

# UNIVERSIDAD NACIONAL DE CHIMBORAZO



**REDACCIÓN PERIODÍSTICA**

# REDACCIÓN PERIODÍSTICA

La redacción es una disciplina del periodismo que tiene como finalidad crear textos sencillos y comprensibles para los medios de comunicación (impresos, televisivos y radiales) e internet.

En esta priman la brevedad (frases y párrafos cortos) y su estructura particular: título, lead, cuerpo, cierre.

# PERIODISMO

¿Democratizar la palabra?

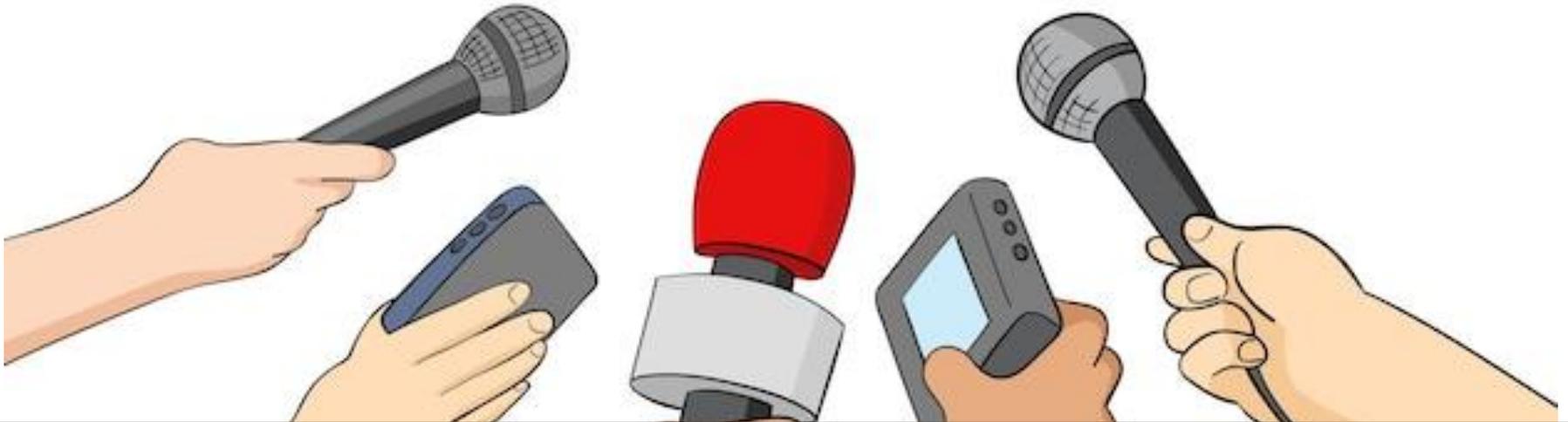
¿Alejarnos de las rutinas periodísticas?

¿Desterrar el unifuentismo?

¿Mirar las dos caras de la moneda?

¿Ensuciarnos los zapatos?

¿Es posible conseguirlo?



# PERIODISMO

Es posible cambiar nuestras actitudes y empezar a trabajar de otro modo, desde la cita de redacción, cuando se asignan los temas para la jornada de trabajo y cuando se redacta el Género Periodístico que se escogerá pensando en lo que necesita la gente.



# PERIODISMO

Es necesario que los periodistas conviertan en un hábito la multiplicación de las fuentes, mirar los hechos desde distintos ángulos, contrastar, verificar, comprobar, dudar de todos los documentos y sobre todo, reflexionar antes de entregar su trabajo.



# AGENDA INFORMATIVA

## ¿Es la agenda informativa construida democráticamente?

La agenda es el listado macro de temas que se abordarán, no sólo durante una jornada, sino todo el año y está enmarcada dentro de lo que establece las políticas comunicacionales y editoriales del medio de comunicación.

Los temas que son definidos en la planificación con los reporteros garantizan que los contenidos, tras un riguroso proceso de selección y valoración, sean de calidad.



