

<u>ESTILO</u>	<u>ACTITUD</u>	<u>GÉNEROS</u>
Informativo. Nivel I.	Información.	Noticia, reportaje actualidad, entradilla actu.
Informativo. Nivel II.	Interpretación	Reportaje intertp., entrevista literaria, crónica
Editorializante	Opinión	Artículo; editorial, columnas, críticas, comentario, cartas, colaboraciones
Ameno, literario.	Entretenimiento. Divulgación de conocimientos Creación literaria	Textos literarios, artículos literarios, ensayos, humor, ficción, tiras...

Cuestiones generales:

Aspectos a tener en cuenta en la elaboración de un texto periodístico:

- 1.- Organizar adecuadamente las ideas; dominar y saber las ideas que tenemos para crear los bloques.
- 2.- Unidad del pensamiento en un párrafo; se ha de confeccionar bajo criterios.
- 3.- Desarrollo del pensamiento completo contenido en cada oración.
- 4.- Claridad en la exposición del contenido.
- 5.- Enriquecer el vocabulario y usar acertadamente las palabras, los términos...
- 6.- Evitar las muletillas.
- 7.- Uso correcto de los signos de puntuación.

Estructuración interna de un texto periodístico:

- 1.- Objetivo: informar, comentar, analizar, criticar.
- 2.- Destinatarios: prensa diaria, medio especializado, ideología del público, línea editorial del medio...
- 3.- Tema: quiénes son los protagonistas.

Motivo del hecho.

Causas o antecedentes.

Consecuencias o expectativas.

- 4.- Subtemas: observaciones políticas, culturales, económicas...

- 5.- Selección: sólo el material útil.

- 6.- Jerarquización: del material útil, ordenar datos, ideas, según su importancia...

Estructuración externa de un texto periodístico. forma:

1-. Ordenar: planificar el trabajo.

Texto informativo: nº párrafos, datos y jerarquías.

Texto de opinión: datos al principio, datos nudo, conclusión.

2-. Lenguaje: apropiado al género que manejemos.

3-. Tono: según el tipo de texto; ironía, seriedad, persuasión...

4-. Estilo: propio. El que cada cual tenga.

La entradilla:

Se ubica en el espacio de los titulares.

Los datos se sacan del texto.

Es un texto aparte que se elabora una vez que se ha redactado la noticia.

En el texto informativo es un resumen de todo el texto informativo.

Si las W principales son respondidas en la entradilla y el primer párrafo de lectura es una continuación.

Texto que antecede a la información, pero cumple distintas funciones según cuál sea el texto periodístico al que acompañe. Por ejemplo; resume las ideas principales en una noticia, destaca algunos rasgos esenciales en una entrevista y presenta artículos de opinión (sin síntesis), presenta a su autor.

CONFERENCIA

Los temas que se abordan en las conferencias son de todo tipo, aunque en ocasiones los utilizamos como sinónimos, si que existe una diferencia; así se considera conferencia a aquellas exposiciones de una cierta envergadura por su temática, por su finalidad... y se utiliza la terminología de charla para algo de carácter más abierto, más divulgativo, nos remite a un ambiente más informal.

Acerca del seguimiento de jornadas o charlas por un medio de comunicación. No suelen atraer mucho a los medios comunicación excepto si la persona es famosa o está de actualidad, la mayoría de las veces lo que suelen hacer para no acudir a las jornadas es entrevistar a la persona organizadora o importante y luego sale el día de la jornada con la entrevista.

Cuestiones a tener en cuenta

1-. Actitud del profesional durante el seguimiento de la charla.

Nuestra actitud cambia radicalmente cuando vamos como profesionales que como público. Nuestra atención ha de ser continua, de mucha concentración. no podemos despistarnos.

Fijarnos también en que es lo que pasa a nuestro alrededor, qué es lo que pasa entre la gente; sala llena, la gente atiende o se aburre...; hablar de la capacidad de transmitir que tiene el congregante...

Además de transmitir las ideas principales, transmitir también los datos de ambiente, de personaje...

Hemos de recordar que desde el ejercicio de la profesión periodística, se ejerce un trabajo de mediación entre la persona que emite el discurso y el público que recibe la infamación. De esta manera periodistas y periódicos nos convertimos en nuevos emisores.

