de Extensión les ayudó a hacer el plano. STICA les obsequió las puertas. Don Emilio Martínez, el alcalde, donó las ventanas. Un padre de familia trajo unos picaportes que le sobraban. Las señoras y niñas hicieron adornos.....

Palos y barro. Fe y entusiasmo.

Los chiquillos que antes vagabundeaban por la aldea pintarrajeando paredes, rompiendo vidrios o atando latas a las colas de los perros, ahora, trabajan incansablemente en la construcción. Pronto, sus padres vinieron también a ayudarles. Más tarde, vecinos, amigos, todo el mundo vino a darles su aporte. Y al cabo de dos meses la obra quedó terminada.

En casa-club, los socios celebran sus reuniones de trabajo y sus programas recreativos. Hace poco, ofrecieron en la sede una semana de Mejoramiento del Hogar, que tuvo mucho éxito. Pero la casa no sólo

sirve para los niños. También las reuniones de comités y agrupaciones de mayores tienen lugar en ella. Así la casa-club de San Antonio se ha convertido en el centro de la actividad comunal.

Miran al futuro

Hoy día, el número de socios del club se ha duplicado. Su proyecto actual es la construcción de letrinas; ya hicieron la primera. Además, planean cultivar entre todos una parcela de arroz y de frijol, para aumentar los fondos del club. Están comenzando a formar una pequeña biblioteca. Aspiran a interesar a las autoridades nacionales a intensificar la campaña antipalúdica de San Antonio. A todos estos planes, Virgilio Alonso ha contribuido con su indomable entusiasmo y su experiencia.

Virgilio no olvida el puente

Tuvimos el gusto de conocer a Virgilio Alonso durante un receso de la Segunda Conferencia Latinoamericana de Líderes de Juventudes Rurales, que se celebró en San José de Costa Rica.

Su cara morena está iluminada por unos vivaces que parecen desmentir sus 41 años de edad. Nos habló con entusiasmo de los proyectos de "sus muchachos" de San Antonio.

"Pero la necesidad que más inquieta -dijo Virgilio- es la del puente de Yaruca. Esa obra tiene que hacer se algún día. No sé si yo alcanzaré a verla terminada. Pero confío en que los muchachos del club la lleven adelante. Para eso es necesario que se conviertan en verdaderos líderes, capaces de manejar su programa sin mi intervención. Así la obra será de valor permanente".

Virgilio terminó diciéndonos: "Por eso he venido a esta conferencia interamericana de Costa Rica, para aprender la forma de educar a esos líderes que un día tomarán mi lugar. Yo sé que entonces ellos podrán construir el puente".

Lo que Virgilio quizás no sepa es que ha tendido para su pueblo un puente mucho más fuerte y duradero que el puente de Yaruca: aquel puente que lleva de la ignorancia al progreso y de la miseria a la felicidad.

"Feature" con estilo de narración

EL BOSQUE DEL MAESTRO

Por José Víctor Sagastume

Hace tiempo llegó a oriente un maestro muy pobre. Algunos opinan que llegó del Sur; otros que de Occidente. Lo cierto es, que era muy recto y llevaba levantada la frente. Su situación económica era mala, debido a lo poco que ganaba. No obstante las penalidades que pasaba y por su grande amor al ARBOL, pudo ahorrar para comprar un terreno cercano a la escuela en donde servía y edificar su cátedra.

Con la ayuda de los niños formó un vivero que muy pronto se vió cubierto de preciosos arbolitos, listos para su trasplante. Luego cercó el predio y después hizo los hoyos para depositar ellos el tema de su lección. Fue en un mes de Mayo, un día domingo y aprovechando una hermosa mañana, tranquila como el alma de un justo, que llevó bien formados a sus niños frente al predio. Allí les ordenó detenerse. Se paró ante ellos y con voz elocuente, llena de sabiduría y entusiasmo, les habló en los siguientes términos:

