



Recetario para contar historias

Una ruta para estudiantes en la realización de productos periodísticos

Teresita de Jesús Morales Escobedo
 Nancy Wendy Aceves Velázquez
 Julio Alejandro Ríos Gutiérrez
 Víctor Francisco Rivera Saldaña
 Alicia Zúñiga Llamas



UNIVERSIDAD DE
 GUADALAJARA
 Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

UDGVIRTUAL

Recetario para contar historias

**Una ruta para estudiantes en la realización
de productos periodísticos**



UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

Ricardo Villanueva Lomelí
Rector General

Héctor Raúl Solís Gadea
Vicerrector Ejecutivo

Guillermo Arturo Gómez Mata
Secretario General

 UDGVIRTUAL*

María Esther Avelar Álvarez
Rectora

Jorge Alberto Balpuesta Pérez
Director Académico

María del Consuelo Delgado González
Directora Administrativa

Gladstone Oliva Íñiguez
Director de Tecnologías

Angelina Vallín Gallegos
Coordinadora de Recursos Informativos

Recetario para contar historias

Una ruta para estudiantes en la realización de productos periodísticos

Teresita de Jesús Morales Escobedo

Nancy Wendy Aceves Velázquez

Julio Alejandro Ríos Gutiérrez

Víctor Francisco Rivera Saldaña

Alicia Zúñiga Llamas

México

2022



**UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA**

Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

 **UDGVIRTUAL®**

Este libro fue dictaminado por pares académicos con el método del
doble ciego y recibió apoyo de la Universidad de Guadalajara

Primera edición, 2022



**UNIVERSIDAD DE
GUADALAJARA**
Red Universitaria e Institución Benemérita de Jalisco

D.R. © 2022, Universidad de Guadalajara
Sistema de Universidad Virtual
Avenida La Paz 2453, Col. Arcos Vallarta
CP 44140, Guadalajara, Jalisco
Tels. 33-3134-2208 / 33-3134-2222 / 33-3134-2200 / ext. 18775
www.udgvirtual.udg.mx

 **UDGVIRTUAL**®

es marca registrada del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara

Se prohíbe la reproducción total o parcial de esta publicación, su tratamiento informático, la transmisión de cualquier forma o por cualquier medio, ya sea electrónico, mecánico, por fotocopia, por registro u otros medios, sin el permiso expreso del titular del *copyright*.

ISBN 978-607-571-553-7 (versión electrónica)

Editado y hecho en México
Edited and made in Mexico

Índice

Introducción	9
Presentación	11
¿Qué es el periodismo?	13
¿Qué es una historia?	15
Géneros periodísticos	17
La noticia	18
La entrevista	21
El reportaje	23
La crónica	25
Recursos y herramientas para publicar	29
Las infografías	29
Los pódcast	30
Los cómics	31
Los videos	32

Manos a la obra	35
Elegir el tema	35
Proceso de recolección de la información	42
Recomendaciones	42
Seguridad	44
Redacción y ortografía	47
Producción	49
A manera de conclusión	52
Referencias bibliográficas	53
Sobre los autores	57

Introducción

Es ampliamente conocido que el premio Nobel de Literatura, Gabriel García Márquez, describió al periodismo como “El mejor oficio del mundo”.

Como cualquier profesión, el periodismo también ha evolucionado; de los viejos diarios impresos, a la radio, luego a la televisión y finalmente al internet. El ejercicio informativo ha ido cambiando presurosamente, al pasar de los sitios web y blogs, a las redes sociales y canales de YouTube.

El mejor oficio del mundo ya no es exclusivo de quienes perciben un salario en una empresa de comunicación. Hoy prácticamente cualquier persona puede unirse a la gran conversación digital y contar una historia. Ese siempre ha sido y será el espíritu del periodismo.

Este libro va dirigido a estudiantes de bachillerato o a quienes cursan alguna licenciatura y están interesados en materias optativas de periodismo. También está pensado para quienes se acercan por primera vez a este ámbito, como aquellos que estudian el primer semestre de una carrera en comunicación o periodismo. Es una herramienta didáctica para los que, desde la sociedad civil organizada o los esfuerzos ciudadanos, desean incursionar en estas actividades.

El objetivo de este material no es convertir al lector en un experto, sino que obtenga las nociones más básicas para generar un producto periodístico que pueda distribuir en plataformas físicas o digitales.

Esta ruta se enfoca en cuatro géneros: la noticia (o nota informativa), la entrevista, el reportaje y la crónica. Además, recomendamos cómo elegir un tema, qué fuentes consultar y cómo aprovechar los distintos canales y plataformas para que el lector se motive a escribir, platicar o filmar los relatos de la vida real que quiere compartir al mundo.

¡Bienvenidos a este recetario para contar historias!

Presentación

Somos nuestras historias, personales y colectivas. Cuando las contamos nos construimos, deconstruimos o reconstruimos. Mediante los relatos no solo recibimos información acerca de qué y cómo ocurrió algo, sino que tenemos la oportunidad de acercarnos a los protagonistas, de reflejarnos en sus vivencias y acompañarlos en sus travesías. Hay que recordar que las narraciones tienden lazos emocionales invisibles entre los seres humanos.

Las historias atrapan la atención, sea que las leamos, observemos o escuchemos. Personas, objetos, animales, lugares, comunidades o procesos sociales pueden narrarse y situarse en su contexto. De ahí que, con la información de interés público como eje central, el periodista sea historiador del presente y arqueólogo informativo del pasado. En su labor de fedatario social, como testigo de primera fila puede comprender y explicar las diferentes realidades de las que informará.

Un buen periodista es un buen narrador y sabe que detrás de un dato, una declaración, un accidente, una guerra, un desastre ambiental, una ley, una corruptela, un concierto, un viaje, un encuentro deportivo, en sí detrás de cualquier noticia o acontecimiento, se acumulan historias diversas, complejas y entrelazadas. Encontrarlas, documentarlas y contarlas es “humanizar” la información, ponerle rostros, nombres, perfiles, trayectorias, en un tiempo y espacio. El periodista, además de hallar el verbo preciso que sintetice qué sucedió, tendrá que recurrir al mejor uso del lenguaje para narrarlas.

Contar historias implica aprender a observar, como una técnica periodística esencial; a escuchar, “con paciencia y cuidado, y a no interrumpir nunca”, como indica el periodista Gay Talese; a ser un voraz y activo lector, distinto al normal; a reflexionar desde perspectivas teóricas que buscan explicar el mundo y encontrar posibles respuestas; y a investigar, para con rigurosidad ahondar en los hechos que contaremos.

El libro *Recetario para contar historias* explica que es posible aprender las bases de cuatro de las formas en que se expresa el periodismo, como son la noticia, la entrevista, la crónica y el reportaje. También invita a capacitarse para utilizar los recursos y técnicas que aportan las infografías, pódcast, videos y cómics. Las nuevas tecnologías ofrecen numerosas y versátiles posibilidades de comunicación.

De manera didáctica, paso a paso, los autores del libro llevan de la mano para recorrer el proceso de producción de las piezas y que, con creatividad, perseverancia y una dosis de disciplina, se puedan narrar los más diversos temas o asuntos. Las posibles historias están cerca. A veces es algo cotidiano que se observa, escucha, pregunta, lee o piensa. Si primero se buscan, después llegan solas.

El camino de las historias conduce al periodismo narrativo, a la “información organizada como relato, pero [que] es también el intento de convertir el relato en una forma de arte a través del empleo de técnicas múltiples, como en la novela”, apuntó con maestría el escritor y periodista argentino Tomás Eloy Martínez.

Así que, con este libro como guía y buen consejero, los lectores pueden concebir y producir historias. El mundo y su futuro público las esperan.

Mtro. Sergio René de Dios Corona

Periodista y profesor

Abril de 2022



¿Qué es el periodismo?

Esta pregunta, que parece sencilla de explicar, históricamente ha dado lugar a muchos debates e interpretaciones. Alguna vez, el gran escritor Samuel Langhorne Clemens, mejor conocido como Mark Twain, en su primer día de trabajo en un periódico preguntó al editor en qué consistía el oficio de periodista. Su jefe le respondió: “Salga a la calle, mire lo que pasa y cuéntelo con el menor número de palabras” (Riva Palacio, 1998, p. 6).

Esa mítica conversación ocurrió en el siglo XIX y es cierto que el oficio ha cambiado desde entonces, pero en esencia el periodismo sigue teniendo el mismo fundamento: contar historias reales que le interesen a la gente de una manera que todos la disfruten y la comprendan.

Otras fuentes formales, como la Real Academia Española, lo definen de la siguiente forma: “Actividad profesional que consiste en la obtención, tratamiento, interpretación y difusión de informaciones a través de cualquier medio escrito, oral, visual o gráfico”, y el periodista es la “persona que se dedica al periodismo (actividad profesional)” (RAE, 2021).

En el ámbito jurídico, rescatamos la definición de la Suprema Corte de Justicia de la Nación (2017) respecto al oficio del periodista:

Toda persona que hace del ejercicio de la libertad de expresión y/o información su actividad, de manera permanente. Las personas físicas cuyo trabajo consiste en recabar, almacenar, generar, procesar, editar, comentar, opinar, difundir, publicar o proveer información a través de cualquier medio de difusión y comunicación que puede ser impreso, radioeléctrico, digital o imagen, que acrediten experiencia o estudios o en su caso título para ejercer el periodismo.