# AGENDA PROPIA

Este insumo nunca debe faltar entre las prioridades del periodista.

Responde a la manera como se abordarán los contenidos, el listado de fuentes para contrastar, comprobar y verificar la información.



# BANDERA INFORMATIVA

Según Francisco Sancho, son contenidos y enfoques que sitúan al periodista y su medio en línea directa con el ciudadano, el camino más corto para ampliar su audiencia.

Es decir, sí el periodista y el periódico aciertan en la detección de las banderas informativas, su conexión con la sociedad a la que sirven será total.



# TEMAS DE INTERÉS SOCIAL

Entre las tareas habituales del periodista está la de estudiar periódicamente el pensamiento de sus lectores.

Por las encuestas se conoce que muestran mayor interés por cuestiones directamente relacionadas con su calidad de vida: economía doméstica, forma física, educación y tiempo libre, familia, consumo, vida cotidiana, ayudas, becas, seguridad ciudadana.

# LA SALA DE REDACCIÓN

“Cómo está el panorama, no equivoquemos el camino con nuestro trabajo. No somos los salvadores, tenemos las herramientas para construir una opinión pública positiva y propositiva, que viabilice una nueva manera de hacer periodismo, más próximo a la gente, lejano de las tentaciones y del juego del poder, cerca de la verdad informativa, con orden y coherencia, midiendo cada palabra utilizada”, así denomina el español Francisco Sancho a la sala de redacción.



# UNIFUENTISMO

“Gran periodista es todo profesional que se afana en su trabajo hasta dejarlo bien hecho, sea escribiendo un reportaje exclusivo, sea corrigiendo o editando notas breves”, (SANCHO, Francisco. 2014).

Practicar un periodismo de simple vocero de las versiones oficiales es insuficiente, desinformador, tendencioso, sesgado, cómodo y exento de profesionalidad que debe tener un periodista.



# UNIFUENTISMO

Para contrarrestar el unifuentismo existen algunas reglas que rigen en las salas de redacción: 1) Una fuente nunca es suficiente; 2) Las declaraciones son el principio, nunca el fin; 3) Hay que ser curioso, prevenido, preciso y detallista, insiste Sancho.



# ¿CÓMO REDACTA?

El periodista culmina su trabajo profesional cuando plasma su material informativo en textos legibles que escribe las veces necesarias hasta cuando está seguro de que el lector lo comprenderá.

En el medio impreso el mensaje se compone de un conjunto de elementos ideados para una completa comprensión informativa: Textos, diseño, fotografías, infografías, ilustraciones, buscando que el lector retenga al máximo el mensaje con la menor dificultad posible.



# Actividades

- 1.- Elija un ejemplar del mismo día de dos periódicos y compare cuántas noticias similares hay en ellos. Haga un cuadro con las noticias propias y exclusivas que tiene cada uno (es decir, las que no publica el otro impreso).
- 2.- Elija de cualquier periódico una noticia reciente que le haya gustado, analícela para descubrir su valor, basándose en el número de fuentes, dominio del periodista sobre la materia, importancia social del tema y calidad de la redacción.
- 3.- Con el mismo criterio, elija otra noticia que no le haya gustado por alguno de los motivos expuestos y escriba, con detalle, cómo se hubiera mejorado.
- 4.- Cargar en archivo PDF al aula virtual.

## **BIBLIOGRAFÍA:**

- Alsina, Miguel. La construcción de la noticia. Ediciones Paidós Ibérica. Barcelona-España. 2005.
- Atoresi, Ana. Los géneros periodísticos. Ediciones Colihue. Buenos Aires, Argentina. 2005.
- Bravo, Julio. La Rosa de los Vientos: Periodismo informativo. Riobamba, Ecuador. 2011.
- González, Susana. Géneros periodísticos: Periodismo de opinión y discurso. Editorial Trillas. México. 2009.
- Sancho, Francisco. En el corazón del periódico. Ediciones Universidad de Navarra. España. 2014.

GRACIAS POR SU ATENCIÓN...