LA NOTICIA

ÍNDICE

Introducción..... 4

Plan de trabajo del módulo..... 4

Primera Unidad 4
La Noticia 4

1. Hacia una definición..... 6
2. Las noticias son hechos que se relatan 10
3. Principios de la noticia..... 13
4. Autoevaluación Nº 1..... 17

Segunda Unidad 18
La redacción de noticias..... 18

1. La noticia por dentro..... 18
2. Preparación de la noticia..... 32
Autoevaluación Nº 2..... 40

Respuestas a las Autoevaluaciones 42

Respuestas a la Autoevaluación Nº 1 42
Respuestas a la Autoevaluación Nº 2 43

Bibliografía 46

Presentación

Vigencia de la educación a distancia

En los últimos años, la educación a distancia ha vuelto a emerger como una opción sólida de formación y capacitación práctica. Esta vigencia se debe, entre otras razones, a la facilidad que brinda para acceder a la educación. Desde 1940, han proliferado los sistemas en esta modalidad, corrigiendo errores o excesivas expectativas, a la vez que se han experimentado logros resonados en alfabetización, educación formal y no-formal. En la mayoría de esos esfuerzos, la radio ha estado presente como uno de los componentes básicos de la estrategia de multimedios empleada.

Una enciclopedia basada en la experiencia

Hoy el quehacer radiofónico se convierte tanto en medio como en contenido. Con esta primera entrega de la Enciclopedia de Autoformación Radiofónica dedicada a la Noticia, Radio Nederland Training Centre inicia un plan de formación a distancia sobre Radio, destinado a aquellos colegas que no han tenido la oportunidad de cursar estudios especializados en este medio.

Aunque lleve el nombre de enciclopedia este esfuerzo audiovisual es más bien una puesta en común de experiencias prácticas y de vivencias personales de profesionales de instituciones varias.

El conjunto de la obra, que llevará varios años para su total ejecución, consta de más de una veintena de módulos similares al de La Noticia, integrados por una combinación de casetes de audio, material impreso y, en algunos casos, videos de refuerzo.

En cuanto a su contenido, los diversos `volúmenes” de la Enciclopedia siguen dos líneas básicas:

Módulos especializados

- En cada uno de los formatos principales, desde la charla, los programas informativos y los musicales, el documental o los formatos dramatizados;

Módulos combinados

- Que introducen el uso posible de los diversos formatos en torno a ciertos temas o audiencias específicas, como, por ejemplo, Comunicación Rural, Programas destinados a la Mujer, Programas Infantiles, Comunicación para la Salud, entre otros.

Esperamos que los conocimientos, experiencias y vivencias que aquí se ofrecen, sirvan para que los nuevos profesionales puedan lograr un mayor provecho en su trabajo. Los tiempos actuales exigen una formación que responda a las necesidades tecnológicas, informativas y de participación que plantea un mundo convertido en “aldea” a nivel de comunicación.

Introducción

La Enciclopedia de Autoformación Radiofónica busca enriquecer el trabajo de los locutores y productores radiofónicos que, sin haber asistido a la Universidad, trabajan día a día por mejorar la calidad de la radio.

El presente módulo autoformativo propone un marco de referencia para comprender mejor qué es una noticia radiofónica y cómo redactarla.

Todos tenemos una idea acerca de lo que es una noticia, ya que siempre estamos a la espera o a la búsqueda de ella. La noticia es el corazón de la información.

Este material no pretende profundizar ni mucho menos teorizar sobre el tema; solamente aborda con sencillez los aspectos de forma y fondo para escribir y presentar correctamente una noticia. Las páginas siguientes no le enseñarán aquello que surge de la práctica continua de redactar, editorializar o producir. Este módulo ofrece ejercicios cuyo cometido principales ayudarle a desbrozar el camino; le ofrece algunas líneas generales y básicas para aumentar sus conocimientos periodísticos.

El módulo consta de dos Unidades y cuenta con el apoyo de tres casetes.

La primera Unidad de este módulo trata sobre el concepto de noticia y las preguntas a las que se debe responder. La segunda Unidad aborda el tema de la redacción de noticias a partir de la comprensión de su estructura interna y ofrece también recomendaciones sobre la forma de presentarla en un texto que facilite la tarea del locutor. ¡Le deseamos éxito!

Plan de trabajo del módulo

Este módulo está formado por dos UNIDADES.

Primera unidad: La noticia

En la primera unidad le ofrecemos informaciones y actividades para que usted pueda formular su propio concepto de “noticia”, analizar los mensajes de los medios de comunicación en función de las preguntas fundamentales a las cuales debe responder toda noticia y comprender los principios requeridos para que un hecho se convierta en noticia, desde el punto de vista periodístico.

Trabajaremos en esta Unidad sobre tres aspectos, en diferentes secciones:

- Hacia una definición: mediante la consulta a varias fuentes, buscaremos nuestra propia definición de noticia.
- Las noticias son hechos que se relatan: reconoceremos las cinco preguntas básicas a que debe responder una noticia escueta.

- Principios de la noticia: adquiriremos habilidades para analizar noticias en función de esos principios.

Segunda unidad: La redacción de noticias

En la segunda unidad le ofrecemos informaciones y ejemplos para que usted pueda redactar noticias escuetas de manera - clara, con palabras sencillas y párrafos concisos. Además, adquirirá habilidad para identificar la estructura de la noticia y aplicarla a su redacción en el marco del periodismo radiofónico. En esa Unidad trabajaremos dos aspectos básicos:

- La noticia por dentro: mediante la lectura recomendada y otras fuentes, usted se percatará de las diferentes estructuras o formas (pirámides) en que se puede redactar una noticia y, además, de las partes en que ella se divide (encabezamiento, cuerpo y final).
- La preparación de la noticia: contiene sugerencias y ejemplos ilustrativos sobre cómo preparar y redactar sus noticias para un boletín informativo radiofónico. La buena presentación mecanográfica de la noticia permite que lo locutores hagan una buena lectura.

Primera unidad

La Noticia

1. Hacia una definición

Las actividades que le proponemos a continuación están dirigidas a que usted elabore un concepto de “noticia” desde el punto de vista periodístico.

Objetivo de esta sección

Puede realizar una o varias de las tareas sugeridas. No se sienta obligado a seguirlas todas, puesto que son vanas maneras de conseguir el mismo propósito, de acuerdo con las posibilidades que usted tenga.

Actividad 1

Sin duda usted tiene inquietudes y expectativas en relación con el manejo de las noticias. Escriba sus reflexiones en una hoja aparte, conviértalas en objetivos personales de aprendizaje y trate de sintetizar sus metas y vincularlas con las que aquí proponemos.

Actividad 2

En la prensa escrita, seleccione tres informaciones que usted considere “noticias”. Intente analizarlas respondiendo a la pregunta: ¿Por qué cree que esas son noticias? Escriba sus respuestas.

Actividad 3

Con una grabadora portátil, realice entrevistas a algunos periodistas y consulte con ellos:

a) ¿Qué concepto tienen de noticia?
b) ¿Con qué criterios deciden que un hecho es noticia?

Actividad 4

Busque algunas definiciones de noticia en libros y documentos. Con los análisis de la prensa escrita, las consultas hechas a los periodistas y las lecturas efectuadas en libros y documentos, prepare una síntesis escrita sobre el tema ¿qué es una noticia?

Actividad 5

En esta actividad se parte de un texto cualquiera tomando de un periódico de Ecuador. A continuación analice los elementos que componen una noticia.

Ejemplo

Centrales obreras del Ecuador realizaron ayer un movilización de protesta para exigir del Congreso Nacional la aprobación de varios proyectos de ley que benefician a la clase trabajadora.

El Presidente de la Federación de Servidores Públicos de Pichincha, Guido Ribadeneira, dijo que la marcha se cumple para que el Congreso apruebe en forma inmediata la Ley de Remuneraciones del Sector Público, que se encuentra lista desde hace cuatro meses en esta entidad gubernamental.

Otros dirigentes de los trabajadores manifestaron su decisión de mantener la lucha hasta lograr las reivindicaciones para los servidores públicos del País.

Definición de noticia

En términos amplios, “noticia” es un suceso que se comunica.

Cada diccionario tiene su propia definición, pero es difícil encontrar la exacta. Dificulta aún más la búsqueda de un concepto universal el hecho de que la noticia es, en sí, eminentemente perecedera. A ello se agrega la naturaleza diversa de las emisoras y los criterios periodísticos que emplean: lo que es noticia para una emisora puede no serlo para otra; no es lo mismo una radio capitalina que una rural u otra internacional. En cada caso influye por lo menos el criterio de selección de las noticias, en función de la audiencia a que van destinadas.

Pero hay más. Una noticia en sí deja de serlo por el solo hecho de haber transcurrido el tiempo. Este desempeña un papel fundamental cuando se trata de emisoras que permanecen en el aire 24 horas o la mayor parte del tiempo útil. Si la noticia se reitera sin modificaciones no volverá a captar la atención del oyente; si, por el contrario, se agregan elementos complementarios o se reajusta, cumplirá su cometido. Por otra parte, para una emisora internacional que emite en onda corta a determinadas horas, algunas veces menos de 60 minutos para cada destino geográfico, un acontecimiento ocurrido por la mañana podrá muy bien considerarse “noticia” por la noche. Por lo tanto, la definición debe ser amplia e interpretarse elásticamente.

Una posible definición

Noticia es la comunicación imparcial y confiable de un acontecimiento, que contiene información oportuna y desconocida hasta el momento y que genera el interés del destinatario.

En la definición hay seis elementos sustanciales que analizaremos a continuación. Por orden, esos elementos son: comunicación, imparcialidad, confiabilidad, oportunidad, desconocimiento previo e interés.

Comunicación

Este componente debe entenderse como el relato, que puede ser hablado, escrito o visual. El relato visual puede a su vez clasificarse en fílmico, por video o por satélite. En otras palabras, el comunicador será siempre en último término una persona que habla, escribe o filma y que destina su producción a otras personas. Hay, pues, un traslado de conocimientos y percepciones.

Imparcialidad

Se trata de la falta de prejuicio o prevención a favor o en contra de alguien o de algo, con la finalidad de proceder con rectitud y equidad. La definición está mucho más cerca (en la profesión periodística al menos) del concepto de “equilibrio” que de otro término tan conocido como discutido: “objetividad”.

Confiabilidad

La noticia debe poseer las cualidades mínimas para ser creída; las principales cualidades provienen de la seriedad de la emisora, la certeza, los datos concretos que se brinden, la ausencia de especulación y economía de adjetivación, la constancia de la fuente de donde proviene o los testimonios que completen la noticia.

Oportunidad

Se establece como elemento vinculado al factor tiempo: cuanto más fresca sea una noticia, más noticia será. Dentro de ese concepto desempeña un papel importante el refrescamiento de una noticia ya lanzada con anterioridad. Ella retomará importancia y recaptará la atención de la audiencia. Sobre este tema volveremos en las próximas páginas.