Colaboradora o colaborador periodístico: Toda persona que hace del ejercicio de las libertades de expresión y/o información su actividad principal o complementaria, ya sea de manera esporádica o regular, sin que se requiera registro gremial, remuneración o acreditación alguna para su ejercicio.

Como puedes darte cuenta, en los últimos años se ha ido aceptando a quienes generan contenidos informativos en las redes sociales de forma independiente, y no solo a las personas que trabajan formalmente en un medio de comunicación. Quien lo desee puede hacer periodismo, pero necesita apearse a ciertos estándares éticos y profesionales.

De acuerdo con Leñero y Marín (1997), el periodismo se define como la:

Forma de comunicación social a través de la cual se dan a conocer y se analizan los hechos de interés público. Responde a las preguntas esenciales: qué - quién - cómo - cuándo - dónde y por qué respecto del acontecer social (p. 17).

Periodicidad, oportunidad, verosimilitud e interés público son características fundamentales del ejercicio periodístico [...]. El periodismo pervierte su función cuando tergiversa, cuando miente, cuando negocia y cuando escamotea información (p. 18).

El periodismo tiene un gran compromiso con las personas que leen, escuchan o ven las historias que se comparten. Como no es literatura, las historias deben ser reales y apegadas a lo que realmente sucedió.



¿Qué es una historia?

Para el periodismo una historia es aquello que sucede en la vida cotidiana y que genera interés en las personas porque tiene algo extraordinario y, por lo tanto, debe ser contada y conocida. Puede ser un hecho que provoca implicaciones para las personas: un acto de corrupción, un desastre natural, una obra que destruye el medio ambiente o el incremento en el precio de un producto. También algo que otorga alegría, como un festejo, un triunfo deportivo o un paisano que consigue un premio Óscar por su trabajo cinematográfico. Mira a tu alrededor y encontrarás muchas historias para contar, algunas tristes y otras inspiradoras.

Cuando decíamos que el periodismo consiste en contar historias que le interesen a la gente, significa que existen distintos factores que hacen que un relato de la vida real y cotidiana le importe a las personas.

De acuerdo con el *Manual de periodismo* de Vicente Leñero y Carlos Marín (1997), el interés público está relacionado con la necesidad de saber qué pasa en la sociedad de un país o en el mundo, y que repercute en la vida personal y colectiva. Por lo tanto, es importante conocer los factores de interés periodístico para distinguir lo que sí es una historia y descartar las que no lo son.



Infografía 1. Factores de interés periodístico.

Fuente: elaboración propia con datos de Leñero y Marín (1997, pp. 34-38).

Estas pautas y factores te ayudarán a ubicar cuáles historias son de interés público. Es decir, si una historia es vieja, no tiene conexión con el entorno o una implicación directa, podría no interesar a las personas. Claro, que si una historia es vieja siempre puede actualizarse con ángulos nuevos.

Con esto no decimos que lo que ocurre al otro lado del mundo debe ser ignorado en tu país, y menos en la actual era digital. Pero, sin duda, entre más lejana y menos implicaciones tenga de forma directa una noticia, generará poco interés. Por ejemplo, el aumento de la tortilla en el estado mexicano de Tlaxcala no tendrá importancia en los diarios de Taiwán, donde no se consume este sabroso alimento.

Lo que no se sale de la normalidad tampoco es noticia. Por ejemplo, el hecho de que los funcionarios del gobierno municipal lleguen a tiempo a trabajar no es algo extraordinario y no merece dedicarle tiempo para escribir una historia. En cambio, un gobierno donde nadie llegue a tiempo y trabajen a su propia voluntad, genera interés en las personas porque se está haciendo mal uso del dinero público y eso tiene implicaciones sociales.



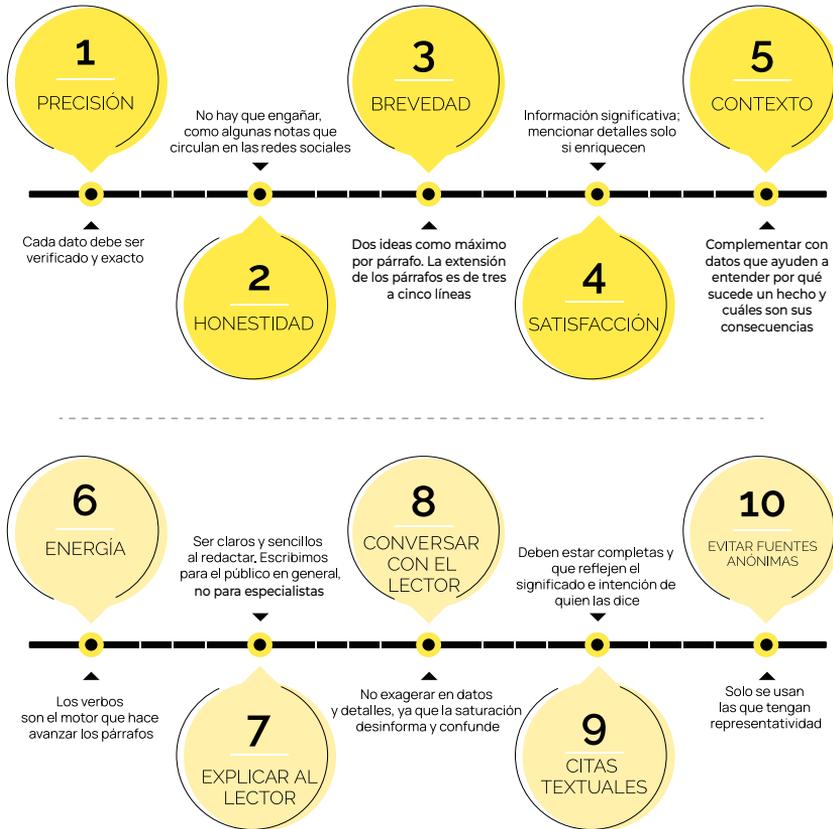
Géneros periodísticos

Los géneros periodísticos son las formas de expresión a través de las cuales se ejerce el periodismo (Leñero y Marín, 1997), y se distinguen en los siguientes:



Infografía 2. Géneros periodísticos.

Fuente: elaboración propia con datos de Leñero y Marín (1997, p. 39).



Infografía 3. Atributos para escribir periodísticamente.

Fuente: elaboración propia con datos de Riva Palacio (2013, pp. 46-48).



La noticia

De acuerdo con Iglesias (2015), la noticia, también conocida como nota informativa, es la materia prima de varios géneros periodísticos como el reportaje o la columna. Inclusive un reportero antes de adentrarse al género de opinión,

debe tener su primera experiencia escribiendo una noticia, aunque esta solo se publique en el periódico escolar.

De acuerdo con Leñero y Marín (1997), “la nota periodística es el género fundamental del periodismo. Es el que nutre a todos los demás y cuyo propósito único es dar a conocer los hechos de interés colectivo” (p. 40).

Una noticia o nota informativa debe ser breve, tanto en periódico como en radio, televisión o internet; se basa en responder seis preguntas básicas, conocidas como las 6 W.



Infografía 4. Las 6 W para construir una nota informativa.

Fuente: elaboración propia con datos de Campbell (2002).

Federico Campbell, en su obra *Periodismo escrito*, afirma que mediante “las respuestas a las preguntas qué, quién, cómo, cuándo, dónde y por qué, se establece el hecho, el sujeto, la forma, el momento, el lugar y la causa alrededor de un acontecimiento noticioso” (p. 27).

De preferencia, estas preguntas básicas (también conocidas como pirámide invertida) deben de responderse en el primer párrafo. En el resto del texto puedes abundar en los detalles de las 6 W.

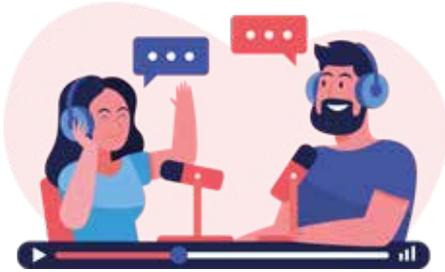
Características de la noticia

- Corta, concisa y clara.
- Si en los primeros párrafos se puede dar respuesta a las seis preguntas, será un plus; recuerda que grandes textos terminan por ser aburridos para el público.
- No siempre se responden las seis preguntas, eso dependerá del acontecimiento, pero es importante no contar algo a medias.
- Las fuentes son la riqueza de la información, sin estas no hay datos claros.
- Una nota informativa está estructurada por un título, subtítulo o bien un antetítulo, cuerpo de la noticia (entrada, desarrollo y remate).
- Los títulos no deben ser largos (13 palabras es excesivo) (Budillo, 2014).
- Recuerda añadir una fotografía y el pie de foto.
- En la redacción no mezcles dos tiempos verbales (el texto se escribe en presente, pasado o futuro).

Ejemplos de noticias

Carmona, R. (2022). Convocatoria IPN 2022: ¿Qué ingenierías o licenciaturas puedes estudiar en el Poli? *El Sol de México*. 6 de marzo. <https://bit.ly/3RyvbRf>

Luna, A. (2022). En Guadalajara, los libros están por todos lados en la Capital Mundial del Libro. *El Heraldo de México*. 3 de marzo. <https://bit.ly/3q6DsQv>



La entrevista

La entrevista es un género periodístico que te permite obtener información de calidad, es decir, hechos, declaraciones y datos concretos de interés para el público. Más que una

charla, es un diálogo intencionado que busca obtener información sobre un determinado tema.

