

Guía de escritura periodística digital

Para crear noticias que que informen,
impacten y promuevan nuestras causas



Con el apoyo de:

EDUCATIONOUTLOUD
advocacy & social accountability

GPE
Transforming
Education

Realización:



Campaña
Latinoamericana
por el Derecho
a la Educación

20
años

Realización

Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación (CLADE)

Apoyo a esta iniciativa

Educación en Voz Alta/Alianza Mundial por la Educación (GPE por sus siglas en inglés)

Esta publicación sistematiza contenidos de una capacitación sobre redacción periodística, brindada por la CLADE a sus miembros entre julio y agosto del 2023.

Coordinación general: Laura Giannecchini y Nelsy Lizarazo (CLADE)

Educadores responsables del contenido del curso: Esteban Zapata y Giovanna Valdivieso

Sistematización de contenidos y textos: Esteban Zapata

Lectura crítica y aportes: Laura Giannecchini, Thais Iervolino, Carol Osorio, María Ciani Bastidas

Diseño gráfico: Verónica Merino Ruiz

Comité Directivo de CLADE

Agenda Ciudadana por la Educación de Costa Rica

Campaña Argentina por el Derecho a la Educación

Campaña por el Derecho a la Educación de México

Coalición Colombiana por el Derecho a la Educación

EDUCO

Foro Dakar Honduras

Foro Socioeducativo de República Dominicana

Organización Mundial de Educación Preescolar – Región América Latina

Oxfam Dinamarca

Red Espacio sin Fronteras

La CLADE cuenta con el apoyo financiero de:

Educación en Voz Alta / Alianza Mundial por la Educación, con Oxfam Dinamarca

Intercambio de Conocimiento e Innovación (KIX) / Alianza Mundial por la Educación, con el Centro Internacional de Investigaciones para el Desarrollo (IDRC)

Asociación Alemana para la Educación de Adultos

Open Society Foundations

Oxfam Dinamarca

Oficina de la CLADE

Av. Prof. Alfonso Bovero, 430, cj. 2, Perdizes, São Paulo - SP - CEP 01254-000, Brasil

Teléfono: 55 11 3853-7900

E-mail: clade@redclade.org

www.redclade.org

Octubre de 2023

Esta publicación ha sido producida con el apoyo financiero de Educación en Voz Alta. Su contenido es responsabilidad exclusiva de CLADE y no refleja necesariamente las opiniones de los donantes Oxfam Dinamarca y GPE. Se permite la reproducción parcial o total de este documento, siempre y cuando no se altere su contenido y se mencione la fuente.

Guía de escritura periodística digital

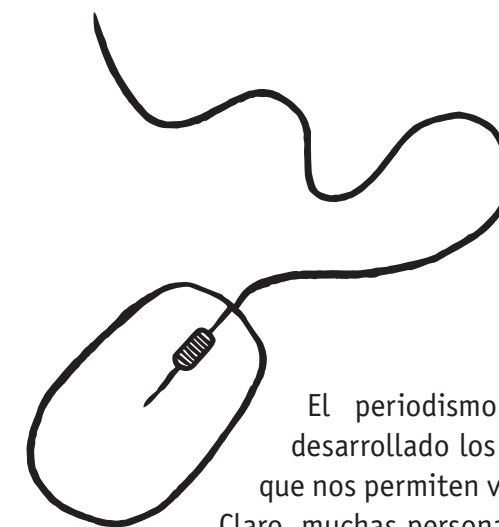
Para crear noticias que que informen,
impacten y promuevan nuestras causas

Índice

Bienvenida.....	9
Unidad 1: Impreso, digital y audiencias	12
1. Transición del periodismo físico al periodismo digital.....	12
2. Principales diferencias entre el periodismo impreso y el periodismo digital.....	14
3. Importancia de conocer a las audiencias.....	15
4. Ejercicio 1: Identificación de audiencias principales.....	18
Unidad 2: Fundamentos de la escritura periodística	22
1. ¿Qué es la noticia?.....	22
2. Características y tipos de noticias.....	24
3. Las noticias en nuestros dispositivos digitales.....	25
4. Ejercicio 2: Una noticia de 200 caracteres.....	26
Unidad 3: La noticia	30
1. Partes de una noticia.....	30
2. Estructura de la noticia.....	32
3. Los cambios con la noticia digital.....	34
4. Ejercicio 3: Encuentra las 5W	35
5. Ejercicio 4: Desarrolla tu noticia	36

Unidad 4: La noticia enriquecida	40
1. ¿Qué es enriquecer una noticia digital?.....	40
2. ¿Cómo enriquecer la noticia?.....	41
3. Ejercicio 5: Enriqueciendo nuestras noticias.....	48
Unidad 5: La entrevista.....	52
1. ¿Qué es la entrevista?.....	52
2. Tipos de entrevista.....	53
3. Preparación de la entrevista.....	58
4. Ejercicio 6: Agrega un testimonio relevante.....	60
Unidad 6: La crónica.....	64
1. ¿Qué es la crónica?.....	64
2. Características de la crónica periodística.....	65
3. Cronistas: literatos y periodistas.....	67
4. Ejercicio 7: Propuesta de decálogo para el periodismo digital.....	68
Bibliografía consultada.....	72

Bienvenida Bienvenida



El periodismo es la herramienta que hemos desarrollado los seres humanos para crear ventanas que nos permiten ver qué está ocurriendo en el mundo. Claro, muchas personas dirán: “eso ahora lo han logrado, de mucho mejor manera, las redes sociales”. ¡Y tienen razón! Sin embargo, el periodismo está sostenido por cronistas, personas que, además de compartir un contenido llamativo, buscan la forma más creativa y profesional de contar un hecho que será importante para muchas personas, a través de textos, fotografías, videos y audios. Y sí, las redes sociales hoy son también un gran medio para difundir estas noticias.

Como dijimos, el periodismo es una herramienta, y una muy poderosa, porque nos permite conocer, comprender y cuestionar la realidad que nos rodea. Las y los periodistas, tienen la enorme responsabilidad de dar voz a quienes no pueden ser escuchados y escuchadas, de desentrañar las verdades (porque no existe solo una) y de contar historias que impactan e inspiran a otras personas.

A través del periodismo, podemos contribuir al cambio social, denunciar injusticias, destacar voces marginadas y promover la transparencia y la responsabilidad. Descubrir el periodismo es abrir una puerta hacia la exploración, la curiosidad y la pasión por contar lo que ocurre a nuestro alrededor.

Esta guía cuenta con seis unidades, y es fruto de un proceso de formación virtual entre julio y agosto del 2023 para la membresía de la red CLADE. En esta versión, haremos un recorrido por herramientas y consejos prácticos para la escritura periodística digital, en el marco de la labor de organizaciones de la sociedad civil que luchan por el derecho a la educación y otros derechos humanos.

Unidad 1

Impreso, digital y audiencia



Unidad 2

Fundamentos de la escritura periodística



Unidad 3

La noticia



Unidad 4

La noticia enriquecida



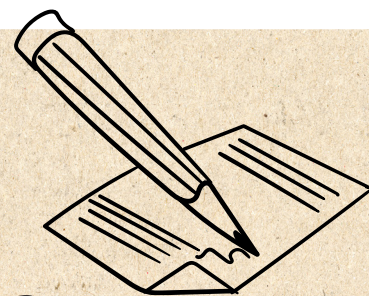
La entrevista



Unidad 5

Unidad 6

La crónica



A través de esta guía exploraremos el mundo de la escritura periodística en el ámbito digital. Aprenderemos a comunicar noticias e historias de manera efectiva, utilizando las herramientas digitales para llegar a un público global. Construiremos textos que informen, inspiren, difundan las acciones que estamos desarrollando en nuestras organizaciones y generen un cambio positivo en la sociedad.

¡Comencemos!

¿Qué es lo que siempre recordaremos al finalizar esta guía?

- ✓ **Identificar**
muy bien para quién escribimos.
- ✓ **Ser ordenados y claros**
en la redacción de noticias.
- ✓ **Incorporar elementos**
que sean valorados por las audiencias.
- ✓ **Identificar recursos multimedia**
que potencien los relatos.
- ✓ **Confirmar**
por lo menos dos veces la información.
- ✓ **Construir narrativas**
impactantes y atractivas.
- ✓ **Visibilizar**
la identidad de mi organización a través de la escritura.