Desconocimiento

Si el suceso ya se conoce, deja de ser noticia. En sentido puro puede llegarse a la conclusión teórica de que la noticia deja de ser tal en el mismo momento en que se termina de comunicar. A partir de ese instante pasa a ser información, que podrá modificarse al transcurrir el tiempo y retomar así su forma original: la de noticia pura.

Interés

La noticia debe generar la atención del destinatario. Este debe concentrarse en lo que se le comunica. Si no hay interés, no hay sintonía. El interés surge de un proceso sicológico del ser humano.

En principio, el oyente al escuchar un boletín informativo satisface su necesidad de saber qué pasó; quiere estar informado, porque su vida en sociedad o en familia le obliga en mayor o menor medida a conocer no sólo lo ocurrido en su comunidad, sino en el país que habita y en el mundo. La amplitud de los márgenes de esa necesidad de conocer varía según el lugar, la edad, educación, sexo, profesión y tiempo disponible. El interés no será el mismo para todos; las preferencias de cada uno se inclinarán hacia determinado tipo de información, según predominen los factores condicionantes señalados.

Puede afirmarse a grandes rasgos que el destinatario de la información mantiene una expectativa ante el material que se le ofrece. Tal expectativa es de dos clases: una inmediata y otra diferida.

La expectativa inmediata

Estará satisfecha con noticias comunes (como delincuencia, sexo, deporte, accidentes, desastres, sociedad) o con aquellas que, aparentemente desprovistas de trascendencia, despiertan el interés humano. En estas expectativas se incluyen las noticias relacionadas con la comunidad social o profesional en que se desenvuelve el destinatario.

La expectativa diferida

Se llenará con noticias de mayor peso y trascendencia que, por eso mismo, necesitarán más tiempo para ser recibidas. Informaciones de gobierno, económicas, financieras, científicas o técnicas obligarán a un mayor esfuerzo para ser comprendidas. Una crisis internacional o la deuda externa son temas difíciles, áridos por naturaleza, que necesitarán una adecuada ubicación en el tiempo y en el espacio para quien los vaya a recibir.

Actividad 6

Compare la síntesis que usted realizó en la actividad 4 con el concepto de noticia que propone la lectura anterior. Enriquezca su síntesis y realice las correcciones que juzgue conveniente. Elabore así una definición propia en la cual destaquen los elementos esenciales presentados.

2. Las noticias son hechos que se relatan

Objetivo de esta sección

Procuraremos ahora adquirir habilidad para reconocer cómo las noticias responden a algunas preguntas fundamentales que son explicadas en esta sección. Realizaremos para ello algunas actividades.

Actividad 1

Observe en el siguiente ejemplo cómo vamos a esquematizar una noticia en torno a las preguntas fundamentales: quién, qué, cuándo, cómo, dónde y por qué. Si usted lo juzga conveniente, puede completar el esquema.

Ejemplo

Una nueva protesta contra el Banco Nacional de Costa Rica realizaron ayer algunos vecinos de San Vito de Coto Brus, debido al cierre de una agencia del banco en Agua Buena.

La manifestación es la tercera que se hace en los últimos días, por la oposición de la gente perjudicada con el cierre de seis agencias ubicadas en Paquera, San Mateo, La Gloria de Puriscal, Venado, Piedades Sur y Agua Buena, zonas rurales del país.

Gerardo Salas, uno de los organizadores del movimiento, dijo que hoy continuarán con las acciones de protesta, hasta que las autoridades del Banco Nacional resuelvan la reapertura de la agencia en Agua Buena.

Ejemplo de esquematización

Presentamos un ejemplo de esquematización:

¿Quién? Algunos vecinos de San Vito de Coto Brus.

Gerardo Salas, uno de los organizadores, dijo que continuarán con las acciones de protesta hasta que se resuelva la apertura de la agencia de Agua Buena.

¿Qué? Realizaron una nueva protesta contra el Banco Nacional de Costa Rica, debido al cierre de la agencia de Agua Buena.

¿Cuándo? Ayer.

¿Dónde? San Vito de Coto Brus.

¿Cómo? Mediante una manifestación, la tercera en los últimos días.

¿Por qué? La manifestación de protestase realizó porque, con la clausura de la agencia de Agua Buena, ya son seis las agencias cerradas en zonas rurales del país: Paquera, San Mateo, La Gloria de Puriscal, Venado, Piedades Sur y Agua Buena.

Actividad 2

Grabe un programa informativo radiofónico y seleccione 10 noticias. Con ese material reconozca las preguntas esenciales en las que debe responder una noticia. Le sugerimos esquematizarlas conforme al ejemplo.

Actividad 3

Después de realizar el ejercicio anterior, para cada pregunta consulte las explicaciones que proporciona la lectura siguiente. En algunas noticias no encontrará usted una respuesta demasiado evidente. Revise varias veces las explicaciones de la lectura para asegurar que su ejercicio es correcto. Si lo desea, puede realizar la lectura con carácter previo, sin perjuicio de regresar a ella cada vez que lo necesite.

Dijimos que la noticia es un relato de hechos. Estos hechos casi siempre responden a una serie de interrogantes, que con el tiempo se han convertido en el ABC inamovible del periodismo noticioso: quién, qué, cuándo, dónde, cómo y por qué.

¿Quién? Tiene que ver con el protagonista, el sujeto humano, institución, persona jurídica u objeto que otorgan al hecho tarjeta de identificación. Individualizan la noticia porque son quienes la representan, sus sujetos.

¿Qué? Sencillamente, qué pasó. Elemento primordial, vigente en toda noticia, su esencia. Elemento que involucra todo el profesionalismo del redactor cuando se trate de sintetizar el relato.

¿Cuándo? Es referencia al factor tiempo. En qué momento del día, a qué hora está ocurriendo u ocurrió el hecho que genera la información. Si se dispone del dato concreto, éste debe utilizarse ya que otorga certeza.

¿Dónde? Es la determinación del lugar en que se originó el hecho, donde éste se desarrolla o donde se producirán los que se anuncian. Igual que en el caso anterior, complementa la seriedad y facilita la credibilidad.

¿Cómo? Establece los detalles importantes del hecho, sin los cuales la noticia puede ser incompleta. Las respuestas al 'cómo” se ubicarán en el contexto general de la redacción.

¿Por qué? Tiene que ver con las causas, razones o motivos que dieron nacimiento al hecho sobre el cual se va a informar. Como en el caso anterior, se incluirá entre los elementos complementarios de la noticia.

Esta fórmula no se debe respetar con necesidad absoluta en cada noticia. Las respuestas a algunas preguntas pueden eliminarse, ya sea porque no existan determinadas circunstancias o bien en beneficio de la brevedad y la concisión.

Recuerde: Todas las respuestas a las preguntas deben ser claras y breves; así la noticia se comprenderá mejor y más rápido.

Esta fórmula no se debe respetar con necesidad absoluta en cada noticia. Las respuestas a algunas preguntas pueden eliminarse, ya sea porque no existan determinadas circunstancias o bien en beneficio de la brevedad y la concisión.

En gran número de ocasiones, el triángulo básico está formado por el **QUÉ**, el **CUÁNDO** y el **CÓMO**. Pero no siempre esta fórmula será la utilizada: las necesidades del momento, los estilos periodísticos, las características de la emisora y de la audiencia, pueden necesitar el **QUIÉN**, el **CÓMO** y el **POR QUÉ**.

Actividad 4

Elabore un cuadro estadístico sencillo que el permita analizar cuáles son las preguntas más omitidas generalmente. ¿Encuentra usted alguna justificación para ello?

Actividad 5

Seleccione ahora unas cinco noticias de la prensa escrita y cinco noticias del informativo radiofónico que ya grabó. Elabore un cuadro estadístico que le permita comparar cuáles preguntas son más usadas en la prensa escrita y cuáles en la radio ¿Encuentra algunas diferencias entre ambas? ¿Podría intentar una explicación del por qué de esas diferencias, si las hubiere?

3. Principios de la noticia

Objetivo de esta sección

En esta sección se pretende comprender mejor los principios de la noticia, a la vez que se adquiere la habilidad de analizar las noticias en función de esos principios establecidos.

Actividad 1

En la Actividad 3 de la sección "Hacia una definición", usted realizó entrevistas cortas a periodistas y cuestionó los criterios con los cuales ellos deciden que un hecho es noticia. Por favor, regrese a esa Actividad. Busque sus notas y analícelas. ¿Cuántos criterios reunió? Escríbalos y explique cada uno de ellos.

Actividad 2

En libros y documentos, busque diferentes criterios sobre los principios de las noticias. Prepare una síntesis escrita sobre el tema.

Actividad 3

Toda noticia está regida por una serie de principios que, en definitiva, serán sus componentes. Aquí vamos a trabajar cinco principios básicos: oportunidad, prominencia, proximidad, correspondencia e interés humano.

Sin duda, estas cinco palabras le evocan a usted algunas ideas. Sin inspirarse en los textos que en seguida le ofreceremos, escriba espontáneamente el significado que para usted tiene cada una de esas palabras. Luego, le invitamos a leer con atención el texto siguiente.

La oportunidad

Se trata de un concepto ya esbozado cuando analizamos la definición de "noticia". Dijimos que estaba vinculada al factor tiempo; es decir, que cuanto más fresca es una noticia, mejor es y mayor penetración tiene .

En términos generales, la noticia debe ser del día. Pero ello puede reunir las características de estable y definitiva o, por el contrario, de continuada y evolutiva. En otras palabras, una noticia que informa sobre la muerte de una persona contiene el principio de **OPORTUNIDAD**, el cual permanecerá inmutable porque la muerte no se va a producir por segunda vez. A la inversa, una noticia sobre un proceso electoral cuando se llevan escrutados la mitad de los sufragios llevará consigo, necesariamente, la posibilidad de cambio, sin perjuicio de seguir siendo noticia.

La prominencia

La importancia en sí del hecho o del protagonista es la materia de la noticia. Es el relieve particular que tiene la información. Hay que tener siempre en cuenta el público hacia el cual va dirigido. Es indudable que existen hechos o personajes que siempre interesarán a cualquier tipo de público; un presidente, un actor, un deportista, un secuestro, un terremoto o un naufragio mantendrán sintonía en cualquier parte del mundo. Lo que resulta fundamental es no confundir **PROMINENCIA** con sensacionalismo. Muchas veces las emisoras, en su afán por conquistar audiencia o mantenerla, otorgan a las informaciones una pseudo-importancia que es falsa; sobre la base del grito, la voz emocionada o la interrupción injustificada, lo único que se logra es engañar a la audiencia. Lo más trágico es que ésta es propensa a quedar "educada" periodísticamente en función de tal estilo, que de periodístico no tiene absolutamente nada.