2-. Recogida y selección de datos e ideas. 3 principales puntos de atención:

2.1. A lo que se dice y como está tratado, desarrollo del discurso en sí...

2.2. Aptitudes comunicativas. Gestos y formas de expresión, tics, seriedad del tono...

2.3. El comportamiento y las reacciones del público. El ambiente que se generó en la sala. (Combinar grabadora y datos).

El tomar notas nos aporta la estructura, un orden de importancia. Cuando tomamos esas notas, se trata de recoger las ideas principales.

Tenemos que tener el discurso probado porque vamos a ir al punto de la conferencia que más nos interesa y recoger datos textuales.

La persona conferenciante:

Importante recoger todos los datos profesionales de esta persona, si tiene cargos de responsabilidad, si ha escrito un libro... Estos datos se nos pueden dar en la conferencia, si no es así, tendremos que preguntarlo. También es importante recoger estos datos.

También tenemos que preocuparnos de tratar de captar alguna parte de la personalidad que haya sido expresada en el transcurso de la conferencia. Destacar si ha causado interés en la gente.

Señalar, por ejemplo, si la conferencia empieza con un retraso considerable, si ha habido demora, si el acto fue extenso o muy breve.

Tono que se ha utilizado en la conferencia; científico, serio... si se utilizaron videos, internet, transparencias o internet como apoyo.

También puede haber expresiones de desagrado por parte del público, conferencias boicoteadas... Dependiendo de como sean las manifestaciones del público, si son importantes y de gran interés deben ir en el lead.

Datos informativos imprescindibles:

Pertenecen al contexto informativo:

1-. Nombre completo y correcto del congreso, jornadas, ciclo... que se celebra.

2-. Nombre y apellidos correctos de las personas que ofrecen las conferencias, ente, organismos o comisión organizadora.

3-. Título de las conferencias, lugar de celebración, hora de comienzo y duración (si hay retrasos, si se justifican...) si la sala está completa o vacía.

Datos de contexto:

- 1-. Si inaugura o clausura alguien la conferencia.
- 2-. En el caso de que haya varias personas, fijar cadena de intervenciones.

Fases de la redacción:

- 1-. Lenguaje.

Conciencia de que estamos ante un acto irreplicable. Fijarnos en lo que se dice, cómo se dice y las circunstancias que rodean al acto. Para poder contar o narrar, el desarrollo de una conferencia, se ha de describir la atmósfera que envuelve el acto; tenemos libertad para utilizar todo tipo de recursos literarios. Vamos a poder utilizar adverbios, comparaciones, adjetivos calificativos... Pero aunque dispongamos de libertad, hay que utilizarla con cierta precaución, es decir, en su justa medida, se trata de controlar el lenguaje y recursos que utilizamos.

- 2-. Tipo de datos que vamos a manejar.

Ser conscientes de que vamos a utilizar datos que provienen de tres vías diferentes:

- Datos informativos que ubican y contextualizan la información.
- Datos referidos al discurso, contenidos, expresados durante la conferencia.
- Datos que provienen de la observación.

En el caso de que hubiera varias personas no tenemos obligación de respetar el orden.

A la hora de ordenar, el discurso recordar las 3 fases previas de la retórica clásica:

1. Invención, no la necesitamos, porque le tema ya viene dado.
2. Disposición, disponer los datos, organizar los datos. Decidimos también cuántos párrafos, datos iniciales y reservados también para el último párrafo.
3. Elocución. Redacción. Esfuerzo por desarrollar la eficacia persuasiva y por lograr un cierto nivel estético. UN texto bien resuelto.

Todavía nos quedará la fase del retoque y consiste en corregir o retocar el texto. Se trata en suma de mejorar la expresión de ese texto. Revisamos que una palabra fuera de su lugar, puede estropear una oración, ésta el párrafo y ésta el texto.

- 3-. Estructura.

El lead lo podemos construir de tres formas:

- 1 lead de sumario de una sola idea.
- 1 lead de sumario del resumen general del tema.
- 1 lead de cita textual (esta cita tiene que ser realmente significativa, tiene que tener interés, que sirva como

resumen de iniciación al tema).

Si hay varias personas:

– podemos destacar en el lead, la intervención que consideremos principal, más luego un resumen del contexto informativo. En este caso, podemos usar un cuello, para presentar al resto de las personas participantes.

En el tercer párrafo, arrancaríamos con un orden de importancia.

– hacemos un primer párrafo o lead resumiendo las ideas comunes o bien las contrapuestas, que se han expresado durante la conferencia.