Impreso, digital y audiencia



1. Transición del periodismo físico al periodismo digital

Contar con noticias actualizadas ha sido una necesidad primordial a lo largo de la historia de la humanidad. Conozcamos la evolución del periodismo, a través de algunos hechos históricos:



Material de apoyo:
[Presentación taller 1 y 2](#)

3000 a.C. - 500 d.C.: Los escribas egipcios, las Actas Diurnas en la antigua Roma o los juglares en la Edad Media fueron los precursores del periodismo mundial.

Siglo XV: Johannes Gutenberg introdujo la imprenta de tipos móviles en Europa en la década de 1450. Esto aportó al periodismo al facilitar la creación y distribución de periódicos y revistas.

Siglo XV y XVI: Los mensajeros chasquis, del Imperio Inca, o los pochtecas, en el Imperio Azteca, fueron quienes llevaban las últimas novedades alrededor de sus territorios.

Siglo XVI: Los primeros cronistas narraban eventos importantes en las Gacetas, precursoras de los periódicos.

Siglo XVII: Se publicaron las primeras revistas periódicas, como "The Oxford Gazette", "Gazette de France" y "The Athenian Mercury".

Siglo XIX: Con la invención de la imprenta rotativa y la expansión del ferrocarril, los periódicos se convirtieron en medios de comunicación masivos, como "The Times" y "The New York Times".

Inicios del siglo XX: La radio y la televisión se convirtieron en medios para informar a las audiencias en vivo.

Siglo XX: Durante la Segunda Guerra Mundial, los corresponsales de guerra cubrieron los conflictos desde el frente, brindando informes en primera línea. Existía otra guerra, la de las

agencias como Agence France-Presse (AFP), Reuters o Agencia de Información Telegráfica de Rusia (TASS).

Siglo XX: Surgen los medios digitales y sitios web de noticias, como CNN en 1980 y el primer periódico en línea "The Daily Telegraph" en 1994.

Siglo XXI: Las redes sociales y las plataformas digitales permitieron que el periodismo ciudadano se expandiera, brindando la posibilidad de informar y compartir noticias de manera instantánea.

Inicios del siglo XXI: Los medios tradicionales adoptaron enfoques multimedia y convergieron con plataformas digitales para ofrecer noticias en formatos innovadores, como podcasts y transmisiones en vivo.

Siglo XXI: La era digital trajo consigo desafíos de desinformación y la necesidad de un periodismo de datos riguroso para verificar la información y mantener la credibilidad.



2. Principales diferencias entre el periodismo impreso y el periodismo digital

La tecnología ha revolucionado el mundo de los medios de comunicación y el periodismo. Principalmente, esto se debe a que hoy la inmediatez en el acceso a la información ha transformado la forma en la que consumimos las últimas novedades, no solo de nuestra comunidad, sino de todo el mundo.



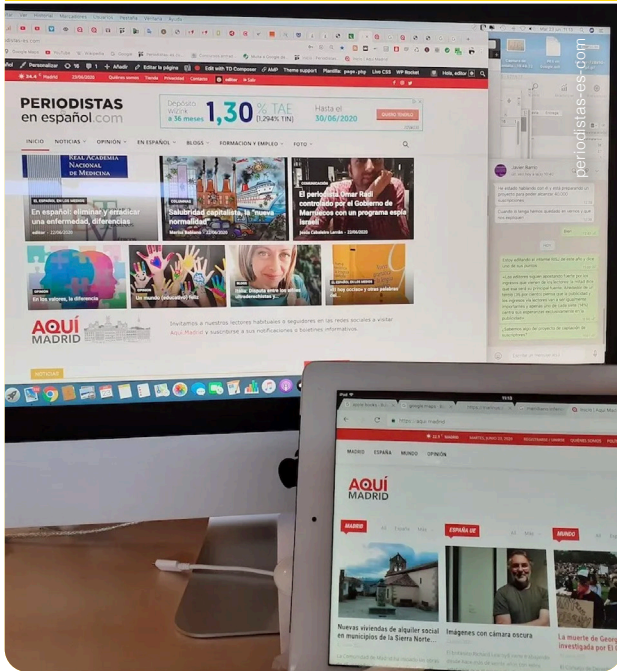
Periodismo impreso

- Formato físico.
- Distribución limitada.
- Horarios fijos de impresión y distribución.
- Contenido estático.
- El diseño se ajusta a un formato predeterminado.
- Espacio limitado.
- No permite interacción inmediata.



Periodismo digital

- Formato electrónico.
- Alcance global.
- Actualización en tiempo real.
- Contenido multimedia: videos, animaciones, enlaces.
- Diseño adaptable a diferentes dispositivos.
- No hay restricciones de espacio.
- Permite interactuar, comentar y compartir de forma inmediata.



3. Importancia de conocer a las audiencias

A pesar de las diferencias que hemos visto, hay dos puntos que, más allá del paso del tiempo, deben permanecer invariables en el periodismo y los medios de comunicación: Mantener el compromiso con la precisión de la información y conocer a profundidad a sus audiencias.

Tanto en el periodismo impreso como en el digital, conocer a nuestra audiencia nos permite ofrecerles noticias relevantes y significativas. Interpretar sus necesidades e intereses nos ayuda a conectar con ellas y contar historias que realmente les importen y llamen su atención.

¿Reconoces a estos medios de comunicación?

Vamos a hacer un ejercicio. A continuación, se encuentran cuatro canales de televisión de noticias conocidos a nivel mundial. ¿Podrías imaginar quién es la audiencia de estos medios? Es decir, ¿reconoces a quién le hablan?



Veamos si coincides con este análisis de audiencias:



CNN en Español es una extensión del icónico canal de noticias norteamericano CNN.

Sus destinatarios son personas latinas residentes en EEUU, o personas interesadas en temas globales, política, economía y cultura, desde una perspectiva norteamericana. Les agrada acceder a novedades e información con base en opiniones de expertos internacionales.



Telesur es un canal de televisión multiestatal, con financiamiento de varios países latinoamericanos.

Sus destinatarios son personas principalmente de tendencia política de izquierda, buscando una visión alternativa de los acontecimientos internacionales, desde una visión latinoamericana, y preocupadas por temas sociales y políticos.



RT (Russia Today) es un canal de noticias financiado por el gobierno ruso.

Su audiencia busca una perspectiva no occidental de los acontecimientos internacionales y encontrar puntos de vista críticos hacia los medios occidentales tradicionales. Tiene cercanía con la posición geopolítica del gobierno de Rusia.



BBC News es el medio de comunicación público de Reino Unido, fundado para difundir noticias de interés de personas de habla inglesa.

Tiene audiencias bien informadas, con intereses en noticias de calidad. Son personas con un nivel educativo alto, establecidas en cualquier parte del mundo. Aunque pueden autoidentificarse como imparciales, suelen tener una postura occidentalista.

Entonces, ¿por qué es importante para los medios el reconocer muy bien a sus audiencias?

- 1. Relevancia y pertinencia:** Al comprender los intereses, necesidades y preferencias de su audiencia, los medios pueden ofrecer contenido relevante y pertinente, lo que aumenta la posibilidad de que estas se sientan atraídas.
- 2. Personalización:** Conociendo a su audiencia, los medios pueden adaptar su enfoque y estilo de comunicación, proporcionando contenido personalizado, lo que fortalece la conexión emocional.
- 3. Rentabilidad y sostenibilidad:** Pueden atraer a anunciantes y patrocinadores que busquen llegar a grupos demográficos particulares, lo que aumenta sus ingresos.
- 4. Mejora continua:** Pueden aprender de sus comentarios y preferencias, lo que les permite realizar ajustes y mejoras constantes en su contenido y estrategias de comunicación para mantenerse a la vanguardia en un entorno mediático competitivo.
- 5. Credibilidad y confianza:** Conocer a su audiencia y abordar sus intereses de manera honesta contribuye a generar confianza y credibilidad entre los consumidores de noticias, lo que es esencial para mantener una reputación sólida y una base de seguidores.
- 6. Medir y evaluar el impacto del contenido:** Al analizar métricas como el alcance, la interacción y el tiempo de permanencia, pueden comprender qué noticias y formatos resuenan mejor, lo que facilita la toma de decisiones estratégicas para mejorar su comunicación.
- 7. Crear una comunidad:** Al interactuar con su audiencia a través de redes sociales, comentarios o eventos, pueden construir un espacio donde las personas seguidoras se sientan parte de una comunidad compartiendo intereses, lo que fortalece el sentido de pertenencia y la lealtad hacia el medio.