La proximidad

Se vincula al lugar en que se desarrolla el hecho. Cuanto más cerca del oyente haya sucedido el acontecimiento, más interés generará. En este aspecto también hay que tener en cuenta en qué radio se trabaja y a qué público se dirige la información. El principio varía de manera sustancial según se trate de emisoras de corto alcance, de radios capitalinas con cobertura nacional o de emisoras internacionales de onda corta que cubren gran parte del mundo. En esos casos, la selección de las noticias que compongan el boletín informativo será diferente. Irá de menor a mayor en lo que se refiere al espectro revelador: cuanto menor alcance tenga la emisora y menor sea el nivel cultural de su audiencia, menor también deberá ser la variedad noticiosa. Este principio está vinculado estrechamente al siguiente.

La correspondencia

Vincula a la noticia con los intereses particulares, propios y próximos del destinatario. Es la relación, si se quiere egoísta, que existe entre el hecho y el oyente. Si la información que se brinda atañe a la vida, bienestar, riesgos futuros o economía de una persona o grupo de personas, con seguridad recabará su atención. Un medicamento eficaz contra el cáncer, una mejora de salarios, un aumento de las pensiones a la vejez o el retiro de los misiles atómicos, serán acontecimientos que corresponden, sin duda, a múltiples expectativas, sencillamente porque la noticia atraerá de inmediato, al tocar de cerca innumerables intereses humanos de quienes la escuchan. ¿A quién no le interesa que el cáncer se cure, que aumenten los salarios y las pensiones, que se termine el fantasma de la guerra atómica o que se resuelva el problema de la deuda externa? La correspondencia, en definitiva, no tiene porqué relacionarse sólo con el factor lugar; tiene que ver además con los intereses generales básicos del oyente.

El interés humano

Este principio está presente prácticamente en toda noticia. Lo dice su propio nombre: concentra la atención del público medio, atrae, mantiene el interés, y esto sucede por la simple razón de que los seres humanos están siempre atentos en lo que hacen o dicen sus congéneres. En el interés humano se involucran además acciones aparentemente insignificantes, pero que tocan muy de cerca los sentimientos y las emociones de las personas. A principios de la década del 80, por ejemplo, un perro condenado a muerte en Estados Unidos y posteriormente salvado de la inyección que pondría fin a sus días, fue noticia de primera página en la prensa mundial. Y otro can, arios antes, también fue noticia en Londres, cuando encontró la Copa Mundial de Fútbol, que había sido robada. ¿Qué había detrás de los perros? Sólo el interés humano.

Actividad 4

Ahora cuenta con abundantes principios sobre las noticias. Seleccione aquellos que le parezcan más importantes. Elabore su propia escala de principios o criterios.

Actividad 5

Grabe un noticiero radiofónico y escoja 10 noticias. Seleccione otras 10 noticias de un periódico. Analícelas. A continuación hará un ejercicio de identificación de los principios de la noticia sobre el cuadro en la página siguiente.

EJEMPLOS	OPORTUNIDAD	PROMINENCIA	PROXIMIDAD	CORRESPONDENCIA	INTERÉS HUMANO
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					
13					
14					
15					
16					
17					
18					
19					
20					

Actividad 6

Esta es una lectura opcional y complementaria, de carácter histórica. Sin embargo, le recomendamos que la lea.

Hagamos un poco de historia

La difusión organizada de la noticia puede encontrarse a mediados del siglo primero antes de Cristo, cuando Julio César, en Roma, decidió que se redactaran las crónicas de las sesiones del Senado. A tales informaciones se les llamaron “Actas Diurnas”; eran fijadas en los muros de la ciudad, escritas a mano. La imprenta recién se perfeccionaría en China, en el siglo 7 después de Cristo. En Europa, los pregoneros fueron los encargados de comunicar las noticias; las leían en público. Fueron los “locutores” de la época.

En 1440 Johann Gutenberg elaboró los tipos móviles y los vinculó con la prensa de imprimir y la tinta. Nuremberg, en Alemania, fue la primera ciudad que tuvo periódico: de una sola hoja. En 1620 Holanda se incorporó al sistema.

El periodismo escrito, similar al que existe en nuestros días, surgió a comienzos del siglo 18 con la publicación en Londres del “Daily Courant”. El mismo siglo fue prolifero en materia de avances periodísticos en Estados Unidos, que tomaron mayor importancia a partir de 1844, cuando Samuel Morse descubrió el telégrafo. Casi de inmediato comenzó la fundación de diversos órganos de prensa, que se convirtieron en los antecedentes inmediatos de los periódicos del siglo 20.

Siguieron diversas publicaciones periódicas, es decir, revistas, entre las cuales, ya en nuestros días, por su relieve y particular estilo pueden mencionarse a las estadounidenses clásicas como “Time” y “Newsweek”.

Guillermo Marconi introduce la telegrafía sin hilos, John Fleming y Lee de Forest logran los tubos electrónicos que hacen posible transmitir sonidos. Corrían los albores de 1900. De manera casi simultánea, sale al aire la primera estación de radio que emitía de manera singular, desde San José, California (EE.UU.), que se convirtió en precursora de la actualmente poderosa KCBS de San Francisco.

De allí en adelante la evolución de la radio como medio de comunicación de masas ha sido incontenible. Y sigue en aumento, a pesar de las tenebrosas predicciones de quienes creyeron ver en la televisión a la enemiga principal de la radiodifusión. Esta sigue manteniendo su propia esfera de influencia en amplios sectores de la sociedad, que hasta el momento la televisión no ha podido superar. Las razones son principalmente dos:

- La radio se moviliza mucho más fácilmente que la televisión; basta contar con una sola persona, una pequeña grabadora o un teléfono; la inmediatez de sus posibilidades de llegada es primordial.

- La radio se escucha en lugares alejados de las zonas urbanas que, sobre todo en los países del Tercer Mundo, carecen de televisión. La información llega al instante (incluso a aquel que está trabajando en medio del campo), a través de un pequeño, y económico receptor transistorizado.

Esa inmediatez en cuanto al acontecimiento y la posibilidad de llegar rápidamente al oyente obligan al profesional de radio a dominar la esencia de su especialización: la noticia. Se sabe que la primicia es factor esencial en la competencia; de allí que quien sale al aire con la información deberá estar plenamente capacitado para algo más difícil que redactar una noticia para después leerla ante el micrófono. Debe estar formado para elaborar correctamente una información, pensarla y decirla, sin leerla. Es decir, le tiene que dar forma, buscar su fondo, mantener estilo y guardar imparcialidad, para finalmente transmitirla al oyente con seguridad, convencimiento, exactitud y actualidad. Hablar al mismo tiempo que se piensa. Eso no es "improvisación", sino profesionalismo.

Tal perfeccionamiento se logra por un doble camino: primero habrá que dominarla redacción escrita; en segundo lugar, practicar incansablemente la difusión hablada. Ejercitarse será fundamental porque, además, un buen periodista de radio deberá dominar un aspecto muy importante: el poder de síntesis, la concisión, características que pueden soslayarse cuando se trata de prensa escrita, pero que son de aplicación obligatoria en materia de radio. Una hora tiene 60 minutos y no más. Un periódico siempre podrá imprimir una página extra o lanzar una nueva edición. Una noticia, para ser perfecta, no necesita más de un minuto de duración. En ese lapso pueden incluirse todos los elementos sustanciales para que la información sea tal y la noticia inobjetable desde todo punto de vista.

Autoevaluación Nº 1

1. Como usted recordará, la definición de noticia dada en este folleto contenía seis elementos: comunicación, imparcialidad, confiabilidad, oportunidad, desconocimiento e interés humano. Explique en qué consiste el elemento denominado comunicación.

2. Los hechos que se relatan en la noticia casi siempre responden a las seis preguntas básicas: qué, quién, cómo, cuándo, dónde, por qué. ¿Cree usted que es absolutamente necesario responder a todas estas interrogantes en cada noticia?

3. ¿Con cuál de las preguntas se debe empezar a redactar la noticia?

4. De los principios que rigen la noticia, explique el que tiene relación con el "interés humano".

5. ¿Por qué considera usted que es difícil encontrar una definición exacta de noticia?

6. El destinatario de las noticias está siempre a la expectativa del material que se le ofrece. ¿Cómo explicaría usted la "expectativa inmediata" y la "expectativa diferida"?

Antes de iniciar el estudio de la Segunda Unidad, compare sus respuestas con las que aparecen en la página 85 y siguientes.

SEGUNDA UNIDAD

LA REDACCIÓN DE NOTICIAS

1. La noticia por dentro

En la primera parte de esta Unidad nos proponemos adquirir la habilidad necesaria para identificar la estructura de una noticia y aplicarla a la redacción de noticias en el marco del periodismo radiofónico.

Objetivo de esta sección

Vamos a desarrollar esta Unidad utilizando al mismo tiempo el texto que tiene entre manos y el casete Nº 1. Lea, escuche e investigue, y luego intente hacer su propia síntesis.

Actividad 1

Escuche varias veces el casete Nº 1 lado A hasta donde dice: "Los elementos deben complementarse con la estructura de la noticia. Ahora vamos a hablar de esta materia". Al escuchar el casete, tome notas de las sugerencias y recomendaciones que en él se hacen, ya que estas no se encuentran en el material escrito. El casete trae un material complementario; no es necesariamente una repetición de la parte escrita.

Ponga atención al uso de las palabras sencillas y párrafos concisos.

Actividad 2

Comente el párrafo siguiente: "Palabras sencillas, párrafos concisos, noticias completas y compactas, son tres elementos con lo que usted puede caminar confiado por estas tierras del periodismo radial."

Actividad 3

Lea la información del texto que sigue.

Estructura de la noticia

La estructura de la noticia ha cambiado con el correr de los tiempos y nadie puede asegurar que la evolución no continúe en el futuro. Es más, tiene que proseguir adaptándose a las necesidades crecientes impuestas por un público cada vez más exigente y a los avances de la tecnología moderna en materia de comunicación.

La forma de concebir una noticia tuvo su origen en la prensa escrita, porque ella existió primero que la radiofónica. Se mencionarán aquí las tres fórmulas clásicas, aunque no sean del todo aplicables a la prensa radiofónica. A lo sumo podrían tomarse algunos elementos, pero no necesariamente todos.

Tradicionalmente se han mencionado tres formas vinculadas visualmente a la figura geométrica de la pirámide: **CONVENCIONAL**, **INVERTIDA** y de **DOBLE FINAL**.

Ninguna de las tres convence para ser aplicada en radio. No se ha buscado hasta el momento otra forma; o por lo menos no se la ha caracterizado ni fundamentado científicamente.

Por eso, proponemos otra figura geométrica que también se basa en la pirámide: **CONVENCIONAL**, **TRUNCA** y **CUBIERTA**.

