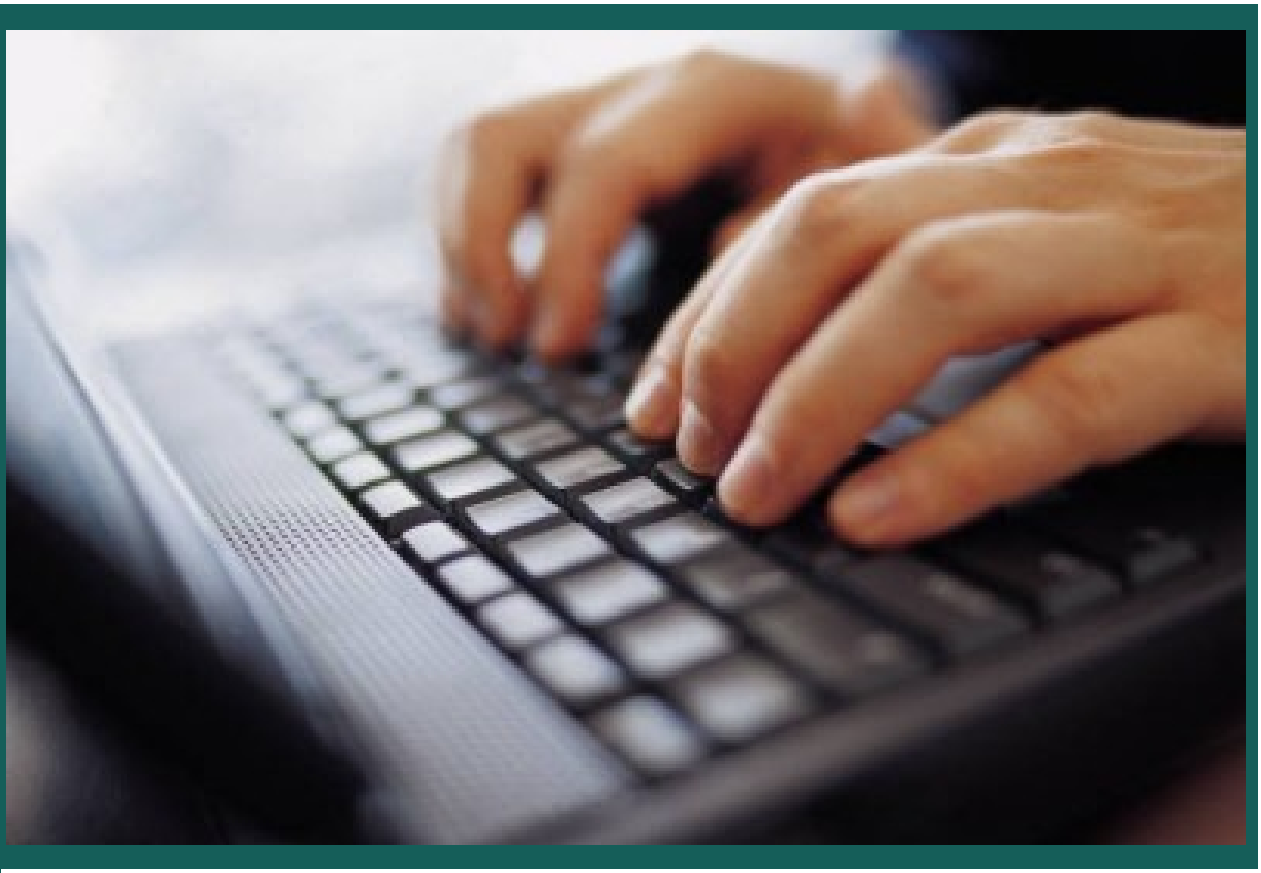
Colección "Producciones Radiofónicas en Derechos y Ciudadanía"

Guía 3



10 pasos para redactar una Nota Radiofónica

Guía sobre el género periodístico

Una producción de Radialistas Apasionadas y Apasionados con el apoyo de HIVOS

Índice

1- Primer paso: seleccionar la fuente

2- Segundo paso: verificar la información

3- Tercer paso: completar la información

4- Cuarto paso: decidir el tipo de nota
- · Nota simple
- · Nota ampliada
- · Nota documentada
- · Nota con efectos