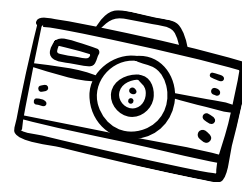
4. Ejercicio 1: Identificación de audiencias principales

“Entonces, ¿cuáles son las herramientas para escribir noticias digitales?”, te estarás preguntando. Ya llegaremos a ese punto. Sin embargo, aunque no lo creas, el primer paso para generar noticias de valor es caracterizar bien a quién le estamos hablando.

Este paso nos permitirá adaptar nuestro contenido de manera efectiva, generando un impacto significativo en nuestros públicos. La caracterización de nuestra audiencia es una herramienta clave para ofrecer contenido relevante y establecer una conexión auténtica con aquellos a quienes nos dirigimos. Al entender sus intereses, preocupaciones y necesidades, podremos construir una relación de confianza y credibilidad.

Vale mencionar que todos los ejercicios de esta guía te ayudarán a desarrollar una noticia sobre tu organización. La recomendación es que sigas la lectura de forma secuencial, para que puedas elaborar una noticia atractiva, completa y de gran valor para tu audiencia.

Para identificar a nuestras audiencias, primero debemos responder los siguientes pasos:



» Paso 1

Escribe en un papel - “El contenido que quiero desarrollar hablará sobre...”

Por ejemplo: Las acciones de mi organización para promover a la educación como un derecho humano, información sobre cómo enfrentar las desigualdades de género, análisis sobre la problemática del cambio climático y sus repercusiones, etc.



» Paso 2

Siéntate cómodamente y cierra los ojos. Respira profundo y relaja tu mente.

Imagina que estás frente a quienes les interesa el tipo de información que quieres comunicar. Observa a las personas que leen y ven tu contenido. Visualiza sus rostros, sus gestos y su actitud hacia tu trabajo periodístico.

» Paso 3



Abre los ojos, estira las manos, acomoda tu cuello y responde estas preguntas.

1. ¿Cuál es la edad promedio de las audiencias que imaginé?
2. ¿Dónde se encuentran geográficamente mis principales seguidores?
3. ¿Cuál es su nivel educativo?
4. ¿Qué intereses y pasiones tienen que se relacionan con mi propósito?
5. ¿Cuáles son sus necesidades informativas y qué tipo de noticias buscan en mi medio?
6. ¿Qué plataformas utilizan con mayor frecuencia?
 - Facebook
 - Instagram
 - TikTok
 - YouTube
 - Portales/Blogs
 - Correo electrónico
 - WhatsApp
 - LinkedIn
 - Otra...



7. ¿Qué tipo de información buscaban en redes sociales?

- Técnica
- Noticiosa
- Historias de vida
- Educativa/Tutoriales
- Resúmenes
- Opinión
- Interactiva
- Otra...

8. ¿Qué lenguaje o tono les es más cercano?

- Claro y sencillo
- Amigable
- Positivo y motivador
- Informativo y frontal
- Emotivo y empático
- Respetuoso
- Rápido y conciso
- Coloquial
- Otro...

9. ¿Qué problemas o desafíos enfrenta mi audiencia y cómo puedo abordarlos en mi trabajo periodístico?

10. ¿Cómo se llama mi audiencia?

Puede ser un nombre propio o un nombre que identifique a un grupo de gente, por ejemplo: María López o Activistas por la educación



La respuesta a esta última pregunta nos ayudará a iniciar la ficha de nuestra audiencia principal, que será a quien(es) nos imaginaremos cada vez que estemos escribiendo nuestras notas periodísticas. Con toda la información recabada en tus respuestas, llena la siguiente ficha de audiencia, haciendo un breve resumen.

Ficha de audiencia primaria

Nombre de audiencia:

Un párrafo que resume todas las respuestas:



Formas de identificar tu audiencia con *design thinking*: [Que es y como usar la herramienta "BUYER PERSONA"](#)



¿Cómo usar las tendencias a favor de la información? [Periodismo Digital Desafiante | Karla Zabudovsky | TEDxGuatemalaCitySalon](#)

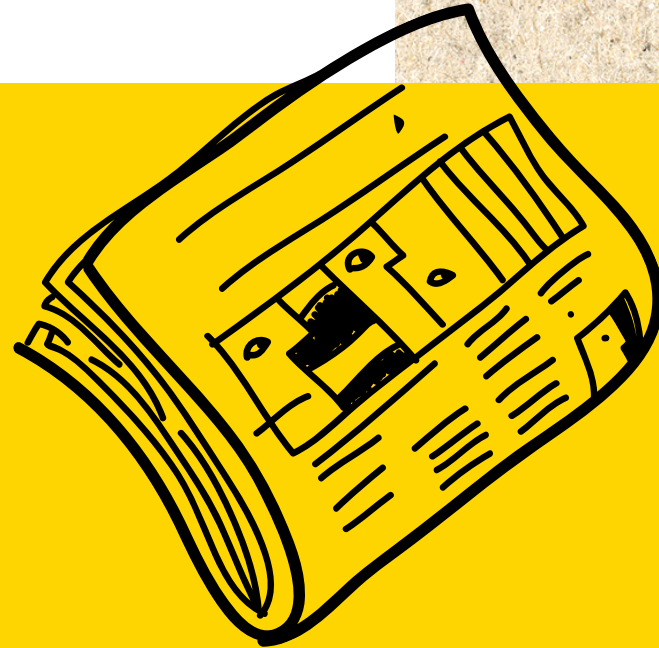


“El periodismo es una pasión insaciable que sólo puede digerirse y humanizarse por su confrontación descarnada con la realidad”.

Gabriel García Márquez



Fundamentos de la escritura periodística



1. ¿Qué es la noticia?

Una noticia es un tipo de texto periodístico, tanto escrito como radiofónico o audiovisual, que consiste en una narración de algún evento novedoso, actual y de interés público.

La noticia es fruto de la recopilación de información por parte de una o varias personas periodistas, quienes:

- Estuvieron presentes en el lugar de los hechos.
- Consultaron a quienes lo estuvieron.
- Consultaron documentación al respecto.



¿Para qué sirve?

La respuesta más rápida es que una noticia sirve para informar.

Sin embargo, la noticia permite interpretar el mundo que nos rodea, teniendo la posibilidad de aportar a nuestras comunidades de muchas maneras. Puede ayudarnos a comprender problemáticas sociales, presentar soluciones novedosas y hasta, por qué no, educar a la ciudadanía. Es decir, que tiene un rol vital para sostener una democracia saludable en nuestros países. Por supuesto, también puede ser utilizada con fines perjudiciales.

La noticia no es neutral

Contrario a lo que se solía difundir hasta la década de los 90, el periodismo no es objetivo, es subjetivo porque lleva consigo la impronta de pensamiento de quien la escribe. Y no está mal que así sea. Por esto, es importante saber cuál es la línea del medio de comunicación que consumimos, con el fin de saber qué objetivos tiene la información que nos está presentando.

2. Características y tipos de noticias



Las noticias se caracterizan por:

- ✓ Abordar temas novedosos, recientes o de actualidad, que sean del interés público.
- ✓ Estar escritas en un lenguaje no especializado, que permita a cualquier persona acceder a la información.
- ✓ Contener información jerarquizada para presentar lo más concretamente posible los hechos.
- ✓ Adaptar su presentación al tipo de formato en el que serán presentadas: papel impreso, monitor digital, radio o televisión.

Tipos de noticias

Según su tratamiento del tema, las noticias se clasifican en:

- Futuras o de futuro: Anuncian eventos que ocurrirán en un futuro más o menos cercano.
- De actualidad: Abordan eventos relevantes en la cotidianidad.
- De efemérides: Relatan eventos que ocurrieron en el pasado, pero que se conmemoran o resultan relevantes para el presente.
- Complementarias: Abordan noticias menos relevantes, pero que complementan otras noticias.
- De servicio público: Cuando la información hace foco en que pueda ser útil para el público.

3. Las noticias en nuestros dispositivos digitales

Hoy, las noticias llegan hasta nosotras y nosotros principalmente a través de redes sociales como Facebook, Instagram, X, WhatsApp, entre otras, donde son compartidas y comentadas por amigos y contactos. Si nos interesan, las abrimos en nuestros celulares o computadoras, y las leemos en sus plataformas web. Este cambio en el proceso de consumo de noticias refleja cómo las redes sociales se han convertido en un punto de partida para nuestra búsqueda de información.

Asimismo, hoy una noticia puede contarse en 200 caracteres o en un "meme", apelando a la inmediatez y a la creatividad. Esto ha llevado a los medios de comunicación, pero también a las organizaciones y colectivos, a ser muy ingeniosos para llamar la atención de sus audiencias.