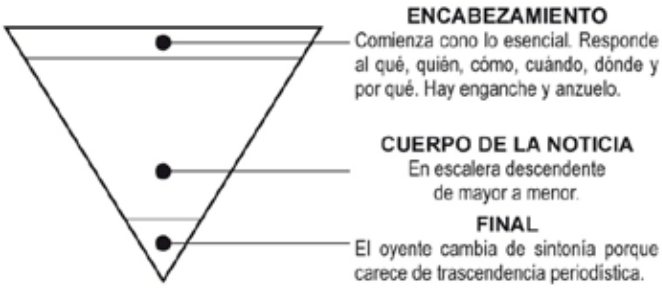
La pirámide convencional

Según esta forma, la noticia es relatada en orden cronológico casi siempre estricto, sin prestar atención a los elementos principales del acontecimiento. Es una historia del suceso, que genera un clímax en aumento.

La forma, bastante pasada de moda, se utiliza en determinado tipo de relatos de la prensa escrita. Se cuenta la evolución de un hecho y sus antecedentes. Pretende ubicar al lector dentro de una atmósfera previamente concebida, con la finalidad de que persista en la lectura para llegar, finalmente, al desenlace.

No es la forma adecuada para la radio. En la noticia radiofónica, la historia debe desarrollarse de otra manera. Debe ser más escueta y directa, llamar la atención de inmediato y, a la vez, ser capaz de mantener la sintonía hasta el final de la información. Jamás debe perderse de vista que la radio, por su rapidez, debe encarar la noticia o el comentario de tal forma que desde el primer párrafo la audiencia quede interesada. En el léxico coloquial entre profesionales, a eso se le llama enganche o anzuelo.

La pirámide invertida



Se ubica boca abajo, apoyada en su vértice. Es la típica forma utilizada por la prensa escrita y por las agencias de noticias que envían información a los periódicos.

Tal información comienza por lo esencial, con respuestas a las preguntas: qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué. Ya desde un comienzo el redactor que escribió el despacho y quien lo recibe en el periódico, saben que al principio estarán los datos fundamentales. Todo lo que venga después será material complementario, detalles, antecedentes y eventuales consecuencias. No se sigue, pues, un orden cronológico.

El sistema fue empleado a fines del siglo pasado y principios del presente con exageración y aún se mantiene como regla en muchas publicaciones. Para la prensa escrita tiene la virtud de que el redactor puede cortar la información en el momento que se le ocurra o cuando las necesidades de espacio se lo impongan, porque el relato se desarrolla en orden de importancia decreciente, de mayor a menor; termina con los ingredientes de mínima trascendencia.

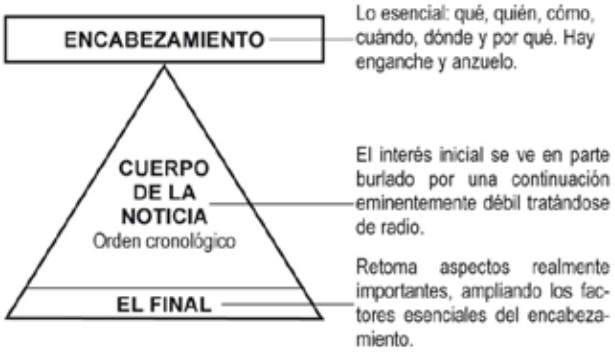
Como en el caso de la pirámide convencional, el esquema de la pirámide invertida tampoco es convincente para utilizarlo en noticias para radio.

Volvamos al principio

En el caso anterior no se ***enganchaba*** al oyente desde el primer párrafo. En la situación presente sí, pero el interés disminuye en forma progresiva. La noticia que empezó bien se va derritiendo a pasos agigantados hasta no quedar nada. La información se deprecia en pocos segundos y se convierte en un arma de doble filo porque el oyente, interesado al comienzo por un buen arranque, termina defraudado por un pésimo remate.

La prensa de Estados Unidos intentó encontrar una fórmula alternativa, media, que salvara esas deficiencias. Surgió así la pirámide de doble final.

La pirámide de doble final



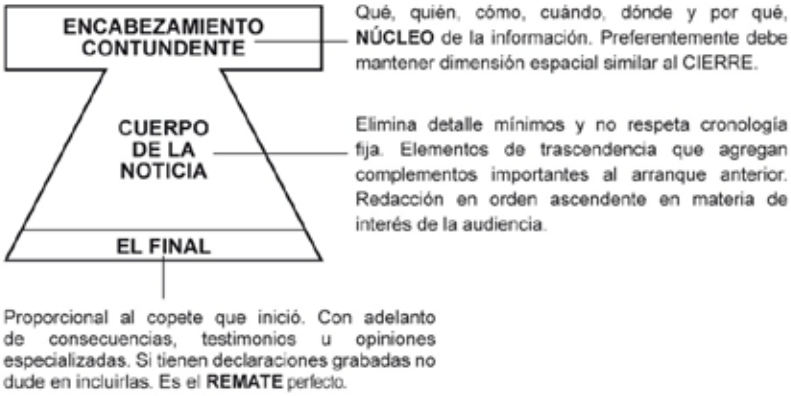
Se trata de una individualización que lleva a confusión, ya que en realidad no hay dos finales, sino un comienzo seguido de la pirámide convencional y su correspondiente base.

Por lo tanto, se trata de la pirámide convencional adornada con un copete que hace equilibrio en su vértice. En ese copete se da respuesta a las preguntas tradicionales del quién, qué, cómo, cuándo, dónde y por qué. Después, casi en orden cronológico, se detallan de menor a mayor los demás elementos constitutivos de la noticia. Se trata de mantener la atención en un clímax ascendente.

Este esquema fue una forma impuesta por las necesidades de la época, en plena guerra civil de Estados Unidos. Ello obligaba a los corresponsales destacados en los frentes de batalla a enviar informaciones concisas, porque no confiaban en los servicios telegráficos. En el copete ya estaba la parte neurálgica de la noticia. Lo demás no era tan importante. Por eso, con toda tranquilidad arrancaban cronológicamente de arriba a abajo, tratando de mantener la atención del destinatario hasta el final del relato.

Para la radio tampoco sirve porque, si después del copete, breve y sumario, entramos al vértice de la pirámide, la atención decaerá abruptamente. Por más que se intente recapturar el interés mediante el incremento del clímax, no habrá tiempo. A la inversa de lo que sucede con la prensa escrita, la noticia radiofónica vive, se reproduce y muere en un minuto.

La pirámide convencional trunca y cubierta



Gráficamente se trata de una pirámide convencional pero trunca; es decir, le falta el vértice. En el corte horizontal se apoya firmemente una cobertura superior del mismo volumen que la base.

La redacción comienza dando respuesta a las preguntas esenciales conocidas: qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué. Aparecen así, inmediatamente, los elementos que configuran el núcleo de la información. Es el paralelepípedo que, en vez de hacer equilibrio en el vértice de la pirámide convencional o de la de doble final, se afirma sobre la parte trunca. Allí, entonces, se redacta el **ENCABEZAMIENTO**.

Inmediatamente después debe comenzar el desarrollo de la noticia de manera detallada, pero eliminando todo elemento intrascendente o de escasa relevancia que sí figuraba en las pirámides convencionales. Habrá que ira lo realmente importante, que satisfaga la curiosidad del oyente y que en verdad complemente el encabezamiento con ingredientes de trascendencia. Preferentemente éstos deberán ir en aumento a medida que se aproxime el final de la noticia. Esta parte central se llama **CUERPO**.

Para la última parte habrá que reservar algún elemento de importancia, relevante, que mantenga la atención hasta la última palabra. Si tal elemento no surge del acontecimiento habrá que buscar soluciones alternativas. Entre ellas pueden mencionarse algunas como éstas:

Ejemplo

"A continuación, sobre el particular, la opinión del profesor…"

"El técnico en la materia opinó así…"

"Las consecuencias de estos hechos sobre los que acabamos de informar, según versiones especializadas…"

Es decir que, una vez terminado el cuerpo de la noticia, siempre será bienvenido el aditamento complementario final que rematará muy bien, con interés, elevando la expectativa de los oyentes. Es el **FINAL** de la noticia. La tesis propuesta se basa fundamentalmente en la evolución doble que ha tenido en estos últimos tiempos el género periodístico “noticia”.

Por lo demás, las tres pirámides clásicas siempre tuvieron mucha mayor vinculación a otros géneros, como la crónica, el reportaje o el comentario. Fueron formas que utilizaron los cronistas y periodistas para facilitar fundamentalmente el trabajo de la prensa escrita v no de la radio.

En relación con aquella doble evolución, debe señalarse que en materia de adelantos técnicos los avances de las últimas dos décadas han sido notables: la noticia llega ahora mucho más rápidamente y más completa a las mesas de redacción. Sólo basta pensar en los satélites de comunicación.

Paralelamente, el destinatario, el ser humano, también ha evolucionado. Es más exigente y meticuloso; sabe analizar y compara con frecuencia, porque tiene muchas mayores posibilidades de seleccionar a su informante. Siempre quiere estar mejor informado que los demás. Es una constante de la época que debe tenerse en cuenta.
De allí la necesidad de encontrar fórmulas modernas, aptas para finales del siglo, que satisfagan las necesidades inmediatas, no sólo del oyente, sino también de quien prepara la información. Hay que suprimir el vértice de la pirámide, porque en él sólo se encuentran pequeñeces que no interesan. La vida de nuestros días es una carrera contra reloj en la cual hay que aprovechar cada segundo.

Ejemplo

ENCABEZAMIENTO: *La huelga general del transporte comienza mañana a las ocho horas. El 90 por ciento de los autobuses estará fuera de servicio. El transporte privado no se pliega á la acción.*

CUERPO: *La paralización no abarca al transporte interprovincial ni a la compañía estatal de aviación, que funcionará regularmente. Los ferrocarriles efectuarán un paro parcial de solidaridad entre las doce y las catorce horas. El aumento salarial denegado ha sido la causa de la convocatoria a huelga, la cual esta tarde podría declararse como indefinida.*

FINAL: *El gobierno ha manifestado que si la huelga ha sido declarada como indefinida, procesará a los dirigentes gremiales. Punto controvertido, sobre el cual nuestro departamento de prensa recabó la opinión del Catedrático de Derecho Constitucional de la Facultad de Derecho de la capital...*

(Siguen declaraciones grabadas. Duración: un minuto).

Recuerde:

La estructura de la noticia consta de tres partes: encabezamiento, cuerpo y final.

Actividad 4

En el ejemplo de la pirámide convencional, trunca y cubierta, la noticia aparece dividida en tres partes, ***ENCABEZAMIENTO, CUERPO*** *y* ***FINAL****. Ahora le invitamos a escuchar la continuación del casete Nº 1, desde: "Los elementos deben complementarse con la estructura de la noticia. Ahora vamos a hablar de esta materia", hasta cuando "cuerpo y final". Oiga esta parte varias veces. Tome notas.*

Actividad 5

No continúe con esta actividad si no ha escuchado previamente la parte del casete que trata sobre el encabezamiento de la noticia.