En estas informaciones se aconseja el uso de pirámides invertidas, pero sin descuidar el último párrafo.

Prestar atención a las transiciones entre oraciones y los párrafos. Hay que crear una continuidad en el discurso. Combinar la cita indirecta con la cita textual, más las observaciones.

Título:

Diferentes posibilidades para una conferencia.

– Nombre y apellidos + cita directa (: y ")

– Nombre y apellidos en estilo indirecto (dice...)

Informar en un título que hay una conferencia no es un buen título porque ya no tiene que ocupar un lugar secundario, lo importante es lo que se dice en la conferencia. NO hacer nunca un título diciendo "*fulanito de tal habló ayer en Bilbao*". Como mucho, decirlo un día antes *hablará mañana en Bilbao*.

El comunicado de prensa:

Una gran parte de las noticias que se publican en los medios proceden de los CP.

Son escritos que envían los protagonistas o los organizadores de un acontecimiento a todos los medios de comunicación.

Se informa, se explica, se valora o se opina sobre un asunto o tema.

El hecho de que lleguen a todos los medios, influye que salvo en ocasiones especiales, se consideren de escaso valor periodístico.

Este carácter secundario, ha influido en la costumbre ya habitual de los medios de no citar las fuentes de procedencia cuando elaboran las noticias. Afecta a los lectores, a los que no se da toda la información.

Los CP se envían cuando se tiene algo que contar. La red de emisores es amplísima. Puede abarcar desde un órgano gubernamental hasta un pequeño colectivo de barrio. Puede provenir de fuerzas sindicales, políticas, empresariales...

Esta diversidad de fuentes propicia la diversidad de temas que trata.

Influye también en que encontremos CP en todas las secciones.

En muchas ocasiones funcionan como sustituto de la rueda de prensa.

Diferencias entre nota informativa, nota de prensa y comunicado de prensa:

N. Informativa: sólo contiene datos informativos; qué es el acontecimiento, lugar, momento y a veces un pequeño por qué. Noticias muy breves o agenda.

N. Prensa- CP: se usan indistintamente, aunque el CP es más extenso, más explicativo, importa el origen, mayor valor y consideración en el medio.

Elaboración del CP:

Cuando llega a la redacción, precisa de reelaboración por 2 motivos:

1-. CP que presentan una mala redacción, de la exposición, exceso de detalles, orden inadecuado, abuso de calificativos...

2-. Escritos correctamente redactados, con extensión adecuada, pero escritos por periodistas con mensaje claro que responde a sus propios intereses.

Utilización de los tiempos:

Idea principal, mensaje, objetivo del comunicado. Saber esto, nos lleva a conocer el núcleo de la noticia.

El uso es bastante peculiar:

- Acciones que suceden a partir de mañana mayor valor periodístico.
- Presente entendido como hoy Se convierte en mañana.

Fuentes:

- Firmantes del escrito.
- Canal o medio de distribución.

Hay que citarlas siempre.

Preguntar siempre:

- Quienes son los sujetos o protagonistas.
- Cuál es el objetivo, qué es lo que nos quieres contar.
- Cómo nos lo cuentan.

El ayer nos sirve de contexto. No podemos añadir nada más. El CP es la noticia en sí.

Estructura y estilo en el CP:

Diferencias entre el primer párrafo y el cuerpo de la noticia. Se aconseja el uso de la pirámide invertida (exposición de datos de mayor a menor interés).

Cuando tratamos con CP en los que se expresan juicios de valor, se aconseja entrecomillar las frases o vocablos que consideremos de mayor valor o interés periodístico.

Se aconseja citar la fuente en el primer párrafo y de no ser posible, hacerlo en el segundo, pero no más allá.

Durante el desarrollo de la redacción de los siguientes párrafos, podremos recurrir indistintamente tanto a las fuentes firmantes o remitentes del escrito como al propio comunicado

Lead:

Para el primer párrafo o lead, se aconseja el lead directo o sumarial, se trata de mostrar los datos esenciales de las noticias, el núcleo de la información.

El lead puede ser simple; se aporta la idea principal o puede ser múltiple y se aportarán 2 o 3 datos a modo de resumen.

No hay que descartar la posibilidad de introducir algún elemento interpretativo, valorativo.

Sólo excepcionalmente se puede comenzar el lead con una cita textual.

Cuello:

Es para los antecedentes. Nos ayuda a vincular los hechos de hoy con los del pasado y también lo utilizamos para poner las fuentes firmantes en el caso de que sean diversos colectivos. Pero sólo en el caso de que queramos dar valor noticial a ese hecho.

Cuerpo:

Los datos que explican, que amplían los datos del lead. Aplicamos la pirámide invertida.

Título:

Informativo. El sujeto, la acción misma y las circunstancias, buscando el verbo más adecuado y expresivo.

El carácter interpretativo en el titular siempre lo expresaremos a través del verbo.

Entrevista informativa y entrevistas creativa

Diferencias entre ambas:

- en cuanto a los objetivos:
 - En la entrevista creativa nos interesa la opinión del personaje de manera global.Cuál es su trayectoria profesional, personal.
 - En la entrevista informativa, contar un hecho noticioso es el objetivo principal.
- En cuanto a su presentación en el periódico:
 - En la entrevista informativa se evidencian las preguntas y respuestas.
 - En la entrevista creativa predomina el estilo indirecto.

En la entrevista de personaje es muy importante la fase previa de documentación, nos lleva trabajo prepararlas, es lo que dará calidad a la entrevista.

En el trabajo de documentación debemos acudir a fuentes orales y escritas; hemeroteca, internet... Buscar

información sobre el personaje. También buscar otras entrevistas que se le hayan hecho anteriormente al personaje para repetir preguntas y ser novedosos.

Las fuentes orales; la ideal sería preguntar a gente que conozca al personaje; familia, amigos, etc. porque siempre nos pueden dar datos de su biografía, costumbres, vida...

Esos datos los usaremos en la redacción final de la entrevista.

Otra fuente oral, serían periodistas que ya anteriormente han entrevistado al personaje. Hablando con ellos, sabremos que aspectos agradan y desagradan al personaje a la hora de entrevistarle. Así si tenemos que tocar algún aspecto conflictivo, sabemos que lo tendremos que hacer con tacto.

Y con toda esta documentación oral y escrita podremos elaborar un cuestionario o guión, que después usaremos o no en la entrevista, pero nos ayudará para centrarnos en los temas más importantes que abordaremos. Sintetizar, ordenar y jerarquizar las ideas.

El guión o cuestionario es el eje que va a definir la estructura formal o resultado final del trabajo. Y además ayuda a no quedarse en blanco y enfrentarse a la entrevista con más seguridad.

El guión ayuda a que el personaje no conteste a lo que le da la gana, que no concluya cuando quiera. También debemos hablar con el personaje por si no quiere que le grabemos.

Una entrevista es un diálogo pero en el fondo tiene algo de duelo, porque periodista y personaje buscan sus propios intereses.

¿Cómo formular las preguntas?:

- Evitar hacer 2 preguntas seguidas, porque se tiene el riesgo de contestar la segunda y olvidar la primera.
- En principio las preguntas abiertas son más adecuadas, que las cerradas (respuesta si, no). Hay que tener cuidado con las preguntas cerradas que llevan a la confrontación con el personaje y se las permiten sólo los periodistas ya consagrados. Dependiendo de su transcendencia puede que el personaje no conteste.
- Las características de la entrevista creativa en cuanto ingredientes que debe tener a la hora de escribirlas:
- Elementos descriptivos (rasgos físicos, de personalidad, ambiente del lugar en el que se hace la entrevista, tono...), e informativos.
- Deben aparecer valoraciones e interpretaciones.
- La libertad que tiene la entrevista creativa respecto a la entrevista informativa, ya que no está obligada a que el personaje esté de actualidad. Pero podemos resaltar algo novedoso del personaje, por ejemplo el trabajo que está desarrollando, proyectos que tiene...
- En cuanto a los elementos descriptivos:
- Rasgos físicos, de personalidad.
- Ambiente, del lugar en el que se hace la entrevista.
- Si el personaje apaga el móvil es un detalle agradable.

Entrevista de la entrevista:

Título: puede ser valorativo o de cita textual.

Entradilla: siempre tiene que aparecer algo de información, descripción del personaje, algo novedoso.

Texto : podemos distinguir dos bloques:

- La introducción: no debemos confundirla con el lead (primer párrafo). Aquí deben aparecer datos del personaje y el tema que consideremos central en la entrevista, con novedad, la disculpa para acercarse al personaje.
- El cuerpo: vamos a desarrollar la conversación. En la narración va a predominar el carácter literario. Se narrará en estilo indirecto.