Impresa

https://elpais.com/sociedad/2018/11/24/actualidad/1543042279_562860.html



Digital

<https://www.pictoline.com/timeline/2019/09/23/05hrs01min00sec>

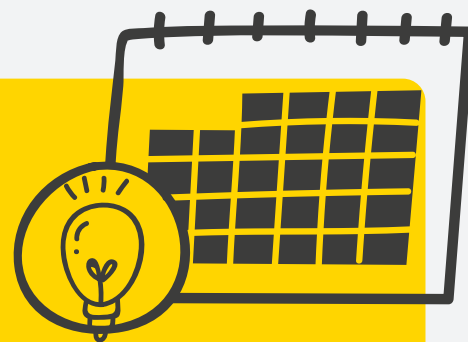


4. Ejercicio 2: Una noticia de 200 caracteres

Es momento de poner manos a la obra. Vamos a escribir una noticia muy breve. Para esto, debes seguir los siguientes pasos:

>> Paso 1

Piensa en un hecho relevante que haya realizado tu organización en los últimos días y que a mucha gente le pudiera interesar.



>> Paso 2

Recuerda cuál es la audiencia a la que le vas a contar la noticia. Piensa cuál es el tono y la mejor forma de contarle lo que le vas a contar.



>> Paso 3

Escribe una primera versión de la noticia, respondiendo los siguientes puntos sin importar el orden: ¿Qué pasó? ¿Cuándo sucedió? ¿Quiénes lo realizaron? ¿Dónde ocurrió? ¿Por qué ocurrió?

Primera versión:



>> Paso 4

Relee tu noticia e identifica qué es fundamental mantener y qué puede omitirse sin que pierda sentido. Ajusta la noticia a 200 caracteres.

Versión de 200 caracteres:



>> Paso 5

Ahora presenta a tu organización en 200 caracteres. Este ejercicio nos servirá para más adelante, cuando desarrollemos la noticia completa, en nuestros portales. No olvides pensar en a quién(es) se lo estás contando.

Otros Recursos



Diario digital en formato Instagram [Tinta Digital](#)



Noticias ilustradas [Pictoline](#)



La era del podcast [Radio ambulante](#)





“Dejar en claro los posicionamientos desde dónde se escribe, habla o interviene en la comunicación, colabora en una mejor descripción del mundo y a un pacto ético con las audiencias”.

Flor Alcaraz

La noticia



Material de apoyo:
[Presentación taller 3](#)

1. Partes de una noticia



Antetítulo o volanta: Es la información que se coloca antes del título y que sirve como anticipo de lo que se va a explicar.

Título o titular: Resume de forma muy concisa y directa el contenido de la noticia.

Copete, bajada o subtítulo: Se trata de un texto ubicado justo debajo del título y sirve de resumen breve de lo sucedido.

Entrada: Antes de empezar a explicar la noticia de forma completa, se ofrece un resumen más extenso, de un párrafo

normalmente, en el que se dan los datos más importantes de la noticia.

Cuerpo de la noticia: Es la redacción de toda la noticia. La estructura debe ser descendiente, es decir, se comienza con lo más importante y, después, se analizan de forma más detallada las causas o consecuencias.

Epígrafe o pie de foto: Es una breve descripción que acompaña a una imagen para proporcionar contexto o información adicional.

2. Estructura de la noticia

La pirámide invertida

La estructura usual de las noticias se conoce como pirámide invertida, porque parte del hecho noticioso específico en el título y primer párrafo y continúa con información general o contextual que amplía la información.

Título

Entrada

Cuerpo

Detalles

Aquí están las 5W

Las 5W

Para cumplir con la estructura de la pirámide invertida, lo recomendado es que el primer párrafo de toda noticia responda a cinco preguntas fundamentales del periodismo, también conocidas como 5W porque en inglés estas inician con una W.

- **Quién:** Identifica a las personas involucradas en la noticia.

- **Qué:** Describe el evento o situación que está ocurriendo.

- **Dónde:** Indica el lugar donde se desarrolla la noticia.

- **Cuándo:** Señala el momento en que sucedió o sucede la noticia.

- **Por qué:** Explica las razones o motivos detrás de los hechos.

What

¿Qué? Un técnico de mantenimiento se resbaló y se lesionó durante una inspección

Where

¿Dónde? En el taller de reparaciones de equipos

When

¿Cuándo? El día 15 de julio de 2022. a las 10:00am, al iniciar su labor de inspección

Who

¿Quién? El mecánico Juan Pérez de mantenimiento

Why

¿Por Qué? Un sello dañado provocó una fuga de aceite en la máquina inspeccionada

No siempre es posible desarrollar las cinco respuestas en el primer párrafo. Por esto, se debe intentar responder la mayoría de ellas, pudiendo dejar una o dos para el segundo párrafo.

En el resto de la nota, es decir en el cuerpo, se podrá desarrollar el “¿cómo ocurrió?”, y se podrá

incluso añadir información complementaria, como referencias a noticias anteriores que tienen relación, eventos que sirven para detallar el contexto de la noticia o datos sobre la organización y por qué es importante esta noticia en su accionar.

3. Los cambios con la noticia digital

Como hemos mencionado, generalmente accedemos a las noticias desde nuestros celulares. Esto ha modificado la forma en la que leemos la información. Un ejemplo de esto es que, la estructura de los párrafos, como nos la enseñaron en la escuela, ya no se aplica.

Oración de introducción.

Oración de desarrollo.

Oración de cierre.

Punto y aparte.

Hoy es cada vez más extraño encontrar esta vieja regla. Las noticias se escriben con párrafos de una o dos oraciones, como máximo. Y esto se debe a que es más cómodo leerlo así en un teléfono celular. Los párrafos largos ahuyentan a sus lectoras y lectores, quienes terminan por salir de la nota sin siquiera leerla.

4. Ejercicio 3: Encuentra las 5W

¿Has escuchado la canción “La rebelión” de Joe Arroyo?

Esta canción narra un pedazo de la historia de los esclavos africanos que llegaron a Latinoamérica. Ella guarda una noticia, ¿puedes identificar cuál es?

Escúchala y responde las siguientes preguntas¹:

[Joe Arroyo - La Rebelion](#)



¿Cuándo pasó?

¿Dónde pasó?

¿Por qué pasó?

¿Qué pasó?

¿A quién le pasó?

Ahora que has descubierto la noticia dentro de la canción, desarróllala como el primer párrafo de una noticia periodística.

¹ Solución: ¿Cuándo pasó? En 1600. ¿Dónde pasó? En Cartagena. ¿Qué pasó? Un esclavo se rebeló. ¿A quién le pasó? Su esclavizador. ¿Por qué pasó? Porque estaba maltratando a su compañera.

5. Ejercicio 4: Desarrolla tu noticia

Vamos a retomar la breve noticia que desarrollamos en el Ejercicio 2, siguiendo los siguientes pasos:

» Paso 1

Ahora que conocemos cómo debe estructurarse el primer párrafo o entrada, vuelve a redactarlo utilizando la mayoría de las 5W. El orden no es importante, mientras la idea principal quede clara.

5W

» Paso 2

En el segundo párrafo, completa las preguntas que no quedaron respondidas en la entrada.

» Paso 3

Ahora puedes brindar más información sobre la noticia. Desarrolla la idea en dos nuevos párrafos.

» Paso 4

Finalmente, utiliza el párrafo de 200 caracteres sobre tu organización, que también desarrollaste en el Ejercicio 2. Colócalo al final de la noticia, reformulándola para explicar por qué esta acción fue encaminada por tu organización.

¡Muy bien! Tu noticia ya va tomando forma. En el Ejercicio 5 podrás enriquecerla todavía más, para brindar a tu audiencia toda la información que está buscando, de una manera dinámica.



ter.vampinato_agencia_brasil_4743



Diario Directrices para un periodismo plural [Manual de periodismo popular y feminista](#). Marcha - Fundación Rosa Luxemburgo





"Tenemos que salir de las oficinas y de la redacción y hablar con la gente, ver cuáles son sus preocupaciones y escuchar cómo las cosas les afectan particularmente en su vida".

Cristar Quiles

La noticia enriquecida



1. ¿Qué es enriquecer una noticia digital

Enriquecer una noticia implica agregar valor y calidad al contenido informativo, proporcionado:

- Información relevante.
- Contextos adicionales.
- Testimonios.
- Elementos multimedia.
- Referencias.

Los objetivos son:

- Captar la atención de nuestras audiencias.
- Brindarles una experiencia informativa más completa.
- Fomentar su comprensión y participación en torno al tema tratado.