En la audición que acaba usted de realizar le hemos presentado varios ejemplos de ***ENCABEZAMIENTOS*** *de noticias. Lea las explicaciones siguientes y trate de asociar los ejemplos dados a los tipos de encabezamientos que presenta la lectura.*

El encabezamiento de una noticia

Es la introducción de la noticia. Algunos le llaman copete. Los ingleses y estadounidenses lo denominan LEAD, término que en sus innumerables acepciones siempre está relacionado con encabezamiento (liderazgo).

Esta primera parte esencial de la noticia dependerá en su redacción de varias circunstancias: factor tiempo, enfoque personal, estilo del redactor, necesidad de ampliarla por el interés que despierta, conveniencia de resumirla o decisión de dejar en suspenso el interés de la audiencia. De tal manera, los encabezamientos pueden ser de distintos tipos. A continuación se presenta una nómina que no pretende agotar las fórmulas.

Encabezamiento sencillo (Impacto)

Es el más simple y breve. Por lo tanto el más directo, aunque puede pecar de insuficiente.

Ejemplos

"La banca internacional decide condonar la deuda externa de los países latinoamericanos."

"Mañana, a las ocho horas, comienza una huelga general de transporte."

Es una sola frase que abarca el qué, el quién y el cuándo. Los factores podrían invertirse así:

“La huelga general del transporte comienza mañana a las ocho horas.”

En el primer ejemplo la huelga no se conocía previamente. En el segundo caso sí se sabía que se llevaría a cabo pero no cuándo y a qué hora se iniciaría.

Encabezamiento doble

Ya no se trata de un solo hecho trascendente de la información, sino de dos que se complementan.

Ejemplo

“La huelga general del transporte comienza mañana a las ocho horas. El 90 por ciento de los autobuses estará fuera de servicio.”

Se proporciona información más completa, pero siempre breve y concisa. Habrá huelga, se sabe cuándo comenzará y que la paralización será casi total.

No obstante “algo” queda por saber, que no está incluido en este encabezamiento. Así llegamos a la tercera fórmula, la del encabezamiento triple.

Encabezamiento triple

Siguiendo el ejemplo anterior, en el encabezamiento triple se agrega un tercer elemento, el del transporte privado, que interesa al usuario por un doble motivo: primero, porque habrá algún medio en el que podrá movilizarse; segundo, porque la huelga del transporte no obtuvo la solidaridad total del sector.

Ejemplo

“La huelga general del transporte comienza mañana a las ocho horas. El 90 por ciento de los autobuses estará fuera de servicio. El transporte privado no se pliega a la acción.”

Encabezamiento explicativo

En él lo que se señala, lo que se explica, son las causas de la huelga, es decir, se informa directamente sobre el hecho que la generó. La decisión de ir a la huelga se da por conocida por el oyente.

Ejemplo

“Las demandas salariales insatisfechas deciden la huelga general del transporte público a partir de las ocho horas de mañana.”

Con el empleo de esta fórmula se justifica la acción, es decir, por qué se lleva a cabo.

Dentro de este grupo también cabe otro tipo de explicación, la de las consecuencias de la huelga. Esta ya se conocía, pero faltaban precisión y detalles.

Ejemplo

“Mañana, a partir de las ocho horas, solo estará en servicio el 10 por ciento del transporte público.”

Encabezamiento testimonial o de cita

Se comienza una noticia con la reproducción de una frase o declaración de un personaje importante. Puede ser leída por el locutor o reproducir una grabación ya efectuada.

En este último caso resultará más impactante y con mayor valor documental, porque agrega certidumbre sobre quién la efectuó y la seguridad de que la emisora estuvo en el lugar de los hechos. Finalizada la lectura o grabación, se remata el encabezamiento estableciendo el nombre y cargo del personaje.

Esta es una fórmula recomendable desde el punto de vista radiofónico, pero no debe abusarse de ella. Utilícela cuando los hechos y la importancia de quien efectúa las declaraciones lo merecen. En caso contrario, el recurso pierde su efecto.

Ejemplo

“Si no están dispuestos a perseguir el consumo y a sus traficantes en su territorio, no pueden exigirnos que nosotros lo hagamos”.

Palabras dirigidas a Estados Unidos por el candidato presidencial colombiano, señor Rodrigo Lloveda Caicedo, del Partido Social Conservador.

Encabezamiento sumario

Es el que reúne todos los elementos principales de la noticia a manera de índice introductorio.

Ejemplo

“Huelga de transporte; comienza mañana a las ocho; demandas salariales insatisfechas son la causa; el transporte privado trabajará”.

Se conoce rápidamente el núcleo, que se desarrollará después en el cuerpo de la noticia. Este tipo de encabezamiento da resultados cuando se trata de informaciones largas, que sobrepasan el minuto y medio, es decir unas veinte líneas. Se utiliza con éxito en las revistas informativas que resumen los hechos ocurridos en un lapso determinado.

Se recomienda en este tipo de encabezamiento cuidar la lectura. No debe obviarse ningún punto y coma. Las cuatro partes de la información son prácticamente sentencias independientes. Si se lee mal, perderá efecto.

Encabezamiento de contraste

Se trata de poner al comienzo de la noticia dos opiniones diferentes sobre un mismo tema. Dos visiones distintas sobre una realidad.

Ejemplo

“El Sr. Joaquín Balaguer es el virtual presidente de la República Dominicana después de haberse procedido al recuento del 80 por ciento de los votos. Su inmediato adversario, el Sr. Juan Bosch, asegura que se trata del fraude electoral más grande de la historia de su país”.

Encabezamiento interrogativo

La interrogante es otra posibilidad. Comenzar con una pregunta también capta la atención.

Ejemplo

“¿Quién será el campeón de fútbol. En Italia 90? La prensa europea tienen como favoritos a Alemania Federal, Holanda, Italia, Brasil y Uruguay.”

Como toda incógnita, la pregunta atrae y mantiene la atención. Motiva la curiosidad.

A esos ejemplos podrían agregarse otros; la variedad es muy grande.

Puede haber encabezamientos de corte sensacionalista, descriptivo, de suspenso o condicional, entre otros. El empleo de unos u otros variará también según el tipo de emisora, la técnica radiofónica que se emplee, las necesidades del momento, la ideología que inspire el programa o el público a quien se dirija. En fin, existen numerosos factores que determinarán el empleo de diversos encabezamientos, incluso

aquellos que tienen que ver con la forma adoptada para presentar el boletín informativo.

Así, por ejemplo, un encabezamiento de testimonio queda bien presentado cuando una voz transcribe la declaración y otra voz individualiza el cargo y nombre de quien la efectuó.

Recuerde:

El encabezamiento correcto "engancha" al oyente. Es de importancia vital para justificar la inclusión de la noticia en el boletín. Sea breve, claro y firme. No utilice palabras innecesarias. Vaya el núcleo del hecho. Las explicaciones vendrán después.

Actividad 6

En la prensa escrita, lea unas 10 noticias y analice sus encabezamientos. Tenga a la vista el cuadro de la página siguiente y trabaje sobre él. Hará un ejercicio de identificación de encabezamientos. Lea las noticias y seleccione en el cuadro el tipo de encabezamiento al cual pertenecen.

CUADRO PARA CLASIFICAR TIPOS DE ENCABEZAMIENTOS								
EJEMPLOS	SENCILLO	DOBLE	TRIPLE	EXPLICATIVO	CITA	SUMARIO	CONTRASTE	INTERROG.
1								
2								
3								
4								
5								
6								
7								
8								
9								
10								

Actividad 7

Ya tiene usted los elementos necesarios para redactar encabezamientos de noticias. Tome del periódico unas 10 noticias y redacte encabezamientos para esas informaciones. Prepare tantos encabezamientos como necesite para sentirse seguro en esta práctica.

Le sugerimos redactar series de encabezamientos sobre una misma noticia, de manera que pueda presentarla de varias formas.

Actividad 8

Ahora continúe escuchando el casete Nº 1 lado A desde donde dice: "Cuerpo y final" hasta el final de la emisión. No se conforme con una sola audición; escuche hasta estar seguro de que entiende de qué se trata y cómo se hace. Recuerde, tome notas y repase una y otra vez.

Actividad 9

Si ya realizó la Actividad 8 y está satisfecho con sus resultados, lea las siguientes recomendaciones para la redacción del cuerpo de la noticia.

El cuerpo de la noticia

En el cuerpo de la noticia se escriben las explicaciones de lo que se insertó en el encabezamiento. Habrá que cuidarla redacción, y utilizar párrafos completos y "redondos", de fácil comprensión. Emplee frases cortas; utilice mucho la puntuación, elemento necesario para efectuar las pausas que beneficiarán la lectura. Esto usted ya lo estudió en la primera parte del casete. Si no lo recuerda, por favor repáselo de nuevo.

Siguiendo la forma de la pirámide, el cuerpo de la noticia debe ir de menor a mayor, en orden creciente, porque es la parte de la información que el oyente espera, después de ser atraído por el encabezamiento. Lo contrario defraudaría. Escomo quien promete caramelos a un niño y después se los niega.

Teniendo en cuenta la época en que vivimos y la competencia entre las diversas emisoras en materia informativa, evite que la noticia se ***derrita*** o se ***desinfle***. No abuse de explicaciones y detalles mínimos, pues lo único que logrará será que el oyente pierda el interés. El argumento "no tengo tiempo que perder" es de total aplicación al caso. Sencillamente, elimine menudencias; quédese con lo mejor, procéselo y escríbalo.

Tampoco pierda de vista que cuando se trata de boletines integrados por noticias muy abreviadas, o cuando se emplean "noticias cortas" con la finalidad de aligerar o amenizar una revista informativa, el cuerpo de la noticia puede no existir o simplemente puede confundirse con el encabezamiento.

En todos los casos, la norma fundamental es escribir en forma clara y breve. Pero tenga cuidado: en la búsqueda de la síntesis no pueden eliminarse términos estrictamente necesarios para un correcto entendimiento.

Recuerde:

El cuerpo de la noticia contiene las explicaciones de lo que se dijo en el encabezamiento. El oyente está esperando esa información, que debe ir de menor a mayor. Evite que la noticia se "derrita".

Encabezamiento

"La policía británica descubrió aparentemente un nuevo complot para asesinar a Salman Rushdie, el escritor indobritánico".

Cuerpo

“Las autoridades arrestaron a cinco árabes bajo la sospecha de preparar el asesinato del autor de Versos Satánicos. El fallecido líder de la revolución iraní, Ayatollah Jomeini, había ordenado el asesinato de Rushdie por injurias a la religión islámica”.

Actividad 10

A las 10 noticias que usted trabajó en la Actividad 7, ya les preparó sus encabezamientos. Redacte ahora el cuerpo de esas informaciones. Prepare las noticias que usted considere necesarias; lo importante es que se sienta seguro y con dominio de la técnica.

Actividad 11

Si ya redactó el CUERPO de las noticias, a continuación lo ofrecemos unas sugerencias para el FINAL.

Final de la noticia

El final de la noticia es una parte generalmente despreciada por redactores y locutores. Sin embargo es de extrema importancia, porque debe tratar de mantener **SIEMPRE** la atención de la audiencia.