En el texto deben aparecer los siguientes elementos combinados:

- Citas textuales.
- Resúmenes sumariales de contenido.
- Descripciones.

Con ellos debemos construir la entrevista.

A veces en las entrevistas de personaje que son muy largas de carácter literario y en estilo indirecto se suelen introducir guiones de diálogo para dar viveza a la narración. Se rompe el estilo indirecto con diálogos, pero no son pregunta– respuesta como en la entrevista de información.

En la entrevista también se pueden incluir ladillos o intertítulos que rompen el texto. También sumarios: pequeñas frases que destacan los elementos principales del texto.

En los periódicos cada vez con más frecuencia encontramos entrevistas literarias y que se van adaptando al medio. Entrevistas donde el personaje interesa de manera global y se caracterizan por:

- Mantiene el mismo tipo de titular y entradilla que otro tipo de entrevista literaria como las que aparecen en las revistas.
- Puede haber una introducción muy literaria para presentar al personaje. (3 pr)

La diferencia es que va a haber preguntas y respuestas pero no tienen la misma finalidad que las entrevistas informativas. En estas preguntas se nota el trabajo del periodista, adelanta contenidos y se mantiene el tono de la conversación.

No son interrogativas directas, son a modo de conversación.

No demanda una respuesta directa por parte del entrevistado.

No son muchas preguntas

Reportaje interpretativo

También llamada gran reportaje. Algunos autores como Neel Kapler, suman este reportaje al de investigación.

Fases previas de elaboración:

- Elaborar un proyecto. Entran en juego distintos intereses. Planificación del trabajo, clarificación de objetivos, diagnostico sobre el reportaje. Diagnostico porque podemos encontrar un tema muy importante para un reportaje muy interesante, pero para llevarlo a la práctica tenemos que acceder a fuentes complejísimas, muy inaccesibles. Nos daremos cuenta de si podemos considerarlo viable o no.
- Recopilación de datos: usamos distintas fuentes, documentales, orales, estadísticas...
- Clasificación y ordenación del material.

- Conclusiones; aportaciones novedosas del trabajo.
- Fase de la redacción.

Diferencias entre reportaje interpretativo y de actualidad:

R.I. dependencia relativa de la actualidad. Siempre son actuales. Además ofrece antecedentes completos y exige, de alguna manera que se ofrezca una visión de futuro.

Temas:

Muy variados. Hay que darles una visión nueva, salirse de lo que ya se ha dicho, profundizar. Las fuentes son muy importantes.

Técnicas utilizadas:

- T. de la observación; estar presentes en el lugar de los hechos. Se utiliza teniendo en cuenta 2 vertientes; tomar datos y prestar atención a nuestras impresiones.
- T. de la investigación documental.
- T. de declaraciones: preguntar a los implicados. Cuestionario previo.
- T. de utilización de estadísticas: ilustra bien el reportaje. Podemos incluir datos y porcentajes exactos.

Cuerpo:

Aparecerán los distintos subtemas del reportaje. Podemos utilizar orden diacrónico o cronológico (de interés creciente) o pirámide invertida de interés decreciente. Según valoración periodística.

Cierre:

Hemos de darle mucha importancia. Siempre en consonancia con el tono y estilo general.

Técnicas de relato:

- Narrativo expositivas: nos sirven para exponer ideas, conceptos, datos, abstracciones.
- Narrativo descriptivas: nos ayudan a darle vida al texto, calor. Lo aconsejable es combinar estratégicamente las 2.

En la narración conviene utilizar frases cortas, concisas, que le aportan el ritmo, combinadas con frases largas.

Estilo:

En primer lugar, el propio de cada uno. 3 grandes principios:

- Sencillez: se consigue con mucho trabajo.
- Claridad: a la hora de transmitir las ideas. Comprensión.
- Concisión: eliminar las palabras inútiles, partículas innecesarias, ideas repetidas... Utilizar verbos y puntuación oportunos.

Lenguaje:

Directo, apelar continuamente, buscar sinónimos, utilizar palabras comunes, imágenes claras... Podemos y debemos utilizar todos los recursos literarios.

Elementos de titulación:

- **Título:** atractivo, sugerente, que llame la atención.
- **Ante/ sub/ título:** para contextualizar.
- **Ladillos:** para fraccionar el texto. Adecuados cada 20 líneas más o menos. (cada 3 párrafos).
- **Entradilla:** resumen de lo que se cuenta después. Atractiva, sugerente.