Material de apoyo:
[Presentación taller 4](#)

2. ¿Cómo enriquecer la noticia?

A continuación, veremos un listado de elementos y consejos para enriquecer nuestras noticias. Para ello utilizaremos como ejemplo las siguientes noticias:

RT: [Por qué China sigue aumentando sus reservas de oro por séptimo mes consecutivo](#)

Por qué China sigue aumentando sus reservas de oro por séptimo mes consecutivo

Publicado: 13 jun 2023 08:23 GMT

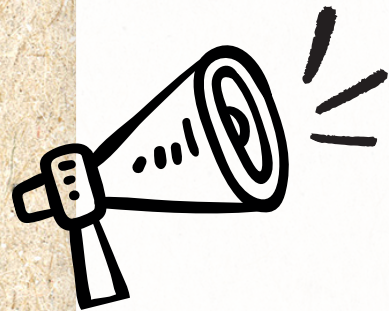


El gigante asiático solo en mayo ha comprado 16 toneladas de este metal precioso, lo que ha ascendido su total de reservas de oro a 2.092 toneladas.



CLADE: [Ecuador: CLADE y Contrato Social por la Educación \(CSE\) se reúnen con ministra para debatir sobre el cumplimiento del derecho a la educación](#)

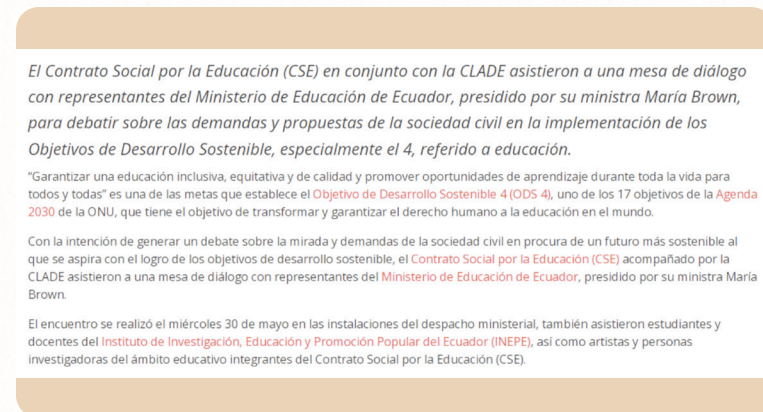




Título llamativo: Prioriza palabras clave relevantes que permitan entender claramente a tus audiencias de qué se trata tu noticia, colocando la palabra más importante arriba y a la izquierda. Esto generará interés en un primer vistazo.



Responder las 5W: Asegúrate de responder a las preguntas de quién, qué, cuándo, dónde y por qué en la noticia. Busca responder estas preguntas al principio para enganchar a las y los lectores desde el inicio.



Contar con testimonios: Esto permite agregar credibilidad y perspectivas variadas a la noticia. Busca testimonios diversos que ofrezcan diferentes perspectivas para contrastar lo que se está mencionando. Se pueden agregar parafraseados o textuales.



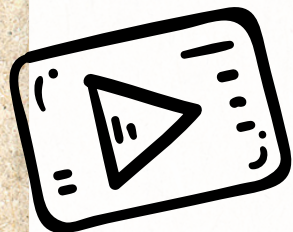
Incorporar subtítulos: Divide el contenido en secciones con subtítulos que resuman los puntos clave de cada sección. Esto, además de ordenar el texto, facilita la “lectura escaneada”, que es una acción que realizamos inconcientemente a la hora de buscar respuestas de un vistazo.



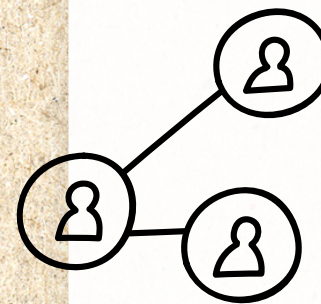
Hipertextualidad



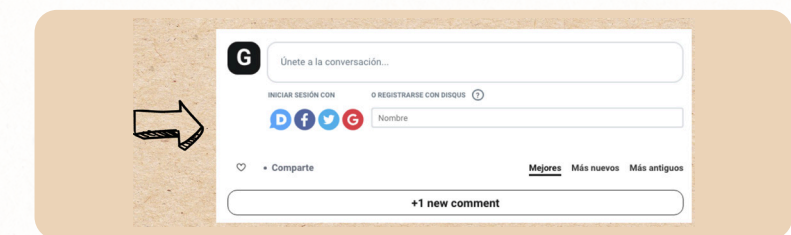
Hipervínculos: Añade enlaces a fuentes relacionadas para proporcionar contexto adicional y permitir que las personas exploren más a fondo el tema. De preferencia, utiliza enlaces internos a otras noticias o recursos dentro de tu mismo sitio web, para ofrecer información adicional y mantener a las personas interesadas en tu contenido.



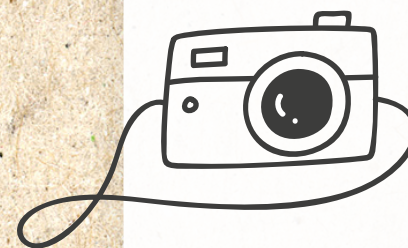
Recursos multimedia: Agrega fotos, videos o infografías para hacer que la historia sea más visual y atractiva. Asegúrate de que los recursos multimedia sean relevantes y complementen la historia, no distraigan o sobrecarguen.



Participación e interacción: Permite comentarios y compartir en redes sociales para fomentar la participación y el diálogo con tus audiencias. Fomenta un ambiente de debate constructivo y responde a los comentarios para involucrar a las personas de manera efectiva.



Enlazar otras notas: Reserva un espacio lateral o inferior para presentar noticias anteriores relacionadas para brindar contexto y profundidad a la historia, así como para mostrar la evolución del tema con el tiempo.

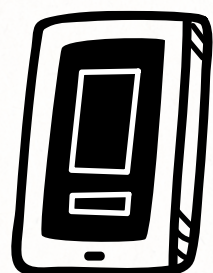


Card de presentación: Diseña una tarjeta visualmente atractiva con una imagen relevante y un titular impactante para destacar la noticia en la página principal de tu web. Es importante mencionar que el título puede ser diferente, con el objetivo de posicionar otras palabras clave.

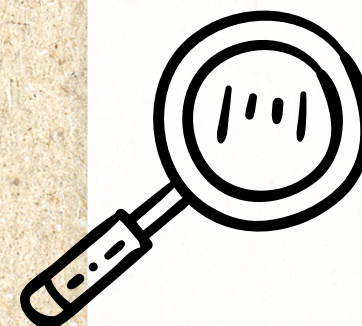
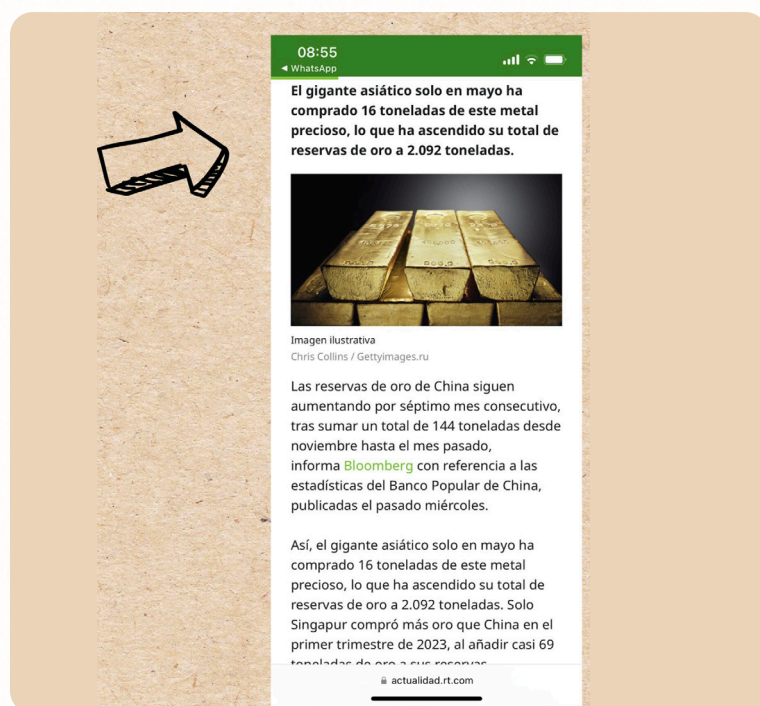




Llamado a la acción para suscribirse: Invita a los lectores a suscribirse al sitio o boletín utilizando un botón de registro. Escribe esta solicitud con un lenguaje convincente y resaltando los beneficios de formar parte de tu comunidad digital.