Hoy, nadie está de acuerdo con la tesis del orden decreciente en el interés de la información que se irradia. Es imprescindible buscar el o los elementos que levanten el final de la noticia, y llamen la atención hasta la última palabra. Hay que reservar elementos o buscar otros de afuera con tal finalidad.

Una parte curiosa del hecho, una circunstancia no esencial pero interesante, las consecuencias que producirá, una declaración o una cita, pueden convertirse en instrumentos periodísticos aceptables para lograr un final digno. Si estas piezas tienen que ver con la comunidad a la cual va dirigida la información o presentan interés humano, serán suficientes para mantener a la audiencia pegada al receptor hasta que la noticia termine.

Recuerde:

La noticia empieza con el encabezamiento, ARRIBA, sigue con el cuerpo en un plano MEDIO y termina con el final, otra vez ARRIBA. Todo meridianamente claro y firme, convincente y fácilmente comprensible.

En una palabra, la noticia debe finalizar con fuerza, es decir ARRIBA y no abajo. El complemento será la voz del locutor poniendo el remate justo. Muchos locutores son proclives a dejar "caer" las últimas palabras; bajan de tono, y pierden firmeza o convencimiento. Si bien es necesario que el redactor de la noticia tenga en cuenta todas estas sugerencias, ellas son también válidas para el locutor. Ambos están comprometidos en lo mismo.

Ejemplo

Encabezamiento	*Definir una posición conjunta en el Sistema Latinoamericano para reducir el monto de la deuda externa, es una de las principales conclusiones de la cuarta cumbre andina realizada en Cuzco, Perú.*
Cuerpo	*Los presidentes Alan García de Perú, Jaime Paz Zamora de Bolivia, Rodrigo Borja de Ecuador y Carlos Andrés Pérez de Venezuela, firmaron el acta de Machu Picchu, que contiene temas como la integración regional, asuntos sociales, educación, seguridad y desarrollo.*
Final	*Los mandatarios decidieron que el parlamento andino deberá ser integrado por representantes elegidos democráticamente. Además, encomendaron al consejo andino de política industrial definir una estrategia de apoyo a los esfuerzos de modernización y reestructuración industrial.*

Recuerde:

Escriba finales que llamen la atención, con fuerza, que terminen ARRIBA. El locutor también debe poner el REMATE justo, sin "caerse" al final.

Actividad 12

A las noticias que usted trabajó en las Actividades 7 y 10, a las cuales ya les escribió el encabezamiento y el cuerpo, ahora redácteles el final.

2. Preparación de la noticia

Objetivo de esta sección

Con las sugerencias y los ejemplos ilustrativos esperamos que usted esté en capacidad de redactar noticias para un boletín informativo radiofónico, preparadas de tal forma que permitan una lectura fácil para los locutores.

En la sección 1, ***La noticia por dentro***, nos internamos en el corazón de la noticia. Vimos sus formas, su estructura y la fuimos construyendo paso a paso. Ahora, vamos a retocar su forma y fondo y nos vamos a detener en su presentación, tanto mecanográfica como ante el micrófono.

Vamos a desarrollar esta sección utilizando al mismo tiempo el texto que tiene en sus manos y el casete Nº 1, lado B. Lea, escuche e investigue y luego intente hacer su propia síntesis.

Actividad 1

Antes de preparar mecanográficamente sus noticias, escuche varias veces el casete Nº 1, lado B, desde donde dice: "Es un placer grande volver a estar con ustedes…" hasta: "De lo general a lo particular". Al escuchar el casete, tome notas de las sugerencias y recomendaciones que en él se hacen. Ponga atención a tres elementos claves en el momento de redactar noticias: precisión, comprensión y profundidad.

Actividad 2

Lea nuevamente las 10 noticias que usted redactó. Analícelas y determine si cumplen con los elementos claves: precisión, comprensión y profundidad. Si todas sus noticias llenan estos requisitos, felicitaciones. Si no es así, por favor continúe investigando hasta que quede satisfecho de lograr su cometido.

Recuerde:

Para que la redacción de la noticia sea fiel, veraz y significativa, debe ser precisa, comprensible y profunda.

Actividad 3

Ahora le invitamos a seguir escuchando el casete Nº 1, lado B, desde: "De lo general a lo particular", hasta: "Y a otra cosa". Tome nota.

Actividad 4

Lea nuevamente las 10 noticias que usted redactó. Fíjese en su puntuación. ¿Está bien empleada? Si lo está, felicitaciones. Si no, manos a la obra.

Recuerde:

El que redacta la noticia es responsable del contenido. El locutor no debe alterarlo, pero tiene que leer la noticia previamente para conocerla y adaptar la puntuación a su ritmo de lectura.

Actividad 5

Observe con atención la forma como se presenta la siguiente noticia.

Ejemplo

Un fuerte temblor que sacudió hoy a Grecia hizo que los residentes de Atenas se lanzaran corriendo a las calles en medio del pánico, pero no se informa de muertos ni heridos.

La cadena nacional de televisión controlada por el Estado interrumpió sus transmisiones normales y difundió advertencias al pueblo para que evacuara sus casas y se dirigiera a lugares al aire libre.

Las luces del tránsito se apagaron y hubo embotellamiento en las intercepciones en toda la capital durante cierto tiempo después de la sacudida.

Actividad 6

A continuación le ofrecemos algunas recomendaciones para la presentación mecanográfica de sus noticias. Léalas con cuidado y examine si el ejemplo anterior las cumple. Le sugerimos realizar una primera lectura de todo el texto y luego releerlo, verificando el cumplimiento de cada literal en el ejemplo.

Preparación de la noticia

La preparación de la noticia, la forma de escribirla y el papel que se emplee, son elementos importantes para la elaboración de un buen noticiero.

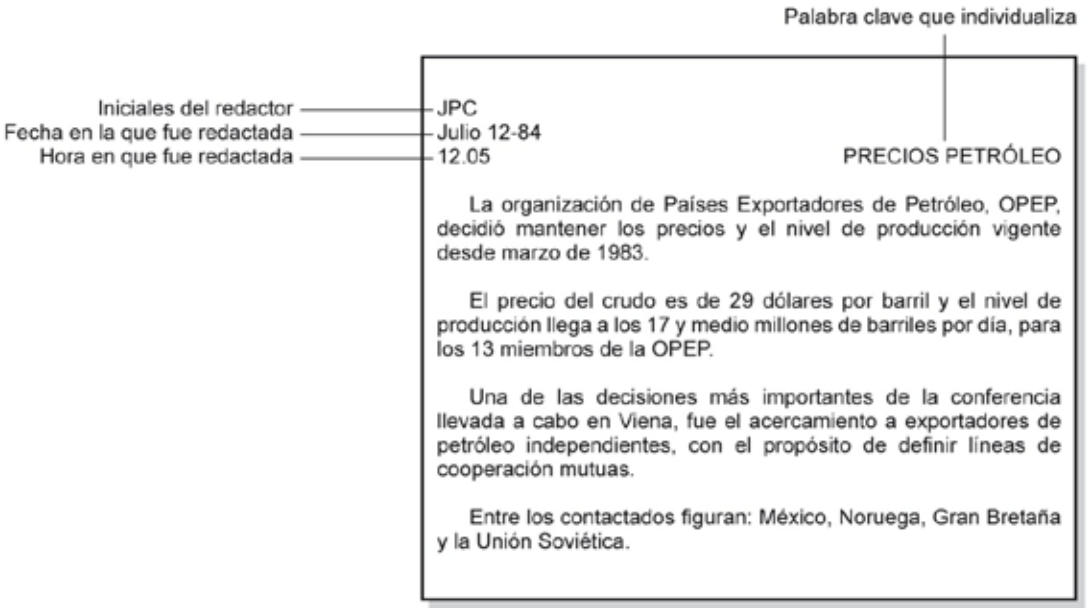
a) Emplee papel obra de 15 por 21 centímetros, es decir media página formato carta. Es preferible utilizar papel pesado, de hilo, lo que facilitará la manipulación de las hojas ante el micrófono, simplificando desplazamientos y evitando ruidos. Tenga en cuenta que los papeles demasiado finos son propensos a “pegarse” entre sí, y ello entorpece pasar de una noticia a otra.

b) Establezca las “líneas guías”. En el ángulo superior izquierdo de la hoja escriba las iniciales del redactor y, a renglón seguido, fecha y hora en que la noticia es redactada. En el ángulo superior derecho mencione una palabra clave, que individualice la noticia a simple vista, sin necesidad de leerla toda; por ejemplo, “precios petróleo”.

c) Deje un margen de tres centímetros a la izquierda. Ello facilitará tomar con la mano el boletín, sin que el pulgar izquierdo llegue a tapar lo que está escrito. Se beneficiará la lectura.

d) Escriba la noticia a doble espacio. Jamás a uno. Tenga en cuenta que el locutor necesita claridad visual y comprensión inmediata. No pierda de vista que muchas veces parte del boletín se entrega al locutor sobre la marcha, cuando ya está en el aire y, por lo tanto, no habrá tiempo de corregir.

Ejemplo



e) Redacte una noticia por página. Si no le alcanza, al final de la primera página, en el ángulo inferior derecho, escriba la palabra “sigue”. Entonces pase a la página siguiente. La advertencia es de utilidad porque el locutor sabrá que la noticia continúa. Podrá entonces colocarla voz de manera correcta.

f) Finalice la página con un párrafo completo. Si es necesario pasar a la página siguiente, el punto que termina el párrafo dará tiempo al locutor para pasar a la página siguiente y acomodar su voz. No se olvide de poner la palabra “sigue”.

g) No separe palabras a final de renglón. Menos aún cifras. Para el locutor es esencial poder seguir la lectura con facilidad, sin adivinanzas, ni cálculos matemáticos sobre la marcha. Sobre la escritura de las cifras se detallará más adelante.

h) Emplee mayúsculas y minúsculas. Es un error creer que empleando sólo mayúsculas se gana en claridad; al contrario, cansa y crea problemas con la acentuación. Además, automáticamente se elimina el recurso del verdadero empleo de la mayúscula, cuando se desea destacar.

i) Controle el tamaño de los tipos y el estado de la cinta. Tipos muy pequeños dificultan la lectura. Una cinta en malas condiciones no imprime bien; la tinta débil genera falta de contraste. Piense que los ojos también se cansan.

j) Divida en partes las palabras difíciles. Los términos largos o demasiado técnicos hacen caer en el error. La lectura se facilita si los términos largos se escriben en mayúsculas y se dividen en sus partes componentes.

Ejemplos

“HEXA-FLORURO”
“CUADRA-GÉSIMO-QUINTO”
“POLI-CLORO-BIFE-MILENIO”
“HIERA-KONÓPOLIS”

Para satisfacer su curiosidad, cabe aclarar que el primer término es un material radioactivo; el tercero una sustancia química derivada de los hidrocarburos y el cuarto una antigua ciudad egipcia.

k) Si la noticia va a ser leída por uno o dos locutores, use las copias correspondientes. Así se evitarán los traspapelamientos o extravíos de último momento. El original de la noticia será archivado.