Los protagonistas son el entrevistado y el entrevistador, quien de manera previa se prepara y estudia el tema para formular preguntas breves, claras y concretas. Toda la información y los datos que el entrevistado aporta son descritos con el término “declaraciones”.



Infografía 5. Tipos de entrevista.

Fuente: elaboración propia.

Características de la entrevista

- La entrevista busca obtener información sobre un tema o conocer a fondo a una persona.
- La estructura de la entrevista es: el titular, la entrada, el cuerpo y el cierre (en algunos casos se pueden omitir la entrada y el cierre).
- El secreto de hacer una buena entrevista radica principalmente en la preparación que el entrevistador realiza antes del encuentro que tendrá con el entrevistado.

¿Cómo escribir una entrevista?

La entrevista tiene dos formas principales: el estilo directo y el indirecto.

- Estilo directo: el periodista escribe los hechos a partir de las declaraciones del entrevistado, e incorpora entre comillas las declaraciones o expresiones del entrevistado.
- Estilo indirecto: el redactor narra el contenido de la entrevista sin escribir expresiones del entrevistado.

En ambos estilos (además de la transcripción de las preguntas y respuestas, los hechos y los datos de interés) la entrevista puede presentar algunas descripciones y comentarios explicativos que enriquecen la información, el contexto de la entrevista y que permiten que sea más atractiva para los lectores.

Al realizar la entrevista recuerda siempre:

- Hacer anotaciones durante la entrevista, pero sin distraerte.
- Hacer las preguntas difíciles o incómodas al final.
- Hacer preguntas directas, claras y que pidan explicaciones sobre asuntos de interés público.
- Poner toda tu atención en el entrevistado, por si surge un tema o un asunto que no tenías contemplado en el guion, lo aproveches y hagas preguntas pertinentes.

- No dejar que el entrevistado tome el control y diga discursos vacíos; cuestiona en todo momento lo que dice de manera respetuosa.

Ejemplos de entrevista

Aristegui Flores, C. (2013). Entrevista con el expresidente Miguel de la Madrid.

Noticias MVS Radio. 27 de junio. <https://bit.ly/3TBVtDY>

Eloa, J. (2010). Yo no dejaría el destino de las noticias en manos de Google. *El País*. Entrevista con Bill Keller, director de *The New York Times*. 25 de julio.

<https://bit.ly/2S3OhQM>

Luna, D. (2020). Entrevista de Diego Luna con Hugo López Gatell. Pan y circo.

Amazon Prime Video. 20 de julio. <https://bit.ly/3Rx9G3k>



El reportaje

Es el género máximo del periodismo y es tan versátil que ahí podemos combinar características de los demás géneros. Según Leñero y Marín (1997) “es el más completo de todos y en él caben las revelaciones noticiosas, la vivacidad de una o más entrevistas [...] y el relato secuencial de la crónica” (p. 185).

Federico Campbell (2002) lo describió así: “El reportaje es una investigación sustentada en datos provenientes de la realidad, de uno o varios declarantes que se identifican civilmente (es decir, que dan su nombre) o de documentos” que comprueban un hecho (p. 69).

Características del reportaje

El reportaje analiza un tema de manera profunda y, por lo tanto, tiene una extensión mayor que las noticias informativas y en ocasiones puede publicarse en

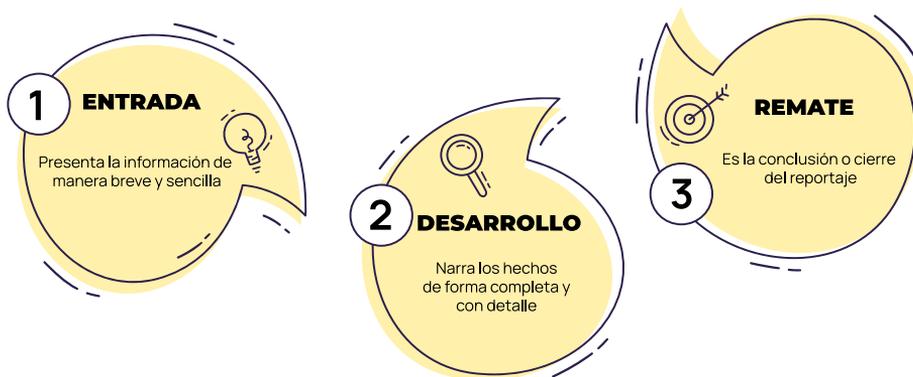
capítulos, a lo largo de varios días. Busca y consulta fuentes de primera mano, como las personas que vivieron en carne propia el hecho que se relata o especialistas calificados, por ejemplo, científicos o catedráticos universitarios.

Puede realizarse tanto para prensa escrita o digital, en audio o imágenes. Cualquier soporte o plataforma es válido para difundir el reportaje. Su elaboración lleva más tiempo que una noticia, una entrevista o crónica, ya que debemos de consultar gran cantidad de fuentes.

En este tipo de trabajos los periodistas dan muestra de sus capacidades, no solo para redactar sino para investigar y organizar un cúmulo de información con el objetivo de que la sociedad tenga la mayor cantidad de elementos sobre un tema en particular.

En un reportaje no debes limitarte a presentar solo texto o nada más audio, puedes combinar distintos elementos para darle mayor riqueza y diversidad al producto, como los ejemplos que aquí te mostramos, algunos de los cuales son micrositios.

La estructura del reportaje, tan sencilla y a la vez compleja, tiene tres grandes momentos:



Infografía 6. La estructura del reportaje.

Fuente: elaboración propia con datos de Leñero y Marín (1997, p. 220).

Ejemplos de reportaje

Animal Político. (s/f). La estafa maestra: graduados en desaparecer dinero público. Animal Político y Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad. <https://bit.ly/3KIDMOS>

Aristegui Noticias. (2014). La casa blanca de Enrique Peña Nieto. 9 de noviembre. <https://bit.ly/3RjQu9p>

Morales, T. *et al.* (ed.). (s/f). Los rostros del campo en Chiapas. Blog. <https://bit.ly/3CV0bGP>

Revista Espejo. (2021). Hasta Encontrarles. Micrositio periodístico. México: Juan Panadero, Center for US-Mexican Studies, Mente Interactiva, Global Initiative y Resilience Fund. <https://bit.ly/3R7y5wt>



La crónica

El género periodístico que mejor se adapta al concepto de contar una historia es la crónica, la cual ha sido una poderosa herramienta para documentar y preservar grandes episodios de la humanidad. Por ejemplo,

la conquista de Mesoamérica (con los escritos de Bernal Díaz del Castillo), los conflictos bélicos (desde John Reed, pasando por Ernest Hemingway y Ryszard Kapuściński), así como las expresiones culturales, sociales y deportivas (como Carlos Monsiváis, Martín Caparrós y Juan Villoro).

Se puede decir que es un género prácticamente autónomo que fue adoptado por el periodismo, pero que se pasea por otras disciplinas como la historia y la literatura. En la crónica impera el tiempo y quien la escribe viaja en este cual si dominara a su antojo la física.

Juan Villoro (2010) la define como el “ornitorrinco de la literatura”, ya que así como el ornitorrinco parece ser la suma de distintos animales, la crónica se integra de varios géneros literarios con la única condición de no ser ninguno de ellos: “Tiene algo del relato, del reportaje, del ensayo, del libro de memorias, incluso del teatro por el manejo de los diálogos y las declaraciones, pero es diferente [...], la crónica es en realidad un género propio”.

Características de la crónica

- Narración de sucesos, espacios, detalles organizados en función del tiempo.
- Utiliza las preguntas básicas de la noticia, las 6 W.
- Hace hincapié en cómo sucedieron los hechos.
- Es de interés colectivo.
- El cronista aporta su punto de vista mediante comentarios y opiniones.

¿Cómo escribir una crónica?

Primero debes cuestionarte cuál es el tema a “cronificar” y por qué este género es el ideal para contar la historia que tienes identificada. Habrás de considerar el hecho a narrar y los testimonios clave de los personajes que participaron. Además de estos dos puntos, debes identificar qué sucede, dónde ocurre y quién o quiénes están involucrados.

Sin embargo, no son las únicas preguntas básicas que debes utilizar para analizar un hecho con la crónica: el cuándo es determinante, pues sitúa el acontecimiento en un momento histórico para abonar a la interpretación de la realidad.

El cómo debe quedar como herramienta de descripción para darle razón al texto que debes ir intercalando para responder a la pregunta por qué. Estas dos preguntas te proporcionarán la tela narrativa a tu historia y a lo largo de

ella irás desgajando el quién o quiénes (testimonios) y los dónde (lugares de los hechos). El qué queda implícitamente resuelto.

Para definir el tiempo verbal es necesario que identifiques cuál es la razón de ser de cada tema: si narras una crónica de memorias, el tiempo verbal está prácticamente circunscrito al pasado; pero si quieres contar cómo sucedió el inicio de un bombardeo, un atentado o incluso la descripción de una figura de renombre ubicada frente ti, que cubres la historia, el presente será la mejor opción.

El otro punto de referencia obligada es identificar la voz narrativa. ¿Primera persona?, ¿segunda?, ¿tercera? Las tres opciones pueden ser consideradas.

Una vez que elegiste los elementos mencionados, debes armar un boceto que estructure tu crónica. Te sugerimos organizar por bloques, como se especifica en la infografía 7.



Infografía 7. Estructura sugerida para la crónica.

Fuente: elaboración propia.

Ejemplos de crónicas

Almazán, A. (2010). Los Acapulco kids. *Periodismo narrativo en Latinoamérica*.