"La vida de los hombres se asemeja a la vida de los árboles. Cuando están pequeños hay que cuidarlos hasta que puedan defenderse por sí solos. Estos árboles que hoy vamos a confiar a la madre tierra, simbolizan el corazón, el carácter y el valor de ustedes. Por eso quiero que los plantemos este día y que cada uno de ustedes, armonice su vida al crecimiento de ellos. Los árboles deben crecer rectos: desafiar con coraje las inclemencias del tiempo; que ni el huracán los quiebre ni el tiempo los envejezca. Así ustedes deben seguir este ejemplo: ser fuertes, sanos de espíritu y de cuerpo, de frente levantada y jamás doblegarse ante el déspota o tirano".

Después hubo un silencio profundo....

Aquel apóstol se inclinó hasta el suelo y de rodillas besó la tierra y alzando la cabeza, fijó su mirada hacia el Oriente. Rezó con devoción y volviéndose hacia sus discípulos prosiguió hablando:

"Quiero -les dijo- que todos los años vengan a este recinto a recordarme y que el eco de mis palabras, vibre siempre en sus corazones".

Así terminó el acto sencillito de aquella mañana. To dos volvieron con el alma henchida de entusiasmo y la lección jamás fue olvidada.

Los años pasaron y aquellos árboles crecieron unidos formando un bosque. Y los niños se tornaron hombres fuertes como los árboles y grandes como el Maestro - que sembró aquel bosque....!

Observe la diferencia de estilo y de construcción que existe entre el "feature" corriente y el especial; un breve análisis comparativo de los ejemplos de las páginas anteriores será suficiente para apreciar con claridad ambos detalles, desde la introducción hasta la conclusión.

Elementos del "feature"

Como la noticia, y en general como toda pieza escrita, el "feature" se compone de título y texto; el texto, a su vez, tiene introducción, desarrollo o cuerpo y cierre o conclusión.

INTRODUCCION - La introducción del "feature" puede diferenciarse de la introducción de la noticia en que admite más detalles, puede ser más extensa y permite mayor variedad de estilos. Observe que decimos "puede diferenciarse"; porque también es posible escribirla como la introducción de una noticia. En todo caso, tenga presente que de la introducción depende que el lector siga adelante o vuelva la página.

No hay fórmulas definitivas para escribir introducciones de "features"; pero puede hacerse la recomendación, especialmente para extensionistas y para informadores de servicios de divulgación, de que es conveniente que la introducción presente el tema de que trata el "feature" y establezca la acción que se desea del lector.

Mencione nombres propios y lugares, describa cosas conocidas; hablele al lector y refiérase a lo que piensan, dicen y hacen las personas. Explote estos ángulos de su introducción.

¿Cree usted que un agricultor puede tener interés en conocer lo que hizo, con buenos resultados, otro agricultor? Si tiene el mismo problema, es muy posible que sí. Entonces diga qué fue lo que hizo el otro agricultor, y presente en la introducción misma el asunto. Veamos este ejemplo citado por Juan Díaz Bordenave:

"Ya acabamos con aquello de recoger doble cantidad de duraznos por sólo la mitad de las ganancias". Esto es lo que dice don Juan Gómez, de Pacayas, respecto - al nuevo método de ralear las flores de los duraznos mediante atomizaciones. "Cuando raleábamos los árboles a mano tardábamos 3 semanas. Con el nuevo equipo de atomización hacemos el trabajo en un día", -agregó don Juan.-

La introducción del "Artículo de experiencia personal" incluido en pág. 37, presenta otro ejemplo como el anterior.

Por qué no apelar directamente al interés del lector por medio del "usted"? Repase las introducciones de los artículos de "Noticia comentada" y de "Promoción y enseñanza", y observe que son atractivos porque van directas al lector. Veamos este otro ejemplo, también citado por Juan Díaz Bordenave:

-Unos despreciables y casi invisibles insectos roban el dinero de los cafetaleros, a razón de 10 millones de pesos por año. Cuánto de ese dinero le han robado a usted?-

Usted sabe que las personas, especialmente en las comunidades rurales, sienten cariño por el lugar donde viven; por consiguiente, les interesa lo que se refiere a su localidad. Allí tiene usted otro elemento para explotar en una introducción:

-Turrialba es una ciudad pequeña, pero bonita. Los turrialbeños son gente de trabajo y amigos de todo lo que significa progreso. Les gusta la música y el fútbol.

La calle central de Turrialba era de tierra; en invierno los turrialbeños tenían que caminar a saltos, para evitar los huecos y los lodazales. Ahora el pueblo tiene su calle central pavimentada. Los turrialbeños, especialmente sus lindas muchachas, pasean ahora a sus anchas por la calle, los domingos en la tarde y en las noches entre semana.-

Le parece a usted que los lectores de Turrialba seguirán leyendo después de esta introducción? Es posible que sí, porque a todos nos interesa lo que se dice del pueblo o ciudad donde vivimos.

No se conforme con la primera introducción que escriba; revísela y si no es satisfactoria reescribala cuantas veces sea necesario; su esfuerzo producirá un "feature" más leído y aumentará su experiencia para las próximas tareas.

DESARROLLO O CUERPO - Esta parte del "feature" debe contemplar determinados argumentos de persuasión y convencimiento, relacionados con la idea presentada en la introducción.

Por ejemplo, ¿cuál es el provecho o ventajas que sus lectores pueden derivar de la idea que usted expone? Dígalo concretamente, o incite al lector a evaluar lo que está leyendo. ¿Hay técnicos que pueden ayudarle al lector a poner en práctica las recomendaciones que usted da? Diga quiénes son, dónde están y qué pueden hacer por el lector. Si hay publicaciones sobre la misma materia, dígale también al lector dónde están y cómo puede obtenerlas.

Cite ejemplos de personas que pusieron en práctica la idea con buenos resultados. El ejemplo es un argumento muy convincente; especialmente si la persona es bien conocida en la comunidad; incluya, al relatar un ejemplo, citas textuales de las personas.

Analice el desarrollo del "artículo de promoción y enseñanza" incluido en pág. 36; observe las anotaciones marginales y compruebe que toda esta parte del "feature" está destinada a presentar argumentos para reforzar la idea presentada en la introducción. Observe, además, la buena ilación que hay en las transiciones de párrafo a párrafo.

Una práctica muy recomendable es usar subtítulos, especialmente cuando el desarrollo divide el tema en varios ángulos, como en el ejemplo de artículos de "Experiencia personal" (pag. 37).

Los subtítulos por sí solos dan una información, y hacen que el texto parezca más claro; debido a la fragmentación de la columna: Veamos un ejemplo del uso de subtítulos:

EN VERANO HAY ESCASEZ DE BUENOS PASTOS

En el verano es difícil para usted alimentar bien a su ganado; el pasto se seca y sus animales no recogen del potrero todo el alimento que necesitan. El ganado pierde peso y la producción de leche y carne baja. Esto - quiere decir que usted pierde dinero.

Solucione este problema

Usted puede solucionar este problema; déle a su ganado harina de semilla de algodón; esta harina es un magnífico refuerzo alimenticio.

Ponga la harina en canoas

De acuerdo con el número de animales disponga de las canoas necesarias y distribúyalas en el potrero. Ponga todos los días en las canoas la harina que vana consumir los animales. Calcule de 1 a 2 libras diarias por animal.

Para que los animales se acostumbren a comer la harina, revuélvala con un poco de sal corriente los primeros días.

¿Dónde se consigue la harina?

Se consigue en las casas comerciales que venden productos ganaderos en San José. El Agente Agrícola de su localidad le dirá dónde.

CIERRE O CONCLUSION - Siguiendo la secuencia de que la introducción presenta una idea y el desarrollo argumenta en favor de la idea, la conclusión, lógicamente, deberá decir qué hacer y cómo hacer para - llevar a la práctica la idea.

Pero no siempre es posible decir qué hacer y cómo hacer en el cierre; a veces las instrucciones son muy complicadas, o muy extensas, y el periódico no parece ser el canal de comunicación más provechoso en casos similares; es por eso que la conclusión puede incluir, a cambio del qué hacer y cómo hacer, una indicación respecto a dónde puede el lector encontrar más información sobre métodos y técnicas; o puede incluir recomendaciones, conclusiones o ideas que el lector pueda recordar y aprovechar.

TITULO - Las recomendaciones incluídas al tratar del título de la - "noticia" (pág. 31) tienen el mismo valor en cuanto al "feature".

Sin embargo, hagamos una observación más: además de breve, activo y atrayente, el título del "feature" debe ser directo al lector, para que su función se cumpla más eficientemente.

Mientras que en la noticia el título define el carácter o la naturaleza del hecho, sin esperar de los lectores una acción inmediata, en el "feature", en cambio, el título debe ser algo más que definición: debe ser estímulo que invite, que sugiera o provoque en el lector el deseo de actuar.

Diríase, pues, que en el título debe empezar a cumplirse la finalidad del "feature", que es didáctica.

Veamos algunos ejemplos, tomados de la revista "Extensión en las Américas" y de artículos preparados en el Departamento de Información Agrícola del Ministerio de Agricultura e Industrias (MAI), Costa Rica:

-USE LA PRENSA EN SU TRABAJO DE EXTENSION

-USTED PUEDE PRODUCIR MAS CAFE

-ACABE CON LOS HORMIGUEROS DE SU FINCA

-Con el mismo hato

PRODUZCA MAS LECHE

-USAN HELICOPTEROS PARA ATOMIZAR BANANALES EN ECUADOR

-Apúntese a ganar

HAGA BUEN USO DE SU CREDITO

Muchos periódicos cambian los títulos del material que se les envía, de acuerdo con sus propias normas editoriales; ello ocurre

especialmente con las noticias; pero tratándose de "features", es conveniente incluir títulos y subtítulos sin pensar en que pueden ser cambiados; si son buenos, lo probable es que no sean alterados.

PREPARACION DEL COMENTARIO O COLUMNA

Estilo

El comentarista debe dirigirse a sus lectores como si estuviera hablando con ellos, en estilo llano y familiar. No hay restricción en el uso de la persona gramatical; usted puede empezar en tercera persona, retroceder a la primera y saltar a la cuarta, y así sucesivamente. Es tan personal este género, que usted puede escribir hasta en primera persona. Veamos:

-Creo que es muy buena la idea que el agricultor don Juan Rojas lanzó ayer, en la reunión del club de Agricultores de Liberia, para formar una cooperativa.-

Una manera de personalizar es tratar a los lectores de "ustedes", "amigos míos". Mencione muchos nombres de personas; recuerde que la gente siempre está interesada en saber lo que dicen, piensan o hacen los vecinos y los personajes conocidos; estas referencias le dan al comentario gran atracción. Por algo es válido el refrán periodístico que dice: "Los nombres hacen noticias".

Mantenga siempre el vocabulario llano y, si cabe, intercale toques de buen humor, sin olvidar que lo que usted persigue es aconsejar, orientar y guiar a sus lectores.

Contenido

A menos que haya un asunto de urgente interés y actualidad local, regional o nacional, que merezca todo el espacio de una columna, desarrolle varios temas en cada edición.

Incluya noticias, anuncios, recomendaciones, consejos, opiniones, etc.; cada tema, desde luego, separado de los otros.

Encabece cada tema con un subtítulo breve y activo; en vez de decir "Esta es la época de atomizar los cafetales", escriba "Atomice ahora su cafetal". Los subtítulos llaman la atención del lector y rompen la monotonía del texto corrido.

Coloque de primero en su columna el asunto o tema de mayor actualidad o el que sea de interés para el mayor número de lectores; cubra la mayor porción geográfica del área para la que usted escribe, y no "cargue la mano" sobre un tema determinado si hay personas interesadas en otros temas. Recuerde que usted escribe su columna para que la lean

personas de muy diversas actividades e intereses.