Formato para celular: Asegúrate de que la noticia sea legible y atractiva en dispositivos móviles, utilizando un diseño simplificado, fuentes claras y adaptando las imágenes a pantallas más pequeñas.



Revisar para la edición final: Deja descansar el texto unas horas. Muchas veces, las personas autoras de un escrito dejan de identificar los errores de escritura o de sintaxis. Después de este tiempo, realiza una revisión exhaustiva del contenido, prestando atención a la gramática, la coherencia y la precisión antes de publicar. Permite que otras personas lo lean y te comenten si hay algo que no se entiende.



Vuelve a editar (si es necesario): Uno de los mayores beneficios que tiene el entorno digital es que, una vez que una noticia ha sido publicada, todavía puede tener ajustes. Si identificas un error, puedes y debes corregirlo. Si los acontecimientos cambian o tienes nuevo material, lo mejor será publicar una nueva noticia.

3. Ejercicio 5: Enrichiendo nuestras noticias

Vamos a agregarle contenido de valor a nuestras noticias, incorporando elementos que serán muy bien recibidos por nuestras audiencias.

>> Paso 1

Relee tu noticia

>> Paso 3

Edita tu noticia para presentar de forma ordenada cada uno de estos puntos.



Ahora que tienes tu noticia con elementos que la convierten en una verdadera nota digital, el Ejercicio 6 te ayudará a cerrarla, incorporando un testimonio que le de mayor relevancia.

>> Paso 2

Identifica en qué puntos se pueden incorporar los siguientes elementos presentados en esta unidad, en el orden en el que fueron presentados, salvo el de contar con testimonios, ya que este punto se resolverá en la siguiente unidad.

- Título llamativo
- Responder las 5W
- Contar con testimonios (pendiente)
- Incorporar subtítulos
- Hipervínculos a tu página o páginas amigas
- Recursos multimedia

>> Paso 4

Realiza una relectura para identificar cualquier posible error de redacción.



Cómo escribir en redes [8 consejos para periodistas que utilizan redes sociales](#)



Claves para el posicionamiento en buscadores: [SEO para periodistas](#)



Cómo colocar hipervínculos [en Word](#) o en [Google docs](#)





“Tanto entonces como ahora creo que el periodismo es libre o es una farsa, sin términos medios”.

Rodolfo Walsh

La entrevista



1. ¿Qué es la entrevista?

La entrevista periodística es una técnica utilizada para obtener datos, opiniones, análisis y reflexiones de una fuente consultada, proporcionando a nuestras audiencias una visión más completa y detallada del tema a tratar.

Para desarrollarla, requiere de una conversación estructurada entre la o el periodista y una persona experta, protagonista o relevante.

A través de la entrevista, se busca conocer puntos de vista diversos, contrastar información, generar contenido de interés y ofrecer una perspectiva directa de la fuente, evitando la intermediación de terceros.



Material de apoyo:
[Presentación taller 5](#)

2. Tipos de entrevista

La entrevista periodística puede tener un enfoque informativo, de opinión o de perfil. A continuación, se presentan tres diferentes entrevistas para poder identificar sus características, dependiendo de su tipología.

Entrevista informativa

Objetivo: Obtener datos precisos.

El Universal: [Un gathijo especial: ¿qué implica adoptar un animalito con alguna discapacidad?](#)



En esta entrevista de Diario El Universal contactó a la veterinaria Paulina Velázquez para que pueda hablar sobre un tema poco tratado: la discapacidad en las mascotas. Su voz como especialista ayuda a brindar información precisa y seria, en un contexto en el que las mascotas se han vuelto cada vez más parte de las familias.

Características

- Requiere de una fuente confiable, con información verificada.
- Novedad y/o actualidad.
- Información clara y completa.
- Preguntas directas y específicas.
- Busca hechos.
- Requiere investigación previa.
- Contrastación.

Un gathijo especial: ¿qué implica adoptar un animalito con alguna discapacidad?
Tener una mascota con discapacidades diferentes no debe ser un impedimento para que lleven un buen estilo de vida



La igualdad de oportunidades en los animales también se refleja en las leyes, de acuerdo con un artículo de la **gaceta del senado**, en el país existen las siguientes: la Ley General de Vida Silvestre, la Ley Federal de Sanidad Animal, y la Ley General de Equilibrio Ecológico y Protección al Ambiente, mismas que determinan los principios básicos y las medidas necesarias de trato digno y respetuoso.

Velázquez explicó que la atención médica enfocada en las mascotas ya es una obligación, de lo contrario, podría considerarse como maltrato animal, el cual ya es un delito que se castiga con multas y hasta con cárcel.



Entrevista de opinión

Objetivo: Obtener puntos de vista.
Cubadebate: [Predomina un orden económico internacional totalmente injusto, antidemocrático](#)



En esta entrevista, la periodista Aliana Nieves Quesada conversó con Miguel Díaz-Canel Bermúdez, presidente de Cuba, a quién le pidió su opinión sobre el actual contexto internacional, su relación con Rusia, China, EE.UU. y la importancia de la unión latinoamericana.

Características

- Busca la expresión de opiniones y/o debate.

- Reflexiones subjetivas.
- Análisis y perspectivas personales.
- Requiere preguntas abiertas y estimulantes.
- Preparación previa de preguntas relevantes.
- Puede abordar temas diversos y controversiales.

Específicamente, acerca de la región latinoamericana, agregó que está llamada a integrarse cada vez más, lo cual catalogó como “una deuda que tenemos todos los latinoamericanos”, y recordó los llamados de grandes próceres latinoamericanos como Bolívar, Martí, San Martín, O’Higgins y Benito Juárez a la integración latinoamericana y a una sola América.

Todavía nos faltan muchas cosas por hacer, y sobre todo por concretar proyectos y por concretar ideas y propósitos, agregó el presidente.

Entrevista de perfil

Objetivo: Conocer a profundidad a una persona.
UNESCO: [Gabriel García Márquez: El oficio de escritor](#)



En esta entrevista, el famoso escritor colombiano Gabriel García Márquez, Premio Nobel de Literatura en 1982, habla sobre su relación con la escritura en una entrevista para El Correo. En la charla con Bahgat Elinadi, Adel Rifaat y Miguel Labarca, García Márquez destaca cómo la lectura es clave para el desarrollo personal y la creatividad.

Características

- Pretende revelar el perfil de la persona entrevistada.

- Retrato completo y significativo.
- Trayectoria y experiencias personales.
- Requiere una investigación previa para preguntas relevantes.
- Aborda aspectos personales y profesionales.
- Es importante generar una conexión personal y empatía.

¿Se considera usted un intelectual?

No me considero un intelectual completo, porque entiendo que un intelectual es una persona que tiene ideas preconcebidas que trata de adaptar a la realidad. A toda costa quiere interpretar la realidad a través de esas ideas. En cambio, yo no. Vivo de la anécdota, de los acontecimientos de la vida cotidiana. Trato de interpretar el mundo y de crear un arte a través de la experiencia de la vida de cada día y del conocimiento que voy teniendo del mundo, sin ideas preconcebidas de ninguna clase. Por ello, me cuestan mucho trabajo las entrevistas cuyas preguntas me obligan a dar respuestas abstractas. Siempre tengo que partir de un hecho concreto. Allí es donde me encuentro como escritor. Creo poder demostrar que no hay una sola línea en mis libros que no surja de un hecho verdadero que conocí o que me contaron, o que he vivido.

3. Preparación de la entrevista

Para llevar a cabo una entrevista exitosa, la persona periodista debe prepararse investigando previamente a quien entrevistará y el tema, formular preguntas adecuadas, escuchar activamente, realizar un seguimiento puntual y respetar los principios éticos del periodismo, como el respeto a la privacidad y la veracidad de la información.

Antes de la entrevista

Investigación previa

- ✓ **Conocer** a la persona entrevistada y el tema.
- ✓ **Averiguar** información relevante y su experiencia.
- ✓ **Investigar** el tema a fondo para comprender sus detalles y contextos.

Formulación de preguntas

- ✓ **Generar** preguntas efectivas.
- ✓ **Plantear** preguntas claras, directas y relacionadas con el tema.
- ✓ **Utilizar** preguntas abiertas para fomentar respuestas completas y reflexiones.