Recopilación de crónicas periodísticas con chispa. <https://bit.ly/3RgOHSq>

Kapuscinski, R. (2011). La guerra del futbol. *Periodismo narrativo en Latinoamérica*.

Recopilación de crónicas periodísticas con chispa. [https://bit.ly/3A-](https://bit.ly/3A-JKHTu)

[JKHTu](https://bit.ly/3A-JKHTu)

Meneses, J. P. (2015). El peor de la Fórmula Uno. *SoHo*. <https://bit.ly/3wSLe4C>



Recursos y herramientas para publicar

¡Qué afortunados somos! En estos tiempos existen muchos recursos para contar una historia, algunos de estos no son tan nuevos, pero han evolucionado en el mundo del internet, donde las personas consumen más imágenes o audios antes que leer grandes párrafos o darle clic a una liga que contiene una nota con muchos anuncios publicitarios.

Los recursos que hoy en día se consideran novedosos y útiles son las infografías, los pódcast, los cómics y los videos.



Las infografías

Infogram (2022) las describe como “una representación visual de información y datos”. Aunque son un recurso muy explotado por muchos

medios de comunicación, en algunos no son una opción porque siguen usando las viejas prácticas para comunicar grandes textos y fotos. ¿Se puede resumir una información de siete párrafos en una imagen interactiva? Claro que sí. Te sugerimos algunas páginas web donde podrás diseñar infografías si no eres experto, y lo mejor es que tienen una opción gratuita.

Herramientas

<https://www.canva.com/>

<https://genial.ly/es/crear/infografias/>

<https://piktochart.com/>

<https://infogram.com/>



Los pódcast

En la actualidad muchos medios o *influencers* han decidido apostarle a la creación de pódcast, pero ¿qué los hace interesantes?, o ¿por qué tu pódcast debería ser escuchado entre los miles de audios o videos que hay en diferentes plataformas?

Para Martínez y Suárez (2019) los pódcast son: “grabaciones de audio o video originales, pero también pueden ser transmisiones grabadas de televisión o radio, episodios de un programa, una conferencia, una clase, una presentación o cualquier otro evento”.

Algunas recomendaciones

- El tema del pódcast debe ser original y novedoso.
- Presenta información relevante y de interés general.
- La grabación o lectura de la información debe ser fluida y con buena dicción.
- Elimina todo tipo de ruido que no sea parte del contexto de la historia.
- Graba con un micrófono, una grabadora o la grabadora del celular.

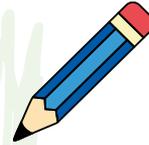
- Cuida no acercarlo mucho al micrófono a tu boca para evitar los ruidos *pop* de una voz. Si no cuentas con un filtro para grabar no te preocupes, solo sigue los consejos anteriores.

Herramientas

<https://audacity.es/>

<https://anchor.fm/>

<https://soundcloud.com/>



Los cómics

Son un excelente recurso que puedes desarrollar. Si eres un estudiante con talento para dibujar o te gusta la fotografía y el diseño, esta es una buena opción para plasmar, desglosar y contar tu historia.

Alonso (2017) define el cómic de la siguiente forma:

Es la combinación de imágenes y texto en secuencia; comenzó a ser tomado en serio para contar historias más crudas y cercanas a la realidad en la segunda mitad del siglo XX, con la llegada de autores más contestatarios y provocadores que comenzaron a tratar temas que las grandes editoriales ignoraban por autocensura.

Para ampliar más tus conocimientos, te sugerimos leer este artículo sobre la importancia de los cómics:

Carrión, J. (2017). El cómic se expande como herramienta periodística. *The New York Times*. 25 de marzo. <https://nyti.ms/3cGRvjy>

Herramientas

https://www.canva.com/es_mx/crear/historietas/
<https://creately.com/es/usage/creador-de-comics/>



Los videos

Reportear y contar historias de manera atractiva con un recurso multimedia como el video es una tarea que requiere tres aspectos:

- Planeación.
- Organización.
- Dominio básico de las herramientas digitales para contar historias de manera atractiva.

Además, la producción de un video exige tres fases para su realización:

- 1) *La preproducción*: comprende desde que nace la idea hasta que empieza la grabación.
- 2) *La producción*: en esta fase se realiza la grabación.
- 3) *La post-producción*: consiste en la selección del material grabado. En este punto se eligen las tomas que servirán para la edición del video; una vez seleccionado el material se realiza el montaje de tomas y se musicaliza el video para generar el producto final.

El periodista o reportero también debe pensar en los elementos a integrar en los contenidos noticiosos. Entre otros:

- Imágenes
- Infografías
- Audio
- Fotografías
- Video
- Mapas
- Líneas de tiempo

Sugerencias para grabar un video con el dispositivo móvil

- Familiarízate con tu equipo móvil.
- Activa el modo avión. Evita distracciones e interrupciones no deseadas.
- Captura buenas imágenes, toma planos generales, planos medios y primeros planos.
- Utiliza un trípode. La distancia afecta tus tomas. Evita videos temblorosos. Si no tienes un trípode, mantén los codos en el cuerpo o apóyate en una pared o un árbol.
- Evita hacer *zoom*. Acércate tú, no con el lente.
- Encuadra bien las tomas.
- Graba buen audio. Una buena producción es 50% audio y 50% secuencias de video. El audio mal grabado distrae al espectador.
- No gires el dispositivo móvil durante la grabación. Mantén la misma posición durante la grabación.
- Asegúrate de no cubrir ninguna parte de la lente de la cámara con la mano o los dedos.
- Graba video utilizando la orientación horizontal o selecciona el formato según el medio de distribución.
- Busca una buena iluminación. La luz natural es gratuita y accesible.
- Revisa el estado de la memoria del dispositivo móvil. La cantidad de almacenamiento que necesitas dependerá de lo que estás creando.
- Adquiere un cargador portable. Grabar y editar video consume bastante batería.



Manos a la obra

Elegir el tema

Como puedes darte cuenta, existen muchos temas de interés para las personas. Sea cual sea el de tu agrado, siempre habrá algo nuevo que puedas aportar. Sin embargo, es probable que te surja la duda: ¿cómo puedo elegir el asunto a contar?

Puedes echar un vistazo a lo que otros han escrito o bien elegir una situación cercana: un vecino o un familiar que esté atravesando por un problema de nula atención oncológica en un hospital público situado en una comunidad lejana a la ciudad. Esto puede ser un detonante para generar tu nota, entrevista, reportaje o crónica.

Observa en tu colonia, ¿hace falta mayor reforestación?, ¿el servicio de limpieza o recolección de basura es el correcto?, ¿en tu escuela habrá una semana de la ciencia o la cultura? Otra recomendación es que te conectes

a tus redes sociales y analices algún tema nacional que puedas enfocar a nivel local.

Sugerencias

Piensa y selecciona varios temas que llamen tu atención, después elabora un cuadro donde anotes el problema, interés o posible impacto. Esta información estructurada te ayudará a visualizar y tener una idea de lo que deseas investigar.

Como un ejemplo seleccionamos los siguientes temas: la moda rápida, el reciclaje y la tecnología en las escuelas rurales. También puedes elaborar preguntas de contexto que guíen lo que quieres saber (ver infografía 8).

Después de elegir el tema, debes tener clara su delimitación. Esto quiere decir: el objetivo general, la hipótesis, la pregunta central y las preguntas secundarias. Por supuesto que existen metodologías más complejas, pero la idea de este recetario es contar con las nociones básicas.

De esta forma sabrás cómo aprovechar el tiempo e ir exactamente a los lugares donde quieres enfocarte. La delimitación nos deja claro el lugar y tiempo para nuestro producto periodístico, la hipótesis es lo que queremos probar y las preguntas nos marcan la pauta para saber qué fuentes vamos a consultar. La idea es no dejar aspectos abiertos o sin resolver.

Ejemplo de delimitación de un tema periodístico

Tema

Infraestructura para personas con discapacidad en los centros históricos del área metropolitana de Guadalajara.

Objetivo

Documentar la situación de infraestructura que permita la movilidad y la realización de actividades cotidianas para la población con algún tipo de discapacidad, la cual acude a los centros históricos de los cinco municipios de la zona metropolitana: Zapopan, Guadalajara, Tlajomulco, Tlaquepaque y Tonalá.

TEMA	PROBLEMA	INTERÉS	POSIBLE IMPACTO
La moda rápida	La ropa de determinada marca es accesible en precios, pero no cuenta con gran calidad y puede causar algún tipo de contaminación	¿Cuánto dinero invierte un joven en ropa?, ¿qué tipo de ropa consume?, ¿el consumidor piensa en el cuidado del medio ambiente?	Mayor conciencia sobre lo que se compra y los peligros que genera al medio ambiente esta industria
El reciclaje	Las personas no reciclan porque la ciudad carece de vertederos para basura orgánica e inorgánica	La ciudad debe invertir en una cultura de reciclaje y contar con espacios óptimos para estos desechos	La ciudad tendría menos problemas de basura y mejor imagen si se invirtiera en tecnología para reciclar
Las tecnologías en escuelas rurales	Las comunidades indígenas de Chiapas no cuentan con internet	Debido a la pandemia muchos niños no han tenido la oportunidad de seguir con sus clases en línea, lo que propicia un rezago educativo	Despertar el interés de las autoridades educativas y maestros para crear estrategias que mejoren la educación

Infografía 8. Ejemplo de temas de interés.
Fuente: elaboración propia.