Actividad 7

Volvamos al casete Nº 1. En el lado B, escuche atentamente desde “y a otra cosa” hasta: “A continuación vamos a enumerar rápidamente una serie de recomendaciones generales…” Tome notas; si lo cree necesario escuche nuevamente.
Ponga atención a los adjetivos, adverbios y verbos.

Actividad 8

Lea nuevamente sus noticias. Fíjese en el empleo de adjetivos, adverbios y verbos. ¿Le parecen correctos? Si es así, continúe con la siguiente actividad.

Actividad 9

Unas recomendaciones finales sobre la forma de presentar los nombres, la fuente informativa y los números.

Aspectos complementarios en la presentación de noticias

Los nombres

Trate siempre de mencionar a los protagonistas por su nombre y apellido. Ganará en seriedad. No es agradable al oído ni trasunta demasiado estilo y conocimiento, individualizar a las personas sólo por su apellido. Claro está que si es necesario mencionarlas más de una vez en la misma noticia podrán utilizarse fórmulas alternativas. Así, nombrado al principio de la noticia el Presidente de un país con su nombre y apellido, se le puede volver a distinguir con términos como “Presidente”, “Primer Mandatario” o “Cabeza del Ejecutivo”.

A Juan Pablo II se le podrá individualizar como “Sumo Pontífice”, “Santo Padre” o, simplemente, “el Papa”.

La reiteración

Debe tenerse en cuenta que una noticia convencional no alcanzará con nombrar al personaje principal una sola vez y al principio. El oyente es propenso a perder el hilo con frecuencia. Habrá que reiterar de quién se habla y mencionar dos o tres veces al protagonista. Por lo demás, el oyente puede haber sintonizado la emisora cuando el boletín ya ha comenzado; piense siempre que la audiencia no llega cuando usted lo pretende, sino en el momento que a ella se le ocurre encender o sintonizar.

Cuando los títulos profesionales o académicos agreguen realmente algo a la información, no dude en mencionarlos; ganará en precisión, otorga su específica categoría a la persona que nombra o entrevista.

Fuente Informativa

Si la tiene, no dude en señalarla. Individualizar el origen de la información sólo aportará beneficios. De entrada comenzará con algo fundamental: la certeza. La autoridad de la noticia es total, porque establece ya en el primer párrafo cuál es su procedencia.

Ejemplos

“El portavoz de la Presidencia dijo…”
“El Ministro de Finanzas anunció hoy…”
“Fuimos testigos presenciales de…”

Son fórmulas que identifican el origen de la noticia, la benefician y alejan todo tipo de suspicacias, a las cuales es proclive la audiencia. Se trata de fórmulas absolutamente necesarias cuando más controvertida o dudosa es la información.

Tampoco dude en utilizar el testimonio directo, si dispone de la voz grabada del protagonista; si tiene registrado el sonido de los disparos del atentado o el estrépito del edificio que se derrumbó, **ÚSELO**. Se habrá anotado un gran punto a favor; la información será completa y casi exhaustiva. No habrá lugar a dudas sobre lo que aconteció.

Números

La forma de escribirlos ayudará al locutor. Para lograr la máxima claridad visual, siga estas sugerencias:

Para los números del 1 al 9, escríbalos con letras. Para los números que van del 10 al 999, emplee cifras. Para MIL, MILES y MILLONES, utilice letras.

Para los siglos identifíquelos con letras o números arábigos.

Ejemplos

Escriba mil quinientos y no 1.500
Escriba cinco mil y no 5.000
Escriba 20 mil 343 y no 20.343
Escriba 7 millones y no 7.000.000
Escriba cinco mil 100 millones y no 5.100.000.000
Escriba siglo 17 y no siglo XVII

Dejando de lado el aspecto estrictamente visual, deben hacerse otras consideraciones. Básicamente, no abuse de los números, de las cifras o de las estadísticas; cuesta retener, concatenar y comprender tal tipo de información. Sólo destaque las cifras que “digan” algo; las que sean de importancia.

Es preferible utilizar el sistema de porcentaje: es más fácil que el oyente retenga “el 30 por ciento” que “75 de los 250 integrantes de la asamblea”. Si no quiere reiterarse, emplee las formulas de “los dos tercios o la cuarta parte.”

Si se decide por mencionar cifras complicadas, simplifique: no diga 41.569; trate de redondear, y diga “más de 41 mil”. Sólo emplee la cantidad exacta si ella es esencial.

Al respecto tenga cuidado cuando establezca determinadas cifras, como por ejemplo, un número de víctimas. Tal cantidad puede variar con el correr de las horas; incluso pueden existir versiones originales diferentes: una agencia habla de cuatro muertos y la otra de siete. ¿Cuál está en lo cierto?

En ese caso puede utilizar dos fórmulas:

Ejemplos

a) *"Hasta el momento se han constatado cuatro muertes y un centenar de heridos en…"*

b) *"Por lo menos cuatro muertos ha costado…"*

En ambas situaciones queda abierta la posibilidad de modificar la información a medida que se conocen mayores detalles o las agencias precisen o unifiquen cifras.

Los ejemplos podrían multiplicarse, pero no conviene cerrar este apartado sin otra sugerencia. Cuando se trate de elecciones y resultados parciales, mientras se realiza el escrutinio, no establezca número de votos de los dos principales rivales: lo más práctico, penetrante y gráfico es establecer sencillamente las diferencias entre uno y otro. Es lógico que tanto el número de votos como las diferencias variarán, pero las últimas posiblemente seguirán una variable constante y una tendencia determinada. Sólo cuando los resultados se aproximen a las cifras definitivas comience a emplearlas, pero siempre trate de redondearlas.

Títulos de la noticia

Una noticia puede comenzar su encabezamiento con el nombre del lugar de donde proviene. Una sola palabra basta. Por ejemplo: WASHINGTON. A continuación se redacta la noticia.

Otra fórmula es la de prescindir del título, entrando de lleno a la redacción. En ese caso, en la primera línea ya debe ubicarse al oyente: "En la ciudad de WASHINGTON…"

Cualesquiera de las dos fórmulas es admisible. Se trata de una cuestión de gustos y estilos; en definitiva, de la forma de presentación adoptada por la emisora.

Cuando un boletín se presenta a dos voces es más recomendable que la noticia **no sea titulada**. La lectura quedará más fluida y natural. El oyente se dará cuenta cuándo termina una noticia y comienza la siguiente, por el solo hecho del cambio de voz del locutor.

Índices y resúmenes

Es buena práctica, sobre todo cuando se trata de programas informativos largos, abrir la emisión con un índice de su contenido y cerrarla con un resumen de lo informado.

En el índice (máximo cinco líneas) se destacarán las principales noticias que forman parte del boletín, respetando su orden de presentación. El sistema tiene la virtud de adelantar los puntos neurálgicos, atrayendo a la audiencia. Sabiendo lo que se va a irradiar, si le interesa, esperará; si no, cambiará de emisora. Pero en ambos casos, agradecerá.

En el resumen, se dará lectura a las principales noticias de manera abreviada. Tres líneas, a lo sumo cuatro porcada una, que muy bien pueden ser los respectivos encabezamientos. Es buena manera de cerrar el espacio informativo, sobre todo para quien llegó tarde a la sintonía. Por el contrario, quien escuchó todo el boletín se desinteresará del resumen.

Tanto el índice como el resumen deben escribirse en páginas separadas, independientes del boletín en sí.

Palabras Inútiles

Utilice siempre los términos justos y no más de los necesarios. La redundancia cansa: **la adjetivación es inadmisible**. Pero hay además palabras que no tienen justificación. Los casos más claros son el de “éste”, “aquél”, “ésta”, «aquélla” o “respectivamente”. Son términos que poco agregan y que el oyente no relacionará de manera correcta.

La audiencia no conoce la noticia y no tendrá oportunidad de regresar a ella de inmediato. En la prensa escrita se puede volver al párrafo anterior para comprender mejor; aquí no. De manera que evite emplear palabras confusas. Sin embargo, pueden utilizarse en casos, como se verá a continuación.

Ejemplo

“A finales de noviembre Andrei Gromiko se entrevistará con Ronald Reagan. Este adelantó su beneplácito”.

El **“éste”** se ubica pegado al sujeto. La cercanía impide cualquier confusión o esfuerzo mental para saber quién es éste. Pero cuando tal ubicación se encuentra alejada del sujeto, la comprensión se verá dificultada, sobre todo cuando en una noticia figura más de un nombre propio.

Otro término con el que hay que tener cuidado es el **“aquí”**. En muchos casos la audiencia no sabrá si se trata del lugar desde donde se irradia la noticia, o el lugar donde está ocurriendo. Si se desea recalcar que se transmite desde el mismo país o ciudad donde se han producido los hechos, la fórmula más recomendable es anteponer el “aquí” al nombre del país o ciudad.

Ejemplo

“Aquí en Holanda, el desempleo alcanza el…”

La sugerencia es válida para las emisoras que poseen un alcance importante, nacional o internacional. Las radios pequeñas, que sólo se escuchan en un área reducida, no estarán tan intensamente sujetas al empleo del término.

Haga una revisión final de la presentación de sus noticias, esta vez con especial atención a los nombres, las fuentes informativas y los números, conforme acabamos de recomendarle. No vacile en realizar las correcciones del caso si estas sugerencias le ayudan a presentar sus noticias de mejor manera.

Actividad 10

Volvamos al casete Nº 1, lado B. Escuche desde donde dice: "A continuación vamos a enumerar rápidamente una serie de recomendaciones generales" hasta el final.

Actividad 11

Para que usted continúe familiarizándose con la redacción y lectura de noticias, se adjuntan dos casetes más. Los casetes 2 y 3 contienen ejemplos significativos de presentaciones de noticias ante el micrófono.

En el casete Nº 2 se presentan ejemplos de boletines de cuatro emisoras internacionales: Radio Francia Internacional, Radio Exterior de España, Radio Voz de Alemania y la BBC.

En el casete Nº 3 les presentamos dos programas informativos de Radio Nederland: La Matinal y Síntesis Semanal.

Autoevaluación Nº 2

1. ¿Por qué cree usted que la radio condiciona la utilización de las palabras?

2. ¿Cuál es la primera regla de oro para escribir noticias y cualquier libreto o guión radiofónico?

3. Explique por qué las oraciones y frases de una noticia no deben ser muy largas.

4. Sobre la extensión de la noticia se dijo: "nunca la brevedad debe lograrse a expensas de la claridad". ¿Cómo lo explicaría usted?

5. Diga de cuántas partes se compone la noticia y explique en qué consiste cada una de ellas.

6. A continuación usted encontrará una noticia preparada para un informativo radiofónico. Para que usted mismo verifique si su aprendizaje ha sido bueno, marque con un signo o color los que considera aciertos y, con otro, los que considera errores en los siguientes aspectos:

   a. Estructura de la noticia: al formular sus comentarios escríbalos por separado, si fuese necesario.
   b. Presentación de la noticia: identifique cuáles recomendaciones se han seguido y cuáles no.