Esto puede lograrlo usted escribiendo sobre varios asuntos, en forma breve, pero sin dejar de contestar a la mayoría de las preguntas QUE, QUIEN, CUANDO, DONDE, COMO y POR QUE.

Nunca critique a nadie en su columna; ni haga comparaciones entre sus lectores ni exalte exageradamente a alguno de ellos. En lugar de desánimo, su columna debe dejar sensación de estímulo entre sus lectores.

Formato

El comentario se identifica por medio de un título permanente; inmediatamente después va el nombre, cargo, y sede del autor; he aquí algunos ejemplos:

HABLEMOS DE LA FINCA
Por Rogelio Ramos
Agente Agrícola
San Ramón, Alajuela

COLUMNA 4-S
Por Julio León
Asistente de Clubes 4-S
Palmares, Alajuela

RINCON DE LA MUJER Y DEL HOGAR
Por Virginia Solano
Mejoradora del Hogar
Grecia, Alajuela

VENTANA DE LA SALUD
Por Inés Rojas
Educatora Sanitaria
Santa Cruz, Guanacaste

COMO ANDA SU VOCABULARIO?
Por Jaime Arias
Director de Escuela
Santa Cruz, Guanacaste

Es muy conveniente que la columna tenga un lugar fijo en el periódico; también le favorece que sea "levantada" en un tipo diferente al de texto corriente, y ojalá "sangrada"; estos detalles le ayudan al lector a ubicarla con facilidad, y la columna misma adquiere su propia "personalidad".

Desde luego, usted puede conversar con el director del periódico para lograr el tratamiento preferente que esos detalles implican.

En muchos países, Estados Unidos especialmente, los periódicos incluyen una pequeña fotografía del autor, con la intención de que sea reconocido no sólo en el papel sino también en el medio donde se desenvuelve.

Ejemplo de columna

VIDA DE CAMPO

Por Ramón Martínez
Agente de Extensión Agrícola
Carvajal, Provincia de Prado

¿Cómo les va amigos? Esta semana nos sorprende en plena preparación de las tierras para la siembra del arroz. Se han iniciado las reuniones de los comités de agricultores que estudian los precios del cereal para este año. Como tuve que asistir a varias de ellas esta semana, tengo pocas noticias:

Don Raimundo Costa instala comedero automático

La señora de don Raimundo Costa ya no tiene por que preocuparse de que sus gallinas no pasen hambre. Don Raimundo ha comprado un comedero automático. El sábado pasado tuve ocasión de visitar la granja "El Huevo de Oro", de los Costa, y creo que todos ustedes debieran pasar por allí cuando les vanga bien. No se arrepentirán. Con el nuevo comedero las gallinas de doña Brígida están siempre satisfechas y no ensucian la comida. El comedero se llena solo a medida que las gallinas comen. Me dijo don Raimundo que el asunto no es caro. Aunque tuvo que desembolsar unos pesos de entrada, cree nuestro amigo que a la larga saldrá ganando plata.. ¿La razón? Menos mano de obra necesaria para el reparto del alimento ...y menos desperdicio.

Un nuevo silo-trinchera en "La María"

Como ustedes saben, la granja "La María" de don Manuel Sánchez, produce gran parte de la leche que se consume en la ciudad de Santa Cruz. Ultimamente, y con motivo de la sequía, don Manuel andaba muy preocupado por el estado de sus vacas. Conversando con don Manuel la semana pasada, le hablé sobre las ventajas de construir un silo-trinchera. Además de ser barato -le dije- es fácil de construir. Con don Manuel localizamos un buen sitio para el silo, cerca del corral. Le di a don Manuel un folleto del Servicio de Extensión Agrícola titulado "Construya un silo-trinchera". Este folleto contiene instrucciones completas sobre los materiales, las medidas y

otros elementos que se necesitan conocer para hacer un buen silo. Naturalmente, le ofrecí a don Manuel la ayuda técnica que yo pueda darle. Ayer don Manuel vino a mi oficina para fijar el día en que comenzará la construcción del silo.