Hipótesis

Los centros históricos de los cinco municipios más poblados del área metropolitana de Guadalajara no cuentan con la infraestructura necesaria que permita a la población con algún tipo de discapacidad, la movilidad y la realización de actividades cotidianas.

Pregunta central

¿Los centros históricos de los cinco municipios más poblados del área metropolitana de Guadalajara cuentan con suficiente infraestructura que permita a la población con algún tipo de discapacidad, la movilidad y la realización de actividades cotidianas?

Preguntas secundarias

- ¿Cuál es la infraestructura que se requiere en un centro histórico para permitir que las personas con discapacidad se muevan y realicen sus labores de forma cotidiana?
- ¿Cuáles son las recomendaciones de organismos nacionales e internacionales para contar con entornos urbanos incluyentes?
- ¿Están cumpliendo los centros históricos de Guadalajara, Zapopan, Tlajomulco, Tlaquepaque y Tonalá con esas recomendaciones?
- ¿Cuál es la experiencia que vive una persona con discapacidad visual, auditiva o motriz en estos centros históricos?

Así puedes ir agregando más preguntas. Todo esto te ayudará a definir qué fuentes consultar. Cabe señalar que en ocasiones la hipótesis es probada gracias a nuestro reporte, pero en otras tiene que ser replanteada.

Tipos de fuentes

Una vez que has definido tu tema y las preguntas que quieres responder, es momento de comenzar a reportear. Este ejercicio, como lo define Esquivel (1997), es la “búsqueda de información, recolección de datos a partir de la

observación con la realidad, el diálogo con las fuentes informativas, testigos y protagonistas de los hechos” (pp. 39 y 40).

Debes obtener datos consultando fuentes informativas, las cuales se pueden clasificar de la siguiente forma:

- Personas
- Lugares
- Documentos
- Actividades públicas

Personas

- a) El funcionario
- b) El experto o académico
- c) La población civil
- d) Víctimas
- e) El deportista
- f) El artista
- g) El que logra una hazaña
- h) Exfuncionarios y opositores políticos

Lugares

- a) Deterioro de una instalación o monumento
- b) Remozamiento o remodelación
- c) Aniversario de una plaza o monumento histórico
- d) Demolición o desaparición de un monumento
- e) Susceptibilidad a desastres o tragedias
- f) Oficinas de las fuentes
- g) Bibliotecas, hemerotecas

Documentos

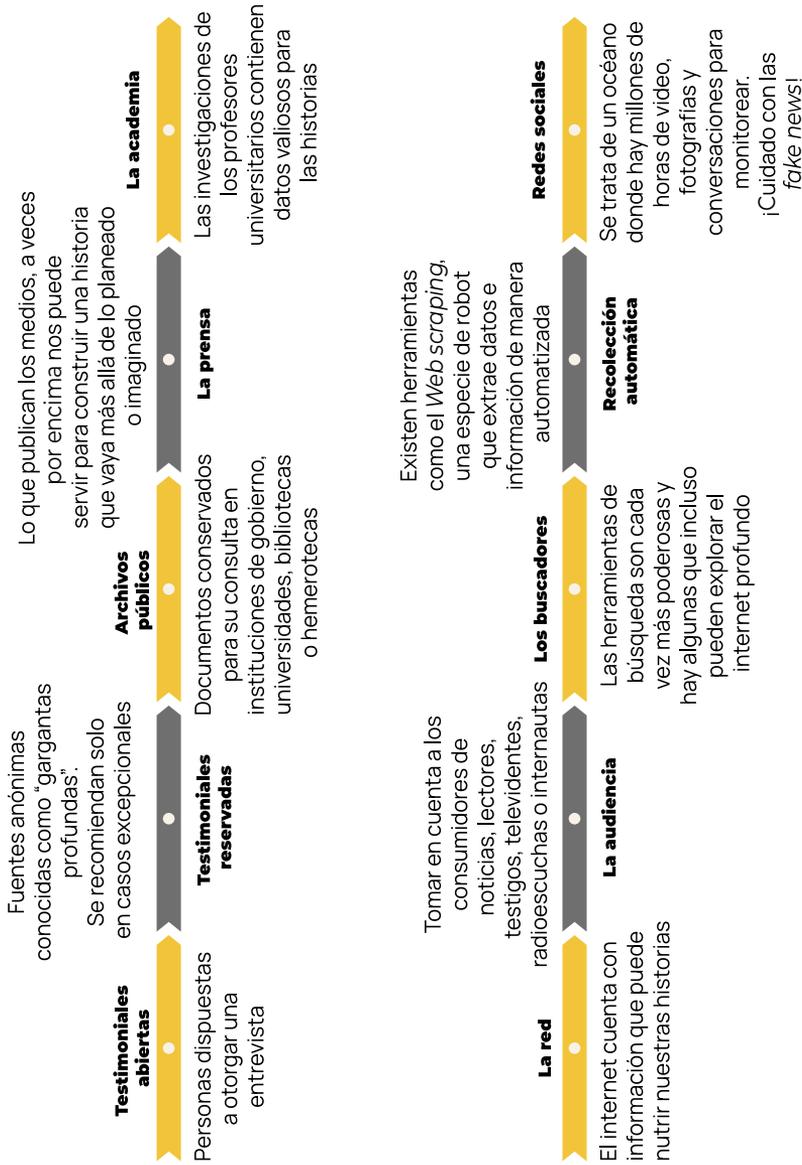
- a) Informes de gobierno
- b) Nóminas, requisiciones o contratos
- c) Discursos
- d) Ponencias
- e) Artículos
- f) Actas de cabildo o gacetas municipales
- g) Memorias de congresos o simposios

Actividades públicas

- a) Conferencias
- b) Congresos o simposios
- c) Paneles
- d) Debates
- e) Misas (sermones)
- f) Mítines
- g) Marchas
- h) Conciertos

Estos son ejemplos de fuentes informativas, algunas incluso de la vida cotidiana. Entre más fuentes tengas, más rico será tu producto periodístico. Por eso es importante que las identifiques y planees desde un inicio, aunque no debes descartar que posteriormente sumes algunas otras.

Ricardo Raphael (2017) critica que durante muchos años el periodismo se “hizo adicto a dos tipos de fuentes: las declaraciones (de políticos, empresarios, líderes sindicales o funcionarios públicos) y los boletines de prensa” (p. 75). Destaca que hoy existen otras fuentes que pueden consultarse sin la intermediación de otro humano, por lo cual propone la siguiente clasificación (ver infografía 9).



Infografía 9. Clasificación de las fuentes.

Fuente: elaboración propia con datos de Raphael (2017, pp. 75-110).

Proceso de recolección de la información

Llegó el momento de reportear, de hacer “periodismo de a pie”, como dicen los experimentados periodistas. Una vez que definas quiénes serán las fuentes de tu reportaje, el paso siguiente es contactarlas y programar una cita con ellas (puedes hacerlo por teléfono, de forma virtual o presencial).

Aunque el trabajo de campo es la mejor experiencia para ejercer el periodismo, hoy gracias a la tecnología es posible realizar una entrevista por videollamada o por alguna aplicación como Google Meet o Zoom (ambos con una versión gratuita). Antes de ponerte en contacto con la fuente, define las siguientes preguntas: ¿qué quieres comunicar con tu reportaje o nota informativa?, ¿quién será tu mayor audiencia?, ¿es mejor comunicar la historia a través de un video, audio, texto y fotografías o solo una galería de fotografías?

Este ejercicio de las preguntas cumple con el objetivo de que no trabajes doble o que tengas que abarcar todo, por eso también es importante que analices qué plataforma o recursos son necesarios para posicionar la historia. Evidentemente, no es lo mismo escribir una nota informativa que un reportaje, una crónica o una entrevista.

Recomendaciones

Quizá con la tecnología sea más fácil llevar las preguntas anotadas en una *app* del celular y grabar con otro celular o una cámara.

- Antes de reunirte con la fuente, redacta tus posibles preguntas. Algunas pueden ir surgiendo durante la conversación.
- Si eres de los que prefiere usar la libreta y lápiz, adelante.
- Para grabar puedes usar tu celular. Si no cuentas con alguna cámara, asegúrate de que la entrevista haya quedado grabada en audio, ya que no es buena idea volver a molestar a la fuente porque se nos olvidó apretar el botón para iniciar la grabación.

- Si tu trabajo es escrito o será publicado en una infografía, cómic o pódcast, puedes solo grabar el audio; pero si es un video, utiliza esa opción y toma fotografías.
- Antes de iniciar, debes presentarte ante el entrevistado y mencionar de qué se trata tu proyecto, dónde será publicado o, en su caso, si es un trabajo escolar y su finalidad.
- Un consejo: no envíes tu producto final o la redacción de la entrevista a la fuente antes de su publicación. Recuerda que tú eres el reportero y quien puede guiarte en este proceso de edición es tu asesor de proyecto o maestro, mas no la fuente.
- Si tienes alguna duda sobre un tema o concepto que la fuente te proporcionó, puedes llamarlo o mandarle un mensaje, pero la persona no deberá redactar tu trabajo.
- Por último, recuerda anotar bien el nombre, cargo y profesión a la que se dedica la fuente.

La noticia por lo general parte de que sea un suceso relevante, diario y que tal vez se tenga que trabajar en un mismo día. Eso no quiere decir que solo se necesita la declaración de una sola fuente. Entre más sustentada esté la información más nutrida y significativa será.

El reportaje, aunque es más complejo, es el género más completo. En cualquier género periodístico las fuentes son quienes nos ayudan a comprobar la hipótesis y dan credibilidad a la información.