NOTICIA

Definir una posición conjunta en el Sistema Latinoamericano para reducir el monto de la deuda externa, es una de las principales conclusiones de la cuarta cumbre andina realizada en Cuzco, Perú.

Los presidentes Alan García de Perú, Jaime Paz Zamora de Bolivia, Rodrigo Borja de Ecuador y Carlos Andrés Pérez de Venezuela, firmaron el acta de Machu Picchu, que contiene temas como la integración regional, asuntos sociales, educación, seguridad y desarrollo.

Los mandatarios decidieron que el parlamento andino deberá ser integrado por representantes elegidos democráticamente. Además encomendaron al consejo andino de política industrial definir una estrategia de apoyo a los esfuerzos de modernización y reestructuración industrial.

Compare sus respuestas con las que aparecen en la página 87 y siguientes.

RESPUESTAS A LAS AUTOEVALUACIONES

Respuestas a la Autoevaluación Nº 1

1. La comunicación de un hecho o acontecimiento es un elemento esencial en la definición de noticia. Se refiere al hecho de dar a conocerla noticia. Para que un hecho o acontecimiento sea calificado como noticia, tiene que ser comunicado. Puede decirse que si no hay comunicación, no hay noticia: **noticia es la comunicación de algo nuevo, que no conocíamos.**

2. No. En cada noticia no hay que contestar con necesidad absoluta todas esas interrogantes. Algunas de las respuestas a las preguntas pueden eliminarse, ya sea porque no existan o en beneficio de la brevedad y la concisión. Sin embargo, el uso de todas las preguntas está determinado de acuerdo con el momento, los estilos periodísticos, la clase de emisora y, sobre todo, la audiencia.

3. Algunos periodistas afirman que la noticia siempre debe empezar con el ¿quién? Sin embargo, según el estilo de la emisora, la importancia de la noticia y el personaje que la protagoniza, se puede empezar con cualesquiera de las preguntas. En este folleto se recomienda empezar siempre **con lo más importante, para captar la atención del oyente.**

4. Este principio está basado en el interés, ya que los seres humanos estamos siempre interesados en lo que hacen y dicen nuestros semejantes. Por tal razón, este principio está presente en toda noticia. Por medio de él, atraemos al público, lo captamos y logramos concentrar su atención.

5. Porque en las actividades realizadas se pudo constatar que existen tantas definiciones de noticias como periodistas. Cada diccionario y cada manual trae la suya. Lo que hace más difícil la definición es el hecho de que la noticia en sí misma es eminentemente perecedera

6. La expectativa inmediata es la que queda satisfecha con las noticias comunes: delincuencia, sexo, deportes, accidentes, desastres. Son aquellas noticias aparentemente desprovistas de trascendencia.

   La expectativa diferida se satisface con noticias de mayor peso y trascendencia: son noticias de los gobiernos, económicas, científicas, técnicas, sobre la deuda externa, la crisis internacional. Estas noticias obligan al oyente a hacer un esfuerzo mayor para comprenderlas.

Si al verificar sus respuestas tiene dudas, por favor, vuelva a estudiar la Unidad. Pero si sus respuestas fueron correctas, felicitaciones. Continúe con el estudio de la siguiente unidad.

Respuestas a la Autoevaluación Nº 2

1. La radio condiciona la utilización de las palabras por varias razones. El medio tiene sus características propias que hay que conocer para que el oyente saque provecho de la información. Para escribir para la radio es necesario conocer el lenguaje radiofónico. El oyente necesita entender el mensaje en el momento mismo en que se radiodifunde. Ello se debe al carácter particularmente efímero y a la inmediatez de la emisión. Si el oyente no está atento, cuando quiere poner mayor atención a la información ésta ya ha pasado. En ese caso, el medio no le da posibilidad para la reflexión. Por otra parte, como en la radio no existe la repetición en el momento en que el oyente la requiere, la deformación es irremediable. El oyente no tiene el recurso de acudir al texto escrito. Por tanto, la radio condiciona las palabras porque la comprensión y el recuerdo de las cosas oídas en la rapidez de una locución están lejos de ser perfectos.

2. Escribir con palabras sencillas es un requisito indispensable para escribir noticias y libretos de radio. Sólo así se puede alcanzar a un público tan vasto y variado como el de los radioescuchas. Nos referimos a aquellas palabras que se utilizan con frecuencia en el habla ciudadana y con las cuales nos comunicamos cada día. Con ellas es fácil escribir textos de fácil asimilación, con belleza y calidad periodística.

3. Porque las oraciones y frases largas impiden que el oyente comprenda la noticia, y hacen que el locutor no pueda ofrecer una buena lectura del texto. Si el locutor no entiende un texto, menos lo entenderá el oyente.

4. A pesar de que en muchos manuales de periodismo radiofónico se enfatiza el hecho de la brevedad de la noticia, no se trata de recomendaciones irrevocables. La extensión de la noticia dependerá de varios aspectos, entre otros la duración del boletín o noticiero, el público, la importancia de la noticia para el país, etc. En todo caso, las noticias deben ser breves, siempre que no afecten la claridad del contenido, pero también deben ser completas. Por lo tanto, ningún antecedente vital debe omitirse.

5. Encabezamiento, cuerpo y final.

   El encabezamiento es la introducción de la noticia. Algunos le llaman *copete*, *lead*, *entrada*, *arranque*, etc. Es la esencia de lo ocurrido, lo más importante, el núcleo del hecho. Las explicaciones vienen después. Debe estar redactado a manera de “gancho”, de punto de atracción para captar la atención del oyente.

   El cuerpo contiene las explicaciones, los detalles de lo que se dijo en el encabezamiento. El oyente lo espera porque aquí se le dan los antecedentes y se contextualiza la noticia. La información que se da en el cuerpo de la noticia debe ir de menor a mayor para evitar que la noticia se “derrita” o se “desinfle”.

El final debe llamar la atención, tener fuerza para terminar ARRIBA. Para lograrlo hay que reservar para el final algún detalle significativo, algo relevante. Debe dejar al oyente atrapado en la audición.

6. **a. Sobre la estructura de la noticia**

La noticia está bien estructurada. Sus partes se pueden distinguir claramente: encabezamiento, cuerpo y foral.

El encabezamiento tiene el núcleo de la información. Lo más importante: una de las principales conclusiones de la cumbre.

El cuerpo presenta detalles de los asistentes a la cumbre, hace constar la firma de un acta y enumera algunos de los temas tratados.

El final termina arriba. Trae dos decisiones trascendentales para los países de la región.

b. Sobre la presentación de la noticia

Recomendaciones que se siguieron:

¦ La noticia utiliza frases y oraciones cortas. Utiliza palabras sencillas, párrafos concisos y la puntuación es correcta; todo ello ayuda para una buena lectura.

¦ Los protagonistas, los presidentes, están mencionados por sus nombres y apellidos; los cargos y los países están correctos.

¦ Dice: “cuarta cumbre andina.” No se abusa de números y cifras.

¦ Se emplearon mayúsculas y minúsculas.

Recomendaciones que no se siguieron:

¦ No se elaboró la noticia en en una media página formato carta.

¦ No están establecidas las “líneas guías”. Faltan las iniciales del redactor, la fecha y la hora en que la noticia fue redactada. No menciona la palabra clave que individualiza la noticia.

¦ La noticia no está escrita a doble espacio.

¦ Se separaron palabras al final de renglón. El tipo de letra es muy pequeño.

Hemos llegado al final del módulo de autoformación titula *La Noticia*. Esperamos que este recorrido a través de la noticia, definiciones, principios, formas, estructura, redacción y presentación ante el micrófono, sirva para enriquecer su trabajo.

Como dijimos en la introducción, aquí ahondamos con sencillez los aspectos de forma y fondo para escribir y presentar correctamente una noticia. Ahora la tarea es suya. Le reiteramos que una buena práctica y amor por el trabajo le aportarán día a día nuevas y mejores sugerencias. Jamás se dé por satisfecho.

Recuerde: ***Siempre es posible aprender algo nuevo.***

Le deseamos éxitos y que siga redactando bien las noticias. Esto redundará en beneficio suyo y de la audiencia. Hasta pronto…

Bibliografía

1. ARAUJO, Cremilda. El Rol del Periodista. Quito, Colección INTIYAN, 1980.

2. CABEZAS, Antonio y Rosario, Amable. El noticiero popular, en La Emisora Popular. Quito, Andina, 1982. (Págs. 59-149).

3. DE LEÓN, Víctor Hugo. La información en radio. Colección Guatemala, vol. XXXI. Guatemala, Tipografía Nacional, 1985.

4. El noticiero popular, en Chasqui, Revista Latinoamericana de Comunicación. Nº 10. Quito, CIESPAL, abril-junio, 1984. . (Págs. 20-25).

5. GARGUREVICH, Juan. Géneros Periodísticos. Quito, Belén, 1982. (Págs. 217-232).

6. GEERTS, Andrés. La noticia popular. Manuales de capacitación N. 4. Quito, ALER, 1984.

7. HAYE, Ricardo. Claves para redactar en el Periodismo Radiofónico. Documento Mimeografiado.

8. LEÑERO, Vicente y MAR IN, Carlos. La noticia, Manual de periodismo. México, Barcelona, Buenos Aires, Grijalbo, 1986. (Págs. 47-89).

9. MARTIN, Gonzalo. Géneros periodísticos. 2a. edición corregida y aumentada. Madrid, Paraninfo, 1979.

10. NEWMAN, John. Periodismo radiofónico. México, Limusa-Wiley, S. A., 1966.

11. ORIVE, Pedro. Estructura de la Información Periodística. Aproximación al concepto y su metodología. Tomos I y II. Madrid, Pirámide, S. A., 1977.

12. RODRÍGUEZ, Hernán. Redacción periodística. Quito, Colección INTIYAN, 1988.

13. SALINAS, Raquel. Agencias Transnacionales de Información y el Tercer Mundo. Quito, The Quito Times, 1984.

14. ULIBARRI, Eduardo. Periodismo para nuestro tiempo: Informar e interpretar. San José, Asociación Libro Libre, 1988.

15. VALDÉS, Jorge. La noticia. Colección INTIYAN. Quito, CIESPAL, 1985.

Grupo de apoyo

Dirección de la Enciclopedia de Autoformación Radiofónica	**José Pérez Sánchez**
Autores del folleto	**Jorge Valdés** **Jorge Rivera** **Amable Rosario**
Guión del casete	**José Zepeda**
Locución	**Máximo Mede y José Zepeda**
Sonorización	**Jaime Baguena**
Asesores	**Jorge Rivera, Luis Tejada y Amable Rosario**
Diagramación, ilustración y artes	**José Daniel Villalobos**

Este material se puede reproducir total o parcialmente, siempre que se indique la fuente.