No lo olviden!

La Mejoradora del Hogar, señorita Aida Caballero, recuerda a las señoras socias del Club de Dueñas de Casa "Todas con Chemise", que el miércoles 8 de agosto, a las 7 y 30 de la tarde habrá una demostración en la casa de doña Cecilia de Valverde. En dicha demostración la señorita Aida enseñará a hacer conserva de tomates. Se servirán refrescos.

Pensamiento de la semana

"La agricultura ennoblece al hombre porque lo pone en contacto con la naturaleza y lo acerca a Dios".

Es muy importante la puntualidad en la entrega del material al periódico; si usted falla una vez con su columna, el director del periódico tal vez se lo perdona; pero si vuelve a fallar, lo probable es que usted haya perdido un excelente medio de comunicarse con su público.

PRESENTACION DEL MATERIAL

La presentación de su material es importante. Siga estas recomendaciones:

1. Escriba sólo por una cara de la hoja
2. Escriba a máquina, a doble renglón
3. No haga borrones o tachaduras
4. Deje unas 4 pulgadas en blanco, arriba de la página, para que el editor en el periódico pueda escribir las indicaciones al linotipista y al formador.
5. Deje márgenes de una pulgada a derecha e izquierda de la página.
6. Si su artículo lleva más de una página, ponga CONTINUA debajo de la última línea escrita.

- Cuarta parte -

ILUSTRACIONES

Las ilustraciones añaden interés y ayudan al lector a comprender lo que lee. Pueden ser fotografías, dibujos lineales o gráficos. Las fotografías tienen una ventaja enorme: las entiende todo el mundo; los eruditos y los iletrados. Es "el más universal de todos los lenguajes".

El uso de las ilustraciones tienen algunas limitaciones:

Los clisés son caros; no todos los periódicos reciben las fotografías y costean los clisés; es difícil tomar buenas fotografías; muchas oficinas de información no tienen fotógrafo ni laboratorio; se necesita un dibujante para preparar dibujos lineales y gráficos.

FOTOGRAFÍAS - Una buena fotografía debe llenar los siguientes requisitos:

1. Debe mostrar personas, animales, cosechas, objetos
2. Debe mostrar gente en acción y no en "pose"
3. Tratándose de grupos, deben ser lo menos numerosos posible
4. Debe enfocar un solo objetivo, una idea única
5. Tratándose de objetos, deben tener algún elemento comparativo que indique su tamaño real (una mano, un sombrero, una herramienta y preferible una persona)
6. El fondo debe ser neutro para no restarle interés al objetivo central

Las fotografías para clisés deben imprimirse en papel brillante, preferiblemente en tamaño 8 x 10". Cada fotografía debe llevar, adherido con cinta engomada, un calce o lectura. Muchos lectores sólo ven las fotografías y leen la explicación; de ahí que es importante escribir buenos calces.

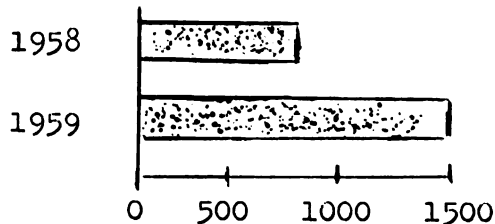
Un buen calce no es el que describe lo que muestra la fotografía. Imaginémos una fotografía de niños riéndose; ¿para qué decir, en el calce, que los niños se ríen, si lo estamos viendo? ¿No sería mejor decir cuál es el motivo de la alegría de los niños?

DIBUJOS LINEALES - A menudo un dibujo lineal simple es más efectivo que una fotografía, especialmente en casos en que es necesario mostrar detalles específicos, como partes de maquinaria, secciones del cuerpo humano o de animales, etc. He aquí algunas sugerencias para hacer más efectivo el uso del dibujo lineal:

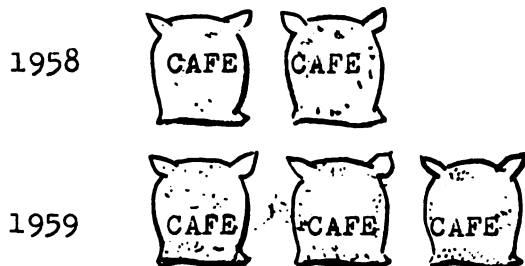
1. Use dibujos con detalle simple
2. Ilustre una sola idea en cada dibujo
3. Coloque las figuras (humanas o de animales) de frente al texto
4. Si copia el dibujo, diga de dónde tomó el original

GRAFICOS - Tenga mucho cuidado en el uso de los gráficos para ilustrar su artículo; muy pocas personas se detienen a estudiar este tipo de ilustraciones. Para salvar este escollo, se ha encontrado que el uso de figuras (pictogramas o gráficos animados) en sustitución de las otras formas tradicionales, da muy buenos resultados.

Veamos, como ejemplo, este caso; usted necesita demostrar el aumento de la producción de café en su área de una año a otro; en la forma tradicional de barras, usted usaría el siguiente gráfico:



Con figuras representativas, usted podría usar el siguiente gráfico:



Bien usados, los gráficos atraen, interesan, guían al lector hacia hechos importantes y ayudan a recordarlos.

Generalmente se usan los siguientes 7 tipos de gráficos: horizontales, verticales, lineales, de círculo, organogramas, diagramas y mapas.

- Quinta parte -

DISTRIBUCION

Entregue sus materiales con suficiente anticipación a la fecha en que van a publicarse. En cuanto a las noticias, que a veces se producen a destiempo, haga esto: averigüe cuál es la hora de cierre en los periódicos; casi todos los periódicos tienen una hora de cierre, a partir de la cual no se procesa material alguno, a menos que se trate de noticias muy importantes. No llegue con su material después del cierre, a menos que su noticia sea muy importante.

¿Puede usted llevar su material al periódico? Si puede, llévelo usted mismo; si no puede, designe una persona de su oficina para que se encargue de esa tarea.

Si los redactores van a su oficina, no los haga esperar; tenga listo el material, en sobres individuales.

Si tiene que valerse del correo, recuerde que este medio es muy lento, especialmente en las áreas rurales.

EVALUACION

Tal vez las tres cosas más importantes que usted puede evaluar de su trabajo de prensa son las siguientes:

1. Aceptación de su material por los periódicos
2. Número de lectores
3. Aprovechamiento por los lectores de la información, o sea determinar si se han alcanzado los objetivos, y en qué grado.

Existen tres tipos de evaluación:

1. Evaluación formal
2. Evaluación semi formal
3. Evaluación informal

EVALUACION FORMAL - Este es el tipo de evaluación que da resultados más exactos. Sin embargo, la evaluación formal es difícil por varias

razones: 1) requiere el dominio de técnicas especiales; 2) el trabajo toma tiempo y 3) demanda un presupuesto.

No es recomendable tratar de evaluar formalmente, a menos que un especialista dirija el trabajo.

EVALUACION SEMI FORMAL - Este tipo de evaluación es más confiable que el informal y no demanda técnicas muy especializadas, aunque sí el manejo de instrumentos que, como la encuesta, requieren cierta habilidad.

El Dr. Fernando del Río señala 5 fuentes de evidencia para esta clase de evaluación; son las siguientes:

1. Encuestas realizadas con la ayuda de los agentes de extensión, líderes, miembros de los clubes 4-S, escolares, etc.-.
2. Entrevistas con editores, agentes, especialistas, agricultores y amas de casa.
3. Inventarios sobre opiniones, interés y actitudes llenados en reuniones promovidas por los agentes (agricultores, amas de casa, jóvenes de los clubes etc.).
4. Archivo de noticias, boletines, programas radiales, ferias, etc., con indicación de fechas; asistentes o lectores; reacciones del público, etc.-.
5. Observación sistemática por parte del informador de los problemas que confrontan los agricultores y de las reacciones sobre su información.