Antes de iniciar con el trabajo de campo te proponemos elaborar un cronograma en Excel en el que anotes día, hora, fecha de edición o publicación; esto te ayudará a tener ideas más claras y una esquematización de lo que vas a desarrollar. Este plan funciona bien si eliges trabajar un reportaje o entrevista. Aquí ya debes tener pensado si tu trabajo será escrito, visual o auditivo.

Es importante tomar en cuenta el tiempo que tienes para conseguir los datos, editarlos y publicarlos; por ejemplo, si es una tarea de la escuela,

dependerá de la fecha de entrega que dicte el maestro (puede ser una semana o un mes) (ver infografía 10).

El cronograma te ayudará a visualizar las semanas de trabajo, y lo puedes ajustar dependiendo de la fecha para entregar tu proyecto final. Trata de respetar los tiempos y los horarios. Entre más estricto seas con tu trabajo, será mejor.

Si buscas información en fuentes documentales, es necesario que leas bien los datos y los interpretes correctamente. Te recomendamos ir vaciando la información o escribirla. Una vez completos los datos, ya puedes armar una infografía, un cómic o un guion para grabar un video o un pódcast. Todo lo que realices en la computadora guárdalo también en una memoria, además de respaldarlo en el correo electrónico o en la nube.

Las fuentes documentales requieren de pasar horas en la web, leyendo y analizando la información, o bien ir a una biblioteca o hemeroteca por algunos libros y documentos.

Recuerda siempre darle voz a todos los personajes que sean necesarios e indispensables, hasta agotar todos los recursos.

Si una fuente se niega a dar los datos, es mejor buscar otras personas y evitar las amenazas, porque eso no es justo, ni ético y resulta poco profesional. Si solicitaste datos por el portal de transparencia y la autoridad te niega o limita el acceso a la información solicitada, eso es una prueba; pero de hecho puedes interponer un recurso de revisión. Toda información es importante, solo es cuestión de valorarla.

Seguridad

Antes de concluir este apartado es indispensable que sepas que, cuando eres estudiante, haces el mayor esfuerzo por obtener una buena calificación; pero hoy día vivimos tiempos complicados en cualquier parte del país. Tú todavía estás en camino de adquirir experiencia, por eso nos parece interesante contarte que en cualquier trabajo se corren riesgos.

ACTIVIDAD POR SEMANA / DÍA	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SÁBADO	DOMINGO
Actividades semana 1	Entrevista con productor a las 10:50 am	Día para redactar	Editar entrevista hecha al productor de café	Día libre	Revisión de la redacción	Día libre	Editar el video de la primera entrevista
Actividades semana 2	Buscar información en páginas	Darles una interpretación a los datos conseguidos	Buscar información en páginas	Revisión del trabajo en clase	Día para redactar	Día de descanso	Día de descanso
Actividades semana 3	Penúltimo día para revisión de la entrevista escrita y el video	Trabajo aprobado	Proporcionar el reportaje en Facebook desde la red social de la escuela	Trabajo publicado en la red de la escuela	Seguir compartiendo y promocionando el producto	Seguir compartiendo y promocionando el producto	Seguir compartiendo y promocionando el producto

Infografía 10. Ejemplo de un cronograma de trabajo distribuido por día y planeado para tres semanas.
Fuente: elaboración propia.

Con el fin de evitar exponer tu propia vida o terminar involucrado en un tema legal, es mejor que observes y sigas los consejos de quienes ya han publicado historias parecidas a las que quieres indagar, para prevenir problemas en el futuro, o bien acude a tus maestros para que te asesoren.

Por ahora será mejor que te intereses en temas que no pongan en riesgo tu seguridad o la de tu familia, aun cuando en el trabajo de recolección y edición tengas el acompañamiento de tu profesor.

- Si vas a una entrevista asegúrate de ir acompañado de tus padres, tutor o compañeros de equipo.
- Avisa a tus familiares qué lugar visitarás.
- Si la entrevista se llevará a cabo de manera personal, busca que sea en un lugar público o en el centro de trabajo de la fuente informativa; si es un evento no hay problema porque sabemos que estarán muchas personas en ese sitio.
- No divulgues los datos personales de la fuente, ni tampoco cuentes mucha información privada sobre ti.
- Toma un transporte público seguro, si es que no cuentas con automóvil particular.
- Recuerda siempre darle voz a los personajes que sean necesarios e indispensables, hasta agotar los recursos.
- Un consejo importante que funciona es buscar información de la fuente por internet o redes sociales. En ocasiones no tienen, pero cuando sí hay nos sirve para saber qué tanto se ha publicado sobre esa persona.
- Es vital que tus entrevistas se lleven a cabo en un horario de labores o por las mañanas, también puedes optar por una entrevista virtual donde tú dispongas de la liga, o bien por teléfono.
- Informa todo lo que te suceda a tu maestro o asesor de proyecto.



Redacción y ortografía

En esta etapa ya recorriste los pasos del proceso para escribir cualquier producto periodístico. Ahora estás en la parte final: aquí debes cuidar la calidad y la presentación de tus escritos. Te recomendamos que antes de publicarlos, revises puntualmente todos tus documentos. Si los lees, analizas y corriges en varias ocasiones, es mejor. La sugerencia es hacer este ejercicio un mínimo de 5 veces.

Recuerda que es normal que te equivoques a la hora de escribir, porque en el trayecto de plasmar la idea del cerebro a la hoja en blanco se cometen errores de variada naturaleza. Por esta razón las revisiones, los ajustes y las correcciones adquieren especial importancia. En cada lectura de revisión podrás eliminar los errores de dedo y las repeticiones de palabras o ideas, además de enriquecer, completar el sentido de las oraciones o reacomodar tu texto.

Consejos a tomar en cuenta

- Selecciona las palabras por su significado y no porque te parezcan elegantes o suenen bien.

- Revisa los tiempos verbales empleados y comprueba que utilizaste los verbos precisos en cada oración.
- Unifica el tono propio en tu narración, que concuerde con el contenido de lo que escribiste.
- Verifica que la voz narrativa sea uniforme.
- Al revisar ten presente la claridad, la precisión y la coherencia porque son principios básicos que abonan a la comprensión de las ideas.
- Analiza la secuencia de los temas en tu narración (de un párrafo a otro y entre secciones).
- Ten cuidado con los tecnicismos: explica en seguida su significado.
- Corrige las cacofonías, es decir, la repetición de letras o sílabas.
- Elimina los términos ambiguos y las palabras repetidas (porque evidencian pobreza del lenguaje).
- Ajusta el vocabulario de acuerdo con quien va dirigido tu escrito.
- El estilo de escribir es algo personal que irás desarrollando y perfeccionando con la experiencia de cada documento.

Además de lo anterior, debes verificar puntualmente la ortografía, la acentuación, la puntuación y la redacción. Recuerda que una coma puede alterar la idea en una oración o el sentido de la noticia. Aunque tiene varios años de publicada, esta noticia es un buen ejemplo de cómo una coma mal puesta cambia por completo el sentido de la oración; este error surgió directamente de un medio de comunicación español.

Ejemplo

Una coma mal puesta corona a Pablo Alborán como reina de la música española. Pablo Alborán, reina en la música española. <https://bit.ly/2QIT3M7>



Producción

Antes de producir el material es importante recordar los pasos anteriores, como la elección del recurso o plataforma donde vas a publicar tu producto periodístico.

Una de las preguntas anteriores fue ¿qué plataforma o recursos necesitamos para posicionar la historia? Es importante elegir el recurso y la plataforma desde el proceso de recolección de datos o el prerreporteo, esto nos ayudará a tener una idea más clara del producto.

Las tecnologías de la información y la comunicación facilitan muchos recursos que actualmente puedes utilizar y son gratuitos:

- **Infografías**, Facebook e Instagram
- **Cómics**, Facebook e Instagram
- **Reels**, Instagram
- **Pódcast**, Facebook, SoundCloud o Spotify
- **Videos**, YouTube, TikTok y Facebook

Pictoline es un medio de comunicación innovador en el que se cuentan

las noticias con ilustraciones. En esta liga puedes ver lo que han desarrollado: <https://www.facebook.com/pictoline>

Si no eres experto en diseño, hay muchas plataformas que te ayudan a elaborar una infografía: Canva o Piktochart.

Si eliges trabajar un pódcast, SoundCloud (<https://soundcloud.com/es>) es una plataforma gratuita y sencilla de usar, solo hay que crear una cuenta y listo. Antes debes editar el audio, y un programa básico para ello es Adobe Audition, aunque existen otros más.

Después de que ya elegiste la plataforma, ahora viene una tarea titánica: la difusión de tu trabajo. Como ya te lo mencionamos, desde la planeación debes tener claro si publicarás en una red social o en un espacio escolar (periódico, revista o página web).

Es indispensable analizar qué redes sociales serán la fortaleza de tu producto periodístico, buscar los horarios de lanzamiento o si lo publicarás de manera independiente.

Para este momento ya debes tener lista la red social, la cual puede ser de la escuela o crear una nueva. Recuerda la contraseña y define quiénes manejarán la red.

Piensa que el horario de lanzamiento varía de región a región –la conducta de los lectores puede cambiar en cualquier momento–, por eso es vital pensar a qué público va dirigido tu producto periodístico. Por ejemplo, si la investigación la hiciste en Durango, te interesa que la gente de ahí lea la historia; pero si pretendes enfocarla a nivel nacional, entonces la idea es que también la gente de Mérida, Chihuahua o de Chiapas conozcan de qué va la investigación.