Guion de entrevista

- ✓ **Preparar** previamente el guion.
- ✓ **Organizar** el orden de las preguntas de acuerdo con la lógica y fluidez de la conversación.
- ✓ **Incluir** preguntas de seguimiento para profundizar en respuestas interesantes.



Marcelo_camargo_agencia_brasil_131187067

Durante la entrevista

Escucha activa

- ✓ **Mostrar interés** y empatía hacia la persona entrevistada.
- ✓ **Prestar atención** plena a sus respuestas.
- ✓ **Mostrar interés genuino** mediante el contacto visual, gestos y respuestas verbales que reflejen comprensión y empatía.

Perspiciacia

- ✓ **Profundizar** en respuestas y obtener información relevante.
- ✓ **Realizar** preguntas de seguimiento para indagar más a fondo en los temas mencionados.
- ✓ **Utilizar** preguntas específicas para obtener detalles, ejemplos o aclaraciones adicionales.

Control de la entrevista

- ✓ **Dirigir** y mantener el rumbo de la conversación.
- ✓ **Guiar** la conversación hacia los temas importantes y mantener el enfoque.
- ✓ **Evitar** desviaciones innecesarias y mantener un equilibrio entre permitir su espontaneidad.
- ✓ **Asegurarse** de que se aborden los puntos clave.

Después de la entrevista

Edición

- ✓ **Transcribir** los fragmentos seleccionados de la entrevista.
- ✓ **Leer y releer** su resultado.
- ✓ **Editarlos** hasta que el mensaje de cada respuesta quede claro, sin cambiar su sentido original.
- ✓ **Permitir** que otra persona la lea.
- ✓ **Desarrollar** una edición final.



Marcelo_camargo_agencia_brasil_131187067

4. Ejercicio 6: Agrega un testimonio relevante

En esta ocasión, la propuesta es desarrollar una entrevista para incorporar un testimonio en tu noticia y, de esta manera, enriquecerla. Para esto, seguiremos los siguientes pasos:

>> Paso 1

Relee tu noticia y pregúntate: ¿el testimonio de qué persona podría agregar mayor información o brindar una opinión fundamentada sobre la temática que estoy presentando?

Recuerda que puedes entrevistar a más de una persona para aportar distintas miradas y/o complementar en diferentes puntos. También, que es bueno valorar no solo las voces de las y los expertos. Las comunidades educativas, las personas comunes que están involucradas o afectadas por los hechos también pueden aportar información muy valiosa.

>> Paso 2

Contáctate con esta persona y solicita una reunión presencial, virtual o una llamada telefónica, para realizar la entrevista.



>> Paso 3

Prepara la entrevista. Es decir, sigue los pasos presentados en esta guía: realiza una investigación previa sobre la persona entrevistada y el tema y desarrolla una primera formulación de preguntas. Por último, pule tu guion de la entrevista. Debido a que se tomarán pocos fragmentos para complementar tu noticia, no es necesario preparar un guion muy extenso.

Sin embargo, también podría aprovecharse este esfuerzo para planificar una entrevista más larga para publicarla en su totalidad, además de obtener el testimonio para la noticia.

>> Paso 4

Ya en la cita con la persona entrevistada, sigue los pasos recomendados de escucha activa, perspicacia y control de la entrevista.



>> Paso 5

Escucha la grabación y toma los fragmentos más interesantes, que contribuyan a enriquecer tu noticia.



>> Paso 6

Incorpóralos en la noticia, mediante conectores como estos:

- Al respecto, persona x mencionó que "..."
- Según persona x, experta en..., "..."
- Persona x, representante de..., manifestó que "..."

>> Paso 7

Relee tu noticia para hacer una edición final. Permite que otras personas la lean para identificar que las ideas principales se comprenden con claridad y que no tenga ningún error ortográfico o de tipeo.



Otros Recursos

Entrevistas en periodo de pandemia [12 de las mejores entrevistas que BBC Mundo publicó en 2020](#)



Entrevista a un periodista y escritor [Entrevista a Truman Capote](#)





"El periodismo no debe estar al servicio
de los poderosos, sino de las mayorías".

Stella Calloni

La crónica



1. ¿Qué es la crónica?

Es un género que se encuentra en la intersección entre el periodismo y la literatura. Consiste en la narración cronológica (en el orden de los acontecimientos), detallada y contextualizada de eventos, situaciones o personas relevantes.

A diferencia de una noticia, la crónica busca ir más allá de los hechos básicos para explorar las dimensiones humanas, sociales y emocionales de una historia.

Su objetivo principal es presentar historias impactantes y envolventes, que permitan a sus lectoras y lectores tener una experiencia inmersiva y generar una reflexión más profunda sobre los acontecimientos narrados.



Material de apoyo:
[Presentación taller 6](#)

Mike2033_Pixabay_Mexico-7115710

2. Características de la crónica periodística

La crónica periodística es un relato no ficcional en el que quien la escribe se involucra. Ofrece detalles profundos y puede incluir opiniones personales y otras subjetividades. A continuación, se identifican las características de la crónica a través del siguiente ejemplo:

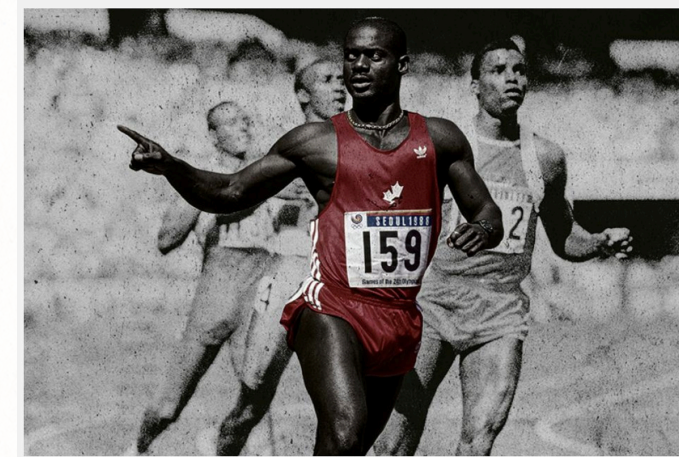
Página 12: [Historia de una Primicia](#)

CRONICA

Historia de una Primicia

Osvaldo Ciezar, argentino, es el periodista que en la madrugada del 27 de septiembre de 1988 recibió la noticia del doping de Ben Johnson en los Juegos de Seúl; en medio de una sala de prensa desolada se encontró con una bomba que paralizó al mundo del deporte y hoy desde Francia le relató a Enganche los detalles de aquella jornada histórica.

Por Andrés Burgo

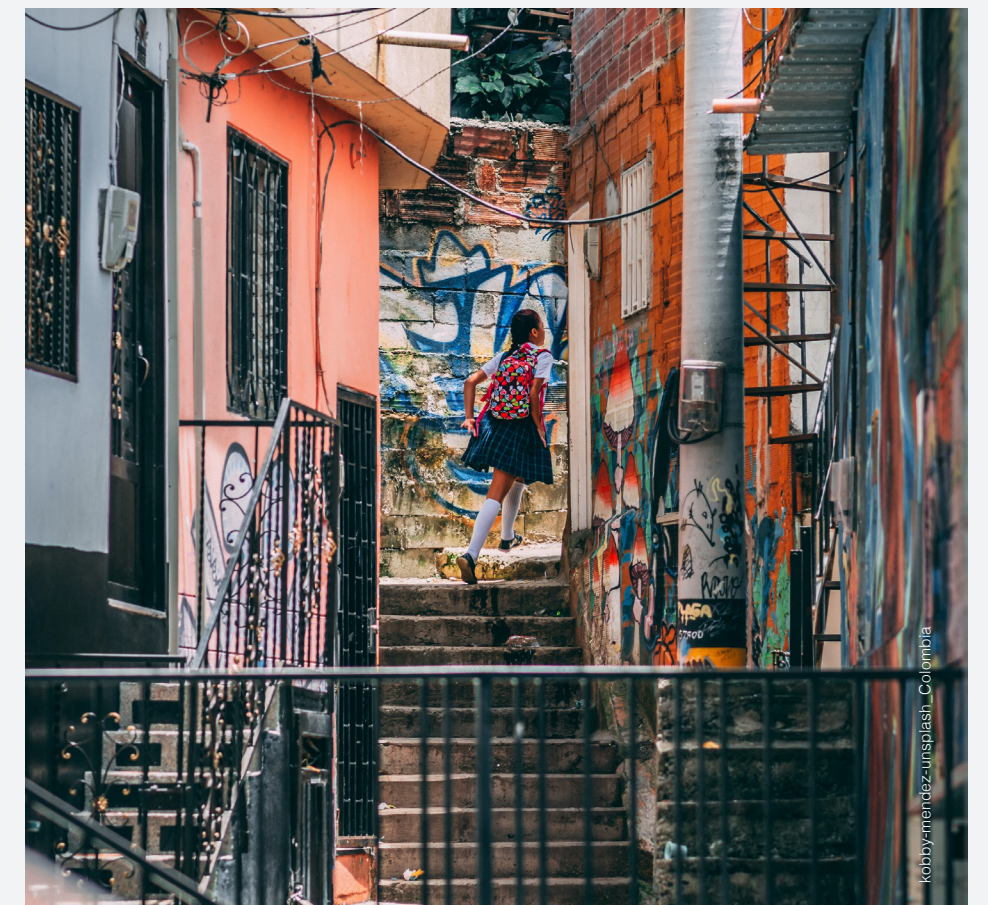


3. Cronistas: Literatos y periodistas

Varios grandes periodistas de Latinoamérica han dejado una huella perdurable en el mundo de la crónica y la literatura. Gabriel García Márquez, conocido por su obra "Cien años de soledad", también se destacó como periodista y escribió crónicas memorables que fusionaron lo periodístico con lo literario.