EVALUACION INFORMAL - Este tipo de evaluación no da resultados exactos, pero es viable y puede hacerse sin costo, en menos tiempo y con poco esfuerzo.

Por medio de un archivo de recortes de periódico usted puede saber cuánto del material distribuido fue publicado, y consiguientemente cuál fue la aceptación que tuvo.

El recurso de ofrecer algo a los lectores a cambio de que le escriban a usted, a veces da buenos resultados.

En una información sobre cultivo de hortalizas, por ejemplo, incluya, en el cuerpo o al final, un párrafo como el siguiente:

-¿Quiere usted probar semillas de tomate de una nueva variedad criolla, sin que le cueste dinero?
Escriba pidiéndonos un sobre de semillas para sembrar una era de 10 metros cuadrados. Escriba al Departamento de Información Agrícola, Ministerio de Agricultura - San José. Ponga su dirección bien clara para que le lleguen las semillas sin atraso.-

Por la correspondencia que reciba, usted podrá calcular cuánto están siendo leídos sus artículos, y tendrá, por lo menos, una idea de "con qué resultados" su público está leyendo sus artículos, aunque este punto, específicamente, sólo podrá determinarlos con exactitud por medio de una evaluación formal.

BIBLIOGRAFIA CONSULTADA

1. **AGRICULTURAL and Technical Journalism.** Fox, Rodney
New York, Prentice-Hall. 1952. 29 p.
2. **EL ARTICULO de Extensión.** Díaz Bordenave, Juan E.
Turrialba, Costa Rica, I.I.C.A., s. f. e.
4 p. mimeografiado.
3. **ESCRIBA Noticias para el Periódico de su Localidad.**
El Mensajero Extensionista 1(6):1-9. 1958.
4. **ESCRITURA para la Lectura y Escritura para la Basura.**
Coto Monge, Rogelio. Extensión en las Américas
3(5):16-18. 1958.
5. **ESCRIBA como para que todos le entiendan.** Díaz
Bordenave, Juan E. El Mensajero Extensionista
1(9):1-8. 1958.
6. **LOS EXTENSIONISTAS y La Prensa.** Díaz Bordenave, Juan
E. Turrialba, Costa Rica, I.I.C.A. s. f. e.
5 p. mimeografiado.
7. **HANDBOOK for County Correspondents.** Esmond, Robert
V. Wisconsin, University of Wisconsin 1956 20 p.
8. **INFORMACION de Extensión Agrícola.** Beltrán, Luis Ramiro.
Turrialba, Costa Rica I.I.C.A. 1957. 32 p.
9. **INTERPRETATIVE Reporting.** MacDougall, Curtis D. Rev.
ed. New York, MacMillan, 1948. x,751 p.
10. **MODERN News Reporting.** Warren, Dorothy B. New York,
Harper and Brothers 1951. 490 p.
11. **THE MODERN Reporters Handbook.** Jones, Hohn Paut. New
York 1954 430 p.
12. **PHOTOJOURNALISM; Pictures for Magazine and Newspaper.**
Tothstein, Arthur. New York, American Photographic
Book Publishing 1956. 197 p.
13. **A REPORT of the Central American Agricultural and Home
Economics.** Extension Information Seminar. San Jose,
Costa Rica. IAIAS, January 29, February 8, 1957. 128 p.
14. **SEA un Buen Comunicador.** Díaz Bordenave, Juan E. & Figuerido
Oliveira, Homero de. El Mensajero Extensionista
1(8):1-12. 1958.

15. THE WRITTEN World in Agricultural Advisory Work. The European Productivity Agency of the Organization for European Economics Co-operation. Francia, El Autor, 1956. 78 p.
16. THE A. P. Writing Handbook. The Associated Press New York 1951. 15 p.





IICA CH