Las redes de mayor uso e impacto sin duda son Facebook, Instagram y Twitter, así como TikTok. Para Instagram lo ideal es que presentes solo fotografías e infografías. En TikTok puedes crear videos cortos. Te recomendamos usar también las historias de Facebook e Instagram.

Facebook desde luego genera mayor audiencia, pero las publicaciones (*posts*) deben ser cortas y atractivas, con títulos cautivantes y no usar más

de cinco *hashtags*. También tienes la opción de hacer menciones e intentar etiquetar solo ocasionalmente a personas o funcionarios, ya que puede ser molesto para algunos.

Si tu equipo de reporteo tiene los recursos, puede pagar la publicidad (recuerda que necesitas de una *fan page*); también puedes conseguir seguidores de manera orgánica.

La tarea del reportero, como ves, no se termina. Es importante que defines el día y el horario de lanzamiento, verifica que no coincida con alguna marcha o noticia de la que ya se tenga anticipación que sucederá. Hay sucesos que no se pueden predecir, pero la idea es que programes una fecha (puede ser domingo o lunes, pero eso lo tendrá que evaluar tu equipo).

¿El lanzamiento del reportaje será a las 9:00 am o a las 7:00 pm? Antes de publicar la historia te recomendamos llevar a cabo un estudio de mercado con anterioridad o buscar una investigación en las redes sociales que te apoye en este punto.

Una semana o dos son necesarias para seguir divulgando tu producto periodístico. Recuerda que, aunque todavía eres un estudiante, debes ser profesional y responsable en lo que publicas.

A manera de conclusión

Por medio de este *Recetario para contar historias* lograste acercarte a cuatro géneros periodísticos, por lo que tienes los recursos básicos que te permitirán crear un producto periodístico para cualquier canal digital.

Recuerda que el ingrediente principal es tu curiosidad por investigar y por contar historias, ya que los sucesos cotidianos o las personas pueden ser el punto de partida de un gran relato. Disfruta el proceso, planea, innova, explota tus ideas y ábrete a la posibilidad de contar una historia que deje huella.

Referencias bibliográficas

- Alonso, A. (2017). La realidad ilustrada: cómics y periodismo. Clases de periodismo. Recuperado el 27 de febrero de 2022 de: <https://bit.ly/3ekZwnQ>
- Almazán, A. (2010). Los Acapulco kids. *Periodismo narrativo en Latinoamérica*. Recopilación de crónicas periodísticas con chispa. <https://bit.ly/3RgOHSq>
- Animal Político. (s/f). La estafa maestra: graduados en desaparecer dinero público. Animal Político y Mexicanos Contra la Corrupción y la Impunidad. <https://bit.ly/3KIDMOS>
- Aristegui Flores, C. (2013). Entrevista con el expresidente Miguel de la Madrid. Noticias MVS Radio. 27 de junio. <https://bit.ly/3TBVtDY>
- Aristegui Noticias. (2014). La casa blanca de Enrique Peña Nieto. 9 de noviembre. <https://bit.ly/3RjQu9p>
- Anchor. (2022). Plataforma para crear y distribuir pódcast. Spotify. <https://anchor.fm/>
- Audacity. (2022). *Software* de edición de audio. <https://audacity.es/>
- Carmona, R. (2022). Convocatoria IPN 2022: ¿Qué ingenierías o licenciaturas puedes estudiar en el Poli? *El Sol de México*. 6 de marzo. <https://bit.ly/3RyvbRf>
- Budillo, E. (2014). Nueve características de un buen titular. Enrique Budillo. Recuperado el 15 de febrero de 2022 de: <https://enriquebullido.com/nueve-caracteristicas-de-un-buen-titular/#:~:text=Un%20titular%20con%2012%2D13,entre%206%20y%2010%20palabras>
- Campbell, F. (2002). *Periodismo escrito*. México: Alfaguara.
- Canva. (2022). Plataforma de diseño en línea. <https://www.canva.com/>
- Carrión, J. (2017). El cómic se expande como herramienta periodística. *The New York Times*. 25 de marzo. <https://nyti.ms/3cGRVjy>
- Creately. (2022). Plataforma para crear productos gráficos. <https://creately.com/es/>

- Ecoteuve.es. (2014). Una coma mal puesta corona a Pablo Alborán como reina de la música española. *ElEconomista.es*. 13 de octubre. <https://bit.ly/2QIT3M7>
- Eloa, J. (2010). Yo no dejaría el destino de las noticias en manos de Google. *El País*. Entrevista con Bill Keller, director de *The New York Times*. 25 de julio. <https://bit.ly/2S3OhQM>
- Esquivel Hernández, J. L. (1997). *Periodismo Noticioso en Diez Lecciones*. México: Universidad Autónoma de Nuevo León.
- Genially. (2022). Plataforma para crear contenido visual e interactivo. <https://genial.ly/es/por-que-genially/>
- González Briones, E. (2009). La entrevista y la crónica, guía para el profesorado. En *La entrevista y la crónica* (13). España: Secretaría General Técnica. <https://ecoteuve.eleconomista.es/ecoteuve/prensa/noticias/6153536/10/14/Una-coma-mal-puesta-corona-a-Pablo-Alboran-como-reina-de-la-musica-espanola.html>
- Iglesias Acuña, R. (2015). La noticia es la esencia del periodismo, la materia prima. Curso Nacional sobre Periodismo y Niñez, 15 de febrero de 2022. Sitio web: <https://slideplayer.es/slide/10300074/>
- IJNet español (2010). WebVideos Básico. Consejos para grabar un buen video [Video en línea]. ICFJ. International Center for Journalists. Disponible en: <https://www.youtube.com/channel/UCpNeZu2dstp5fnm9CJVEUg>
- Infogram. (2022a). ¿Qué es una infografía? <https://infogram.com/es/pagina/infografia>
- Infogram. (2022b). Plataforma para diseñar productos gráficos. <https://infogram.com/>
- Kapuscinski, R. (2011). La guerra del fútbol. *Periodismo narrativo en Latinoamérica*. Recopilación de crónicas periodísticas con chispa. <https://bit.ly/3AJKHTu>
- Leñero, V. y Marín, C. (1997). *Manual de periodismo*. México: Grijalbo.
- Lizárraga, D. et al. (2014). La Casa Blanca de Enrique Peña Nieto. *Aristegui Noticias*. Recuperada el 26 de febrero de 2022 de: <https://aristeguinoticias.com/0911/mexico/la-casa-blanca-de-enrique-pena-nieto/>

- Lizárraga, D. *et al.* (2017). La Estafa Maestra: graduados en desaparecer dinero público. Animal Político y Mexicanos Unidos contra la Corrupción y la Impunidad. Recuperada el 27 de febrero de 2022 de: <https://www.animal-politico.com/estafa-maestra/>
- Luna, A. (2022). En Guadalajara, los libros están por todos lados en la Capital Mundial del Libro. *El Herald de México*. 3 de marzo. <https://bit.ly/3q6DsQv>
- Luna, D. (2020). Entrevista de Diego Luna con Hugo López Gatell. Pan y circo. Amazon Prime Video. 20 de julio: <https://bit.ly/3Rx9G3k>
- Martínez, I. y Suárez L. (2019). Cómo elaborar un pódcast. Biblioteca UDGVirtual. <https://biblioteca.udgvirtual.udg.mx/jspui/bitstream/123456789/3915/1/C%C3%B3mo-elaborar-un-podcast.pdf>
- McAdams, M. (2009). *Guía de habilidades multimedia para periodistas*. Tr. María Elena Brizuela. Disponible en: <http://www.jou.ufl.edu/faculty/mmcadams/PDFs/RGMPespanol.pdf>
- Meneses, J. P. (2015). El peor de la Fórmula Uno. *SoHo*. <https://bit.ly/3wSLe4C>
- Morales, T. (2021). Los rostros del campo en Chiapas. Recuperado de: <https://bit.ly/3CV0bGP>
- Piktochart. (2022). Plataforma para diseñar productos gráficos. <https://piktochart.com>
- Raphael, R. (2017). *Periodismo urgente*. México: Editorial Ariel e Instituto Nacional de Transparencia, Acceso a la Información Pública y Protección de Datos Personales.
- Real Academia Española. (2021). *Diccionario de la lengua española*. Versión electrónica 23.5. <https://dle.rae.es/>
- Revista Espejo*. (2021). Hasta Encontrarles. Micrositio periodístico. México: Juan Panadero, Center for US-Mexican Studies, Mente Interactiva, Global Initiative y Resilience Fund. <https://bit.ly/3R7y5wt>
- Riva Palacio, R. (1998). *Más allá de los límites*. México: Fundación Manuel Buendía/Universidad Iberoamericana. https://issuu.com/fundacionmanuelbuendia/docs/mas_alla_de_los_limites
- Riva Palacio, R. (2013). *Manual para un nuevo periodismo*. México: Grijalbo.

- Sánchez, A. (2020). Mamuts en México: el hallazgo paleontológico del siglo. Tec Review. Recuperado el 16 de febrero de 2022 de: <https://tecreview.tec.mx/mamuts-en-mexico-el-hallazgo-paleontologico-del-siglo/>
- SoundCloud. (2022). Plataforma de audio y música. <https://soundcloud.com/>
- Suprema Corte de Justicia de la Nación. (SCJN). (2017). Sentencia dictada por el Tribunal Pleno de la Suprema Corte de Justicia de la Nación en la Acción de Inconstitucionalidad 84/2015. *Diario Oficial de la Federación*. https://www.dof.gob.mx/nota_detalle.php?codigo=5478332&fecha=03/04/2017&print=true
- Villoro, J. (25 a 29 de mayo de 2010). Taller de Periodismo Narrativo [Conferencia principal] Fundación Nuevo Periodismo Iberoamericano (FNPI). Cartagena de Indias, Colombia.

Sobre los autores

Nancy Wendy Aceves Velázquez

Licenciada en Ciencias de la Comunicación y maestra en Periodismo Digital por la Universidad de Guadalajara. Fue periodista de las fuentes de salud y educación; editora web en medios de comunicación digitales y responsable del área de Comunicación y Difusión del Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara. Recibió el premio de periodismo Prevención del Embarazo en Adolescentes, otorgado por el Centro Latinoamericano Salud y Mujer, A. C. (CELSAM), por su reportaje “El martirio de ser madre”. Ha colaborado en la iniciativa privada del área de salud como *social media manager*, *community manager*, *trafficker digital* y *copywriter*. Actualmente coordina la Licenciatura y la Maestría en Periodismo Digital en la Universidad de Guadalajara. Correo electrónico: wendy.aceves@udgvirtual.udg.mx

Teresita de Jesús Morales Escobedo

Licenciada en Ciencias de la Comunicación por el Instituto de Estudios Superiores de Chiapas (IESCH), Tapachula. Egresada de la Maestría en Periodismo Digital por el Sistema de Universidad Virtual de la Universidad de Guadalajara. Trabajó en Radiorama desempeñando el cargo de productora de noticias, posteriormente en Radio Núcleo como jefa de información de noticias

y conductora. Fue reportera en Quadratín Chiapas y en el Ayuntamiento de Tapachula (2015-2018). Correo electrónico: n_y_157@hotmail.com

Julio Alejandro Ríos Gutiérrez

Licenciado en Periodismo, abogado y maestro en Transparencia y Protección de Datos Personales por la Universidad de Guadalajara (UdeG). Ha sido jurado del Premio Nacional de Periodismo y jefe de información de *La Jornada Jalisco*. Fue corresponsal de Grupo Radio Centro de la Ciudad de México y reportero en el Sistema Jalisciense de Radio y Televisión, Noticias MVS, Radio Universidad de Guadalajara y *La Gaceta* de la Universidad de Guadalajara, entre otros medios de comunicación. Actualmente es profesor investigador del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG, conductor en el Sistema Universitario de Radio, Televisión y Cinematografía y analista en Imagen Radio. Correo electrónico: julio.rios@udgvirtual.udg.mx

Víctor Francisco Rivera Saldaña

Licenciado en Ciencias de la Comunicación y egresado de la Maestría en Periodismo Digital por la Universidad de Guadalajara. Comenzó sus colaboraciones en medios desde 2010. Ha publicado crónicas y textos periodísticos en portales y semanarios, e impartido clases de literatura y de comunicación en algunas instituciones educativas. Actualmente es reportero en el SEMS de la UdeG y asesor de la asignatura de Redacción de géneros interpretativos en la Licenciatura en Periodismo Digital del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG. Correo electrónico: victor.rivera@udgvirtual.udg.mx

Alicia Zúñiga Llamas

Licenciada en Letras y maestra en Gestión y Desarrollo Cultural por la Universidad de Guadalajara. Ha impartido numerosos talleres de redacción y ha sido docente de la materia de Edición a nivel superior. Tiene una amplia experiencia en el ámbito editorial. Es editora en jefe de las tres revistas del Sistema de Universidad Virtual de la UdeG: *Apertura*, *Paakat: Revista de Tecnología y Sociedad* y *Córima*. Cuenta con perfil PRODEP. Correo electrónico: alicia.zuniga@udgvirtual.udg.mx

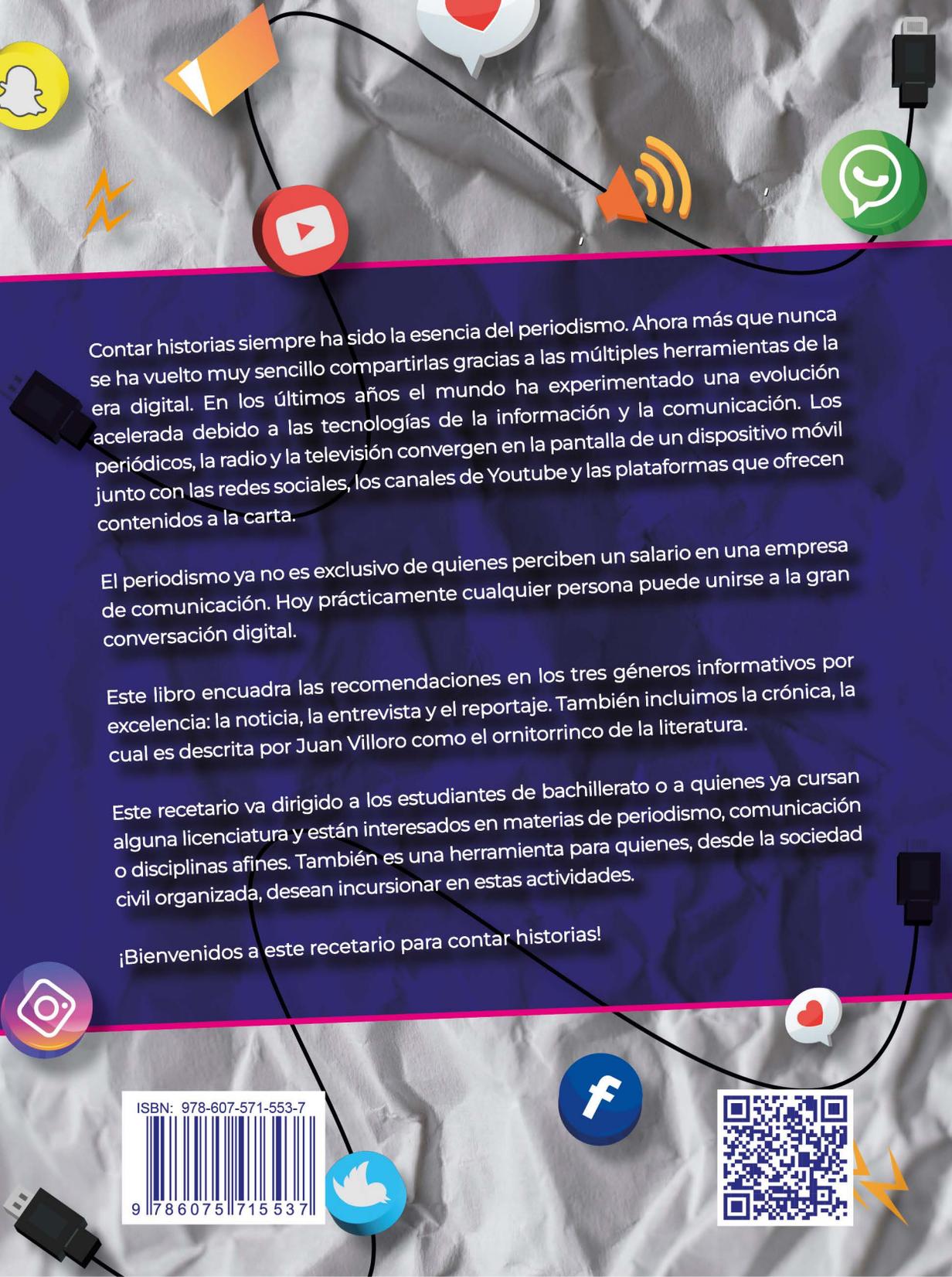
Recetario para contar historias.

Una ruta para estudiantes en la realización de productos periodísticos

se terminó de editar en julio de 2022
en el Sistema de Universidad Virtual
Avenida La Paz 2453, Col. Arcos Vallarta
Guadalajara, Jalisco, México

Esta edición consta de 1 ejemplar

Editado en la Unidad Editorial de la Coordinación de Recursos
Informativos de UDGVirtual: Sergio Alberto Mendoza Hernández,
corrección de estilo y cuidado editorial;
Omar Alejandro Hernández Gallardo, diagramación y diseño de portada;
Myrna Angélica Aceves Velázquez, diseño de infografías e ilustraciones



Contar historias siempre ha sido la esencia del periodismo. Ahora más que nunca se ha vuelto muy sencillo compartirlas gracias a las múltiples herramientas de la era digital. En los últimos años el mundo ha experimentado una evolución acelerada debido a las tecnologías de la información y la comunicación. Los periódicos, la radio y la televisión convergen en la pantalla de un dispositivo móvil junto con las redes sociales, los canales de Youtube y las plataformas que ofrecen contenidos a la carta.

El periodismo ya no es exclusivo de quienes perciben un salario en una empresa de comunicación. Hoy prácticamente cualquier persona puede unirse a la gran conversación digital.

Este libro encuadra las recomendaciones en los tres géneros informativos por excelencia: la noticia, la entrevista y el reportaje. También incluimos la crónica, la cual es descrita por Juan Villoro como el ornitorrinco de la literatura.

Este recetario va dirigido a los estudiantes de bachillerato o a quienes ya cursan alguna licenciatura y están interesados en materias de periodismo, comunicación o disciplinas afines. También es una herramienta para quienes, desde la sociedad civil organizada, desean incursionar en estas actividades.

¡Bienvenidos a este recetario para contar historias!

ISBN: 978-607-571-553-7



9 786075 715537