5- Quinto paso: lograr una entrada atractiva

6- Sexto paso: desarrollar el cuerpo de la nota

7- Séptimo paso: encontrar un cierre atractivo

8- Octavo paso: aplicar estas normas de redacción
- · Sugerencias para lograr un estilo más claro en las notas de prensa.
- · Sugerencias para lograr un estilo más conciso en las notas de prensa.
- · Sugerencias para lograr un lenguaje más inclusivo en las notas de prensa.

9- Noveno paso: locutar la noticia

10- Décimo paso: ubicar la nota en el noticiero

Créditos

Esta guía forma parte de la Colección “Producciones Radiofónicas en Derechos y Ciudadanía” y se producen en el marco del proyecto “Radioteca Derechos y Ciudadanía” realizado por la Fundación Radialistas para el Desarrollo Social (Radialistas Apasionadas y Apasionados) en colaboración con HIVOS.

Todas las guías se publican con licencias libres Creative Commons 4.0 por lo que pueden ser copiadas, distribuidas y utilizadas citando la fuente. Las obras derivadas están autorizadas siempre y cuando se distribuyan con la misma licencia “Atribución-Compartir Igual”.

Código de proyecto: RO-SAM at HO-1007303
Redacción: José Ignacio López Vigil
Diagramación: Santiago García Gago
Imagen portada:
https://www.flickr.com/photos/95175310@N08/
Icon Set: Aleksandra Wolska. http://olawolska.com/

Quito, Ecuador. Julio, 2014.

Radioteca: Red Social de Radialistas
http://radioteca.net

Radialistas Apasionadas y Apasionados
http://radialistas.net

Hivos: People Unlimited
http://hivos.org/

Derechos compartidos
Creative Commons 4.0
¡Copia, distribuye,difunde!

Introducción

Las organizaciones sociales que trabajan derechos no sólo producen spots, radioclips u otros formatos del género dramático. También deben muchas veces elaborar notas informativas, ampliadas, resúmenes de prensa, sobre sus actividades o eventos en que participan. El objetivo de esta guía es facilitarles el trabajo a quienes deben redactarlas con algunos tips tan sencillos como útiles.

En cuanto a las emisoras, día a día se ven enfrentadas al desafío de hacer dos y tres emisiones informativas, además de los boletines y los avances noticiosos. Aunque con una buena experiencia acumulada, no les vendrá mal a los colegas y las colegas radialistas recorrer estos diez pasos para redactar una noticia atractiva y radiofónica.

¡Que les rinda!

José Ignacio López Vigil
Radialistas

LA NOTICIA

El género periodístico abarca muchos formatos. En esta guía vamos a trabajar con el más sencillo de todos, la NOTICIA.

Así que, lo primero que tenemos que hacer es definir QUÉ ES una noticia.

Tres características son indispensables en esta definición:

1) HECHOS

El género periodístico trabaja con la realidad. No se trata de ficción, como en el género dramático. Los *hechos* han ocurrido, son ciertos, no los inventamos.

Las *declaraciones* también son noticia. Lo que dijo una autoridad, lo que anunció un dirigente, las denuncias de la ciudadanía. Igualmente, los *datos* constituyen material informativo. Una estadística novedosa, los resultados de una investigación, una encuesta.

Hechos, declaraciones, datos. Elementos reales y confirmables. Sin ellos, no hay noticia.

2) ACTUALES

¿Cuál es la diferencia entre un periódico y un libro de historia? La actualidad de los hechos que se relatan en el primero.

La noticia exige que los hechos hayan ocurrido recientemente. Y mientras más recientes, más noticiables serán.

También podemos informar sobre lo que va a pasar. Por ejemplo, una reunión de UNASUR que se acerca, las próximas elecciones, un paquetazo económico que ya se anuncia.