Julio Cortázar, conocido por su obra vanguardista "Rayuela", incursionó en el periodismo narrativo y dejó una marca única en la crónica. Además, la escritora y periodista colombiana Laura Restrepo ha contribuido significativamente a la crónica periodística con obras como "Los divinos" y "La multitud errante". Por su parte, Rodolfo Walsh, escritor y periodista argentino, también desempeñó un papel destacado en este género con obras como "Operación Masacre" y "Esa Mujer".

Escritoras, escritores y periodistas. Demostraron que la crónica y la literatura pueden coexistir y enriquecerse mutuamente, creando obras que trascienden géneros y cautivan.



kobay-mendez-unsplash_Colombia

- **Narrativa y estructura:** Narración detallada con inicio, desarrollo y cierre.
- **Descripción vívida:** Uso de detalles descriptivos para generar imágenes en la mente de sus lectores.
- **Uso de fuentes y testimonios:** Inclusión de frases textuales o parafraseadas de participantes, testigos, personalidades involucradas en el acontecimiento.
- **Elementos literarios:** Empleo de recursos literarios como diálogos, metáforas y analogías.
- **Enfoque humano y contextual:** Exploración de la dimensión humana y social de los eventos y personas involucradas.
- **Impacto emocional:** Generación de una respuesta emocional a través de la narración y la selección de detalles.
- **Creación de clima:** Tensión sostenida en el relato, para que las personas lectoras se sientan involucradas en lo que se está contando. Si es pertinente, reflexiones irónicas o con sentido humorístico.

A las 2.58 de una madrugada de hace 30 septiembres, durante los Juegos Olímpicos de Seúl 88, el sonido de un teléfono alteró el silencio de la sala de prensa de la entonces enigmática capital surcoreana. A esa hora el lugar estaba desierto, o semidesierto: apenas un periodista continuaba en el edificio, rodeado por pilas de papeles, carpetas, diccionarios de idiomas, máquinas de escribir, teletipos, algunas pocas computadoras prehistóricas y televisores apagados, una calma monacal en comparación al bullicio que regía de día con más de 5.000 cronistas chocándose en la búsqueda de resultados, historias y testimonios. Aunque durante aquel amanecer del 27 de septiembre todavía faltaban seis días para que terminaran los Juegos, en cierta forma Seúl 88 ya había consagrado a su rey: nadie podría resplandecer más que Ben Johnson, el atleta jamaquino nacionalizado canadiense que dos días y medio atrás, en el mediodía del sábado 24, había ganado los 100 metros masculinos con una actuación sobrehumana. En su codicia por humillar al estadounidense Carl Lewis, Johnson había comenzado a festejar antes de que llegara a la meta y aún así le había alcanzado para marcar 9,79 segundos, un record delirante para la época y superior a los también fantásticos, aunque insuficientes, 9'92" de su rival. Pero las cosas cambiarían con ese llamado telefónico en medio de la madrugada, 60 horas después de una carrera en la que, si Lewis era llamado el hijo del viento, Johnson había demostrado ser el viento mismo.

4. Ejercicio 7: Propuesta de decálogo para el periodismo digital

Un decálogo es un conjunto de directrices que guían una forma de abordar una labor. La siguiente es nuestra propuesta de decálogo para las personas que, desde organizaciones sociales, desarrollarán noticias y otras formas de periodismo para comunicar sus acciones.

>> Paso 1

Lee y reflexiona sobre este decálogo.

- 1. **Compromiso:** Priorizar temas relacionados con la educación como un derecho humano y todas aquellas causas que son justas y mejoran la calidad de vida de nuestras comunidades.
- 2. **Responsabilidad:** Reconocer el impacto de la información y trabajar de manera ética para promover el bienestar de la sociedad.
- 3. **Rigor:** Realizar una investigación exhaustiva y contrastar fuentes confiables antes de publicar cualquier contenido.
- 4. **Sensibilidad:** Mostrar respeto por las personas que acceden a la información que generamos, destacando sus voces y experiencias.
- 5. **Claridad:** Comunicar de manera clara y accesible, evitando el lenguaje técnico y utilizando textos comprensibles para ser plurales.

- 6. **Verificación:** Verificar la autenticidad y veracidad de las fuentes y los datos antes de compartir cualquier información.
- 7. **Denuncia:** Ser una voz crítica y valiente al denunciar injusticias en el sistema educativo y abogar por una vida digna para todos y todas.
- 8. **Contextualización:** Proporcionar un contexto completo y presentar diversas perspectivas para fomentar un entendimiento profundo de los temas.
- 9. **Equilibrio:** Mantener una postura equilibrada al presentar diferentes perspectivas sobre las problemáticas, fomentando el debate informado.
- 10. **Impacto y cambio social:** Utilizar el periodismo digital como una herramienta para generar conciencia, promover el diálogo constructivo y contribuir a la transformación positiva de nuestras sociedades.

>> Paso 2

Ahora, desarrolla con tu equipo el decálogo de su organización para su labor periodística, identificando cuáles son los compromisos internos con las causas que persiguen y con sus audiencias.

Nuestro decálogo periodístico:



El periodismo y la literatura
[Leila Guerriero analiza la crónica periodística](#)



Revista Orsai [Crónica periodística](#)

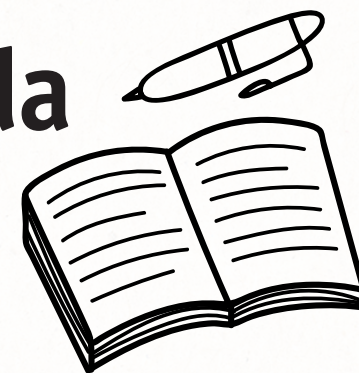


A young woman with long, dark, wavy hair is smiling at the camera. She is wearing black-rimmed glasses and a black and white horizontally striped tank top. She has small white hoop earrings and visible braces on her teeth. The background is a vibrant, colorful wall covered in graffiti. The graffiti features large, stylized letters and shapes in shades of pink, purple, teal, orange, and red, with thick black outlines. The overall mood is positive and youthful.

"Las palabras me han salvado siempre
de la tristeza".

Truman Capote

Bibliografía consultada



- Manual de Comunicación Estratégica de la Campaña Latinoamericana por el Derecho a la Educación.
- Calderón Portugal, L. (2013). 8 consejos para periodistas que utilizan redes sociales. dISPONIBLE EN: <https://www.clasesdeperiodismo.com/2013/10/29/8-consejos-para-periodistas-que-utilizan-redes-sociales/>
- Díaz Noci, J. La escritura digital. Hipertexto y construcción del discurso informativo en el periodismo electrónico.
- Fernández Chapou, M. del C. (2011). El nuevo periodismo en la prensa hispana contemporánea. Una propuesta para los medios del siglo XXI.
- Marcha - Fundación Rosa Luxemburgo. (2020). Manual de periodismo popular y feminista. Disponible en: <https://www.marcha.org.ar/wp-content/uploads/2022/06/Manual-Periodismo-Feminista-Popular.pdf>
- Parratt, S. (Coord.). (2017). Manual práctico de redacción periodística. Géneros informativos, interpretativos y de opinión.

Con el apoyo de:

EDUCATIONOUTLOUD
advocacy & social accountability

GPE
Transforming
Education

Realización:



Campaña
Latinoamericana
por el Derecho
a la Educación

20
años