Por su misma actualidad, la noticia se vuelve un artículo perecedero, igual que una caja de tomates. Una noticia hoy es probable que deje de serlo mañana. Su ciclo de vida es breve. Nuevos hechos ocupan el sitio de los anteriores.

3) DE INTERÉS COLECTIVO

El interés colectivo es muy variado. Hay quien se interesa más por la política, por la economía, la cultura, los deportes o la ecología, incluso por los sucesos y notas policiales.

También el interés depende de la proximidad de las informaciones. Nos interesan más los hechos más cercanos a nosotros. De ahí surgen las secciones de noticias locales, regionales, nacionales, internacionales.

En cualquier caso, el interés colectivo se refiere a la cantidad de personas afectadas por un hecho. Una ley que regule las aduanas del país beneficia a la ciudadanía y perjudica a los contrabandistas. Para bien o para mal, todo el mundo quedan afectado por esta disposición. La subida del precio de la gasolina preocupa a la colectividad, mientras que un eventual impuesto aplicado a los perfumes franceses irritaría a un pequeño sector social. Esto último es menos noticiable, porque es *menos importante* para la gran audiencia.

A veces, se confunde el interés con la *curiosidad*. Las noticias de farándula, los chismes de políticos, mucha crónica roja (con morbo incluido) captan la atención de la audiencia aunque no tengan mayor relevancia para la colectividad. Estas “noticias” pueden estar presentes en un informativo, pero no pueden ocupar los titulares. Son relleno.

Juntemos ahora las tres características para lograr una definición de noticia:

NOTICIA ES EL RELATO DE UN HECHO ACTUAL DE INTERÉS COLECTIVO

Decimos “relato” porque la noticia no es el hecho mismo, sino la versión que hace de ese hecho quien informa.

Ese es nuestro desafío: aprender a relatar, capacitarnos para elaborar una noticia.

https://www.flickr.com/photos/marina-silva/

DIEZ PASOS PARA REDACTAR UNA NOTICIA RADIOFÓNICA

1- PRIMER PASO: SELECCIONAR LA FUENTE

En la mayoría de los casos, periodistas o reporteros de un medio de comunicación no han sido testigos presenciales de los hechos que van a relatar. Por ello, tienen que recurrir a diversas fuentes de información.

Le llamamos “fuente informativa” a una persona o una institución que brinda datos o declaraciones para elaborar noticias (u otros formatos periodísticos).

¿A qué fuentes recurrir? Muchas emisoras leen ante el micrófono las notas que aparecen en el periódico de la esquina. Aprovechar la información que traen los periódicos nacionales y provinciales está muy bien. Limitarnos a ellos empobrecería nuestros noticieros.

Veamos. En el ámbito nacional, cubriremos las fuentes oficiales (Palacio de Gobierno, Parlamento, ministerios y alcaldías, Corte de Justicia, autoridades de los gobiernos locales) y tendremos que asistir a las tediosas ruedas de prensa a las que nos invitan. Pero no podemos conformarnos con esto.

Enviaremos a nuestros reporteros y reporteras a cubrir lo que no cubren los otros medios: la información de las organizaciones populares, de las juntas de vecinos, comunidades, barrios, ONGs, asociaciones de consumidores, de mujeres, de Derechos Humanos, medioambientalistas, así como sindicatos y partidos de oposición.

Los enviaremos también para que zapateen los hospitales, los cuarteles y todos los lugares de sucesos. La variedad de fuentes nos garantizará una selección de información más plural y balanceada.

¿Y qué hacemos para cubrir aquellos lugares de nuestra zona de cobertura a donde no llegan nuestros reporteros y reporteras? Trabajar con una red de corresponsales. Corresponsales de campo y de ciudad, hombres y mujeres, profesionales o no, pagados o voluntarios. Los corresponsales nos enviarán sus notas por celular, por correo electrónico, por la vía más rápida que dispongan.

En el campo internacional también podemos tener corresponsales en otros países, personal de emisoras amigas. Pero trabajaremos, sobre todo, con agencias de noticias. En internet disponemos hoy de una amplísima cantidad de servicios informativos. Los seleccionaremos sabiendo que cada uno responde a determinados intereses políticos y económicos.

Ahora bien, aunque tengamos a nuestro alcance todas las fuentes posibles, una meta central de nuestra radio será convertirse *ella misma* en fuente informativa. Que ofrezcamos primicias. Que a través de un periodismo investigativo pongamos temas y hechos en agenda.

En una noticia, siempre que se pueda, debe citarse la fuente. A veces, sin embargo, esto no es posible porque pondría en riesgo al informante. Esta reserva de la fuente está garantizada por las leyes.edad, su color, su capacidad económica o su discapacidad física.

2- SEGUNDO PASO: VERIFICAR LA INFORMACIÓN

Ya dijimos que la noticia no es el hecho, sino su versión. El hecho, en sí, es objetivo. Pero cualquier relato que se haga del mismo nos sitúa en el terreno de la subjetividad del relator.

En el mundo periodístico siempre hablamos de "ser objetivos". Desde luego, la objetividad total no es posible porque somos humanos, somos "sujetos" y, por lo tanto, nuestra version de los hechos siempre tendrá un margen de subjetividad.

Ser objetivos consiste en reducir lo más posible ese margen. La mayor objetividad se consigue verificando la información. Y esta verificación supone estas cuatro responsabilidades periodísticas:

- **Comprobar los hechos.** Aquí no caben especulaciones ni rumores ni me dijeron tal cosa. El primer deber de un reportero y de un corresponsal es asegurar la exactitud de los datos, que estén bien confirmados. La credibilidad de la audiencia está en relación directa a la veracidad de la información. Y la veracidad no es otra cosa que la *verdad probada.*

- **Mantenerse fiel a los hechos.** No hay que abultar las cifras ni exagerar los datos, decir lo que no es ni dejar de decir lo que es. No se pueden tergiversar los hechos. No confundamos información con propaganda. Propaganda es decir lo que queremos que pase, no lo que en realidad pasa. Nada más lejano de la honestidad periodística. Y no es cuestión de neutralidad porque nuestra emisora tiene una opción en favor de las causas populares, de respeto por los Derechos Humanos. Un periodista relata lo que ocurre con el corazón caliente pero la cabeza fría.

Contrastar la información. Cada testigo tiene su versión y cada fuente sus intereses. Así pues, resulta indispensable utilizar más de una versión de los hechos, consultar más de una fuente independiente de la otra. Cuando el hecho es complejo, no te conformes con la primera versión. Cuando es conflictivo, no te conformes con una de las dos versiones. Entrevista a los obreros despedidos y al patrón que los despidió. Reporta desde la bancada oficialista y desde la oposición. Graba las dos versiones, las tres, las que existan. Para el buen periodista todas las fuentes están siempre bajo sospecha y todas han de ser contrastadas. El pluralismo es un apodo bastante seguro de la objetividad.

Separar hechos de comentarios. El público tiene derecho a saber cuándo se trata de una cosa y cuándo de otra. Ambas funciones periodísticas -informar y opinar- son igualmente válidas y deben ejercitarse. Pero no mezclarse.

3- TERCER PASO: COMPLETAR LA INFORMACIÓN

Aunque estemos redactando una nota simple, ésta debe estar completa. Esto quiere decir que en ella se recogen los datos básicos del hecho noticioso.

El contenido de la nota simple responderá con precisión a las tan conocidas preguntas que registran todos los manuales de prensa.

En inglés, estas cinco preguntas resultan fáciles de recordar porque todas llevan la W como letra inicial:

¿QUÉ? (what)
Esta primera pregunta, infaltable, constituye la esencia misma de la noticia y suele ser la más empleada para los encabezamientos. Da cuenta de un hecho o una declaración. *¿Qué pasó? ¿Qué se dijo? ¿Cuáles son los acontecimientos?*

¿QUIÉN? (who)
El sujeto que hace o padece el hecho. *¿Quién hizo, quién dijo? ¿A quién le hicieron, a quién le dijeron?* Los actores de la noticia serán identificados por sus nombres y otros datos que permitan ubicarlos (cargos, procedencia, representación).

¿CUÁNDO? (when)
El tiempo. *¿Cuándo ocurrieron los hechos, qué día, a qué hora?* O cuándo van a ocurrir, si se trata de informar sobre un acontecimiento previsible.

¿DÓNDE? (where)
El espacio. *¿En qué lugar ocurrieron los hechos, país, ciudad, localidad, calle, esquina, casa?* O en qué lugar van a ocurrir, si se trata de un hecho previsible.

¿POR QUÉ? (why)

Los cosas no pasan porque sí. Tienen causas. Sin esta quinta pregunta, viviríamos en el reino del absurdo. No habría historia (concatenación de hechos), sino azar (yuxtaposición de hechos). El porqué nos brinda las razones que explican los hechos. Aparece muerto un magnate brasileño en su lujosa casa. Puede ser un infarto o un suicidio o un asesinato. En esta última posibilidad, puede ser un atentado terrorista, una venganza sentimental o un ladrón que se coló por la ventana.

El *porqué* no es lo mismo que el contexto. La quinta pregunta resuelve las causas inmediatas de lo que ocurre. El *contexto*, como veremos, tiene otra dimensión.

Muchos autores añaden una sexta pregunta, el **CÓMO (how)**, la manera de producirse el hecho, las circunstancias del mismo, sus datos complementarios. En radio, los detalles son particularmente importantes. Con ellos, podemos describir y hacer ver la información. *¿Cómo pasaron los hechos? ¿El magnate fue baleado o apuñalado, estaba tirado en la cama o en el piso, en pijama o todavía con la corbata del último cóctel?*

Dado que en castellano no tenemos las **W** como recurso mnemotécnico, convengamos en 6 preguntas necesarias para el contenido de una nota simple: **QUÉ, QUIÉN, CUÁNDO, DÓNDE, POR QUÉ Y CÓMO.**

Esto no significa que la redacción de la nota siga este orden ni que las 6 preguntas tengan siempre la misma importancia. Por ejemplo, el *cuándo* puede resolverse con una palabra (ayer) o puede llegar a ser el elemento decisivo de la información (¿cuándo terminará el bloqueo de Estados Unidos contra Cuba que se prolonga desde hace más de medio siglo?). Lo mismo pasa con las demás preguntas.

Con mucha frecuencia, ocurre que el reportero no tiene todos los datos para responder a todas las preguntas. ¿Qué hará, esperará a completarlas para sacar la noticia al aire? De ninguna manera. Lo incorrecto es falsear los datos, no desconocerlos. En un primer *flash*, adelantaremos recientes denuncias contra Gardasil, la vacuna para prevenir el cáncer del cuello uterino. Luego señalaremos a Merck, la farmacéutica responsable, y las protestas crecientes contra ella. Y por último, daremos a conocer los peligrosísimos efectos de esta vacuna fabricada con sales de aluminio que afectan al cerebro. Y podremos mencionar la extraña complicidad de tantos Ministerios de Salud que obligan a inyectarse a miles de niñas y adolescentes con un medicamento que no sirve para nada.

4- CUARTO PASO: DECIDIR EL TIPO DE NOTA

Distingamos cuatro tipos de notas periodísticas. Combinándolas bien, daremos variedad a nuestros informativos.

Nota simple

Es la que acabamos de ver, la que completa las 5 ó 6 preguntas básicas de un hecho informativo (qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo). En la mayoría de los casos, dos o tres párrafos serán suficientes para resolver estas preguntas.

Una nota simple puede durar entre 20 y 40 segundos. Digamos que en un noticiero, para mantener su buen ritmo, predominarán las notas simples.

Nota ampliada

Para las principales noticias del día y para aquellas de difícil interpretación, utilizaremos las *notas ampliadas* o contextuadas. Supongamos que el gobierno quiere privatizar la empresa petrolera. Un momento. ¿Qué hay detrás de eso? ¿Cómo un recurso natural no renovable se entrega a los extranjeros? ¿Qué relación hay entre este negocio y la deuda externa del país?

En acontecimientos así, el *porqué* se vuelve más opaco y remite a causas segundas y mediatas. O el *cómo* tiene más entretelones que los que el gobierno deja ver. O el *quién* se oculta y conviene develarlo. Hay que ampliar la información. Hay que situarla en un contexto para que pueda ser comprendida por el público.

Pongamos un ejemplo. En esta temporada estamos recibiendo una gran cantidad de noticias sobre Ucrania, un país del que no sabíamos mucho. Noticias preocupantes. Muertos, atentados, sanciones, referéndums para dividir el país, Rusia apoyando a los separatistas, Europa y Estados Unidos apoyando al gobierno de Kiev. Un panorama confuso para la mayoría de nuestros oyentes.

¿En qué consiste ampliar o contextuar una noticia?

Situar geográfica o históricamente los hechos. Por ejemplo, ¿quién sabe dónde queda la península ucraniana de Crimea, recientemente unida a Rusia? ¿En el Mar Negro o en el Caspio o en el Egeo? No basta mencionar un lugar, hay que ubicarlo, relacionarlo con países vecinos. Ucrania está al este de Europa y hace frontera con Rusia.

Relacionar un hecho con otros. Los colores se aprecian por contraste y las noticias también. Detrás de los intentos separatistas de algunas provincias de Ucrania, hay intereses económicos. No hay que olvidar que Rusia es el principal suministrador de gas para Europa. Si Rusia cierra el grifo, Europa se muere de frío en invierno. Y casi todo ese gas pasa por Ucrania.

Revelar otras causas. Hay razones que no se dicen, que se ocultan o se olvidan. Para comprender lo que ocurre en Ucrania, hay que entender que Europa quiere romper la dependencia del gas ruso. Y ahí entran en juego las empresas estadounidenses de gas que ven en este conflicto una excelente oportunidad para venderle gas a Europa.

Complementar la información. Un archivo de prensa actualizado nos permitirá enriquecer con otros datos la noticia y comprender mejor sus alcances. En el ejemplo anterior, conviene saber que Estados Unidos no tiene muchas reservas de gas en su territorio. Pero puede hacer "fracking" (técnica de perforación para sacar gas del subsuelo inyectando agua, arena y químicos). Esta "fractura hidráulica", además de contaminar la tierra, libera a la atmósfera grandes cantidades de metano, mucho peor que el dióxido de carbono de los autos.

Prever consecuencias de los hechos. No es cuestión de bolas de cristal ni de jugar a la política-ficción. Pero un buen periodista anda con luces largas y con ellas puede anticipar determinadas reacciones de quienes hacen o padecen los hechos. Las empresas gringas (es decir, el gobierno USA) no van a quedarse de brazos cruzados ante un negocio tan jugoso. Una "guerra del gas" es probable.

En una nota ampliada no tenemos que abrumar con datos y más datos. Los podemos ir escalonando, incluyendo poco a poco, según avance una situación conflictiva.

Contextuar no equivale a comentar. Los comentarios implican una toma de posición frente a los hechos. Los contextos, más bien, refieren a la corriente del *periodismo interpretativo* que da elementos de juicio para que el oyente saque sus propias conclusiones.

¿Cuánto dura una nota ampliada? Un par de minutos suele ser suficiente. Pero esto depende de los niveles de instrucción del promedio de tu audiencia. Habrá oyentes que no sepan siquiera que Ucrania es un país y piensen en la hija de la vecina que así se llama. Ahora bien, en una noticia no puedes llenar lagunas informativas de muchos siglos ni conseguirás explicar la maraña del mundo en que vivimos. No le pidamos a la humilde nota de prensa lo que ella no puede dar. Si la información fuera muy compleja, ¿por qué no la trabajas en otros formatos más holgados de tiempo? A más de esbozarla en una nota ampliada, puedes dedicarle un editorial o un reportaje.

Nota documentada

Abrimos el periódico y nuestros ojos se van, rápidamente, hacia las fotografías. Nos ganan la atención. Nos ganan también la credibilidad. Una foto es la mejor prueba de que las cosas relatadas ocurrieron así.

El equivalente de una noticia con foto en la prensa escrita es la noticia con audio en la radio, la que llamaremos *nota documentada*. Esta consiste en incorporar al texto elaborado por el periodista las palabras de un testigo o testiga de los hechos o las declaraciones de un protagonista de la noticia.

Estos *clips* o *insertos* permiten mucha variedad de voces en el espacio informativo, abrillantan la noticia y, sobre todo, afirman su veracidad. Los pequeños fragmentos pueden tomarse de entrevistas realizadas por el personal de radio, o grabar audio de otras emisoras, de la televisión o del internet.

Por definición, los clips son breves. Puede insertarse una frase de tres o cuatro segundos, puede incluirse un corte de veinte. En general, es mejor dos o tres cortes breves a lo largo de una nota que uno muy extenso.

Un error típico en las notas documentadas es que el periodista se adelanta a lo que va a decir el testigo o la testiga, empleando, a veces, las mismas palabras de éstos. Doble pesadez: para el oyente, que escucha repetida la información, y para el declarante, suplantado por el periodista, que queda como tonto. No olvides que la novedad de la información corresponde al declarante. Después del inserto, el periodista ampliará la noticia con otros datos, sin repetir lo que todos acaban de escuchar.

Nota con efectos

No hablamos de *notas dramatizadas* porque el drama es género de ficción. La *nota ilustrada* con efectos que aquí proponemos no nos saca del terreno periodístico ni de su exigencia de veracidad.

¿Podemos dar informaciones utilizando la totalidad del lenguaje radiofónico (palabras, efectos, música) o debemos limitarnos a la voz humana? Es decir, ¿podemos ambientar las noticias con ruidos y fondos musicales, inclusive con pequeñas escenas, sin atentar contra la responsabilidad periodística y sin minar la credibilidad de la emisora ante la audiencia? Pensamos que sí. ¿Por qué no? ¿Quién estableció que la noticia seca y sobria resulta más verdadera? Una cosa es el sensacionalismo y otra muy distinta la sensación.

Comencemos por los efectos. Podemos incorporar la voz de la naturaleza en la transmisión de noticias, siempre y cuando los escenarios sonoros sean coherentes con lo acontecido. Pon sonido de agua si la noticia es sobre pescadores. Pon ruido de motores si se trata de una construcción. Chirridos de llantas en un accidente. Y que no falten las bullas del estadio en las notas deportivas.

¿Riesgo de manipulación? Como en todos los relatos informativos. No diremos que hubo miles de manifestantes si solo eran doscientos. Tampoco ambientaremos con efecto de diluvio si apenas cayeron tres gotas.

En cuanto a la música, se requiere una distinción, dado que unas *describen* y otras *comentan*. Por ejemplo, entra una noticia de Brasil y le doy paso con unos acordes de samba. O con las primeras notas del himno nacional brasilero. Se casa Juan con Juana y pongo de fondo la marcha nupcial. Llega el Papa a tal país y arropo la nota con música gregoriana. Viaja un nuevo satélite rumbo a Júpiter y pido prestado a Tomita su orquesta planetaria. No hay problema, estoy enriqueciendo la información, haciéndola más radiofónica.

La nota también puede ilustrarse con breves bocadillos o dialoguitos actuados. Obviamente, no puedo incluir una escena larga que rompería el ritmo informativo. Tampoco debo inventar lo que no se dijo o falsificar voces de personajes públicos haciéndolas pasar como reales. Pero sí puedo echar mano de voces anónimas, frases ambientales que permiten imaginar cómo ocurrieron los hechos. Si informamos sobre un accidente, además del chirrido de llantas, la nota ganará en intensidad oyendo la recomendación angustiada que le hizo la mujer al chofer antes de salir:

—¡No corras, por Dios, piensa en tus hijos!

Actualmente, en la televisión se presentan algunas informaciones reconstruyendo los lugares donde ocurrieron los hechos con personajes y maquetas. ¿Por qué no podemos hacer lo mismo en radio? Nadie lo impide. Televidentes y radioescuchcas saben distinguir las escenas ficticias de las reales.

Esto no quiere decir que, de ahora en adelante, todas las notas serán con efectos. O todas ampliadas. O todas documentadas. Muchas serán notas simples, sin mayor creatividad. Otras, en cambio, las trabajaremos con la riqueza del lenguaje radiofonico. En la variedad está el gusto. Y en la rutina el disgusto.

5- QUINTO PASO: LOGRAR UNA ENTRADA ATRACTIVA

En prensa escrita, la mayoría de las noticias llevan un titular. En muy pocas palabras hay que dar a conocer la esencia de lo ocurrido. Según su contenido, se destacará el *qué* (Satélite boliviano Túpac Katari puesto en órbita), el *quién* (Periodista hondureño asesinado), el *cuándo* o el *dónde* (Mañana pagarán bono navideño). Aunque los estilos cambian según el tipo de periódico, desde el más sobrio hasta el más sensacionalista, la función del titular siempre es la misma: enunciar el contenido de la nota.

Muy distinta es la función del titular radiofónico. En realidad, más que de título, en radio deberíamos hablar de encabezamiento atractivo, expresión gancho, golpe de efecto, anzuelo. La primera frase de la noticia radiofónica busca captar la atención del oyente. Por ejemplo, la anterior información sobre el satélite boliviano podría entrar con el clásico 10, 9, 8, 7... y un EFECTO DE COHETE DESPEGANDO.

Veamos diferentes clases de entrada a la nota radiofónica:

- *Con una interrogación:* ¿A cuánto se venden los niños, y sobre todo las niñas, en República Dominicana?

- *Con una admiración:* ¡Sube y sube más el ya subido precio de la gasolina!

- *Con una frase ingeniosa:* El machismo hay que cortarlo de raíz, parece haber dicho la ecuatoriana Lorena Bobbitt, cuando tomó un cuchillo de cocina y se acercó a su marido desnudo…

- *Con una cita directa:* Me acusan de intolerante. De hecho lo soy: no tolero que el Estado caiga en manos de las mafias, dijo Gustavo Petro, alcalde de Bogotá.

- *Con una cita célebre:* Y los sueños, sueños son, como decía Calderón de la Barca, y como ahora repite el equipo mundialista de Brasil tras su derrota contra...

• *Con un refrán:* Quien mal anda, mal acaba. Ciudad de México. El conocido narcotraficante Joaquín El Chapo Guzmán, jefe del cártel de Sinaloa, fue apresado ayer…

• *Con un refrán conocido y volteado:* Donde manda capitán, no manda Carlos Menem. Buenos Aires. El ex presidente argentino, responsable de la catástrofe económica de su país, es requerido por la justicia…

• *Con una descripción:* Casas de cartón, polvo y viento, sin agua, sin luz, sin dispensario médico, tal vez sin esperanza. En el barrio Acahualinca, junto al lago de Managua…

• *Con una narración:* Fue a la comisaría a poner la denuncia. Al entrar, ella no imaginaba encontrarse con el mismo rostro que vio la noche anterior, pero ahora con gorra de policía…

• *Con un retrato:* Julián Viteri, 24 años, graduado en derecho por la Universidad San Marcos, desempleado, conduce un taxi destartalado por las amplias avenidas de Lima…

• *Con un puente entre locutores:* Nos trasladamos del sertao de Brasil a las alturas de la ciudad de La Paz. Nuevos impuestos al gas de cocina y también nuevos precios al transporte público…

• *Con frases de urgencia periodística:* Interrumpimos nuestro espacio para un despacho de último minuto... Conexión inmediata con nuestro corresponsal en… Nos llega un cable con una sorprendente información desde… En la pantalla del computador estamos viendo la multitudinaria marcha de los estudiantes en Santiago de Chile… ¿Qué pasa en la Puerta del Sol de Madrid? ¡Adelante móvil!…

• *Con un efecto de sonido:* La nota puede encabezarse con cualquier ruido referido a la información que se va a tratar, con tal que sea bien identificable. Un efecto bien seleccionado abrillanta la entrada más simplona. Por ejemplo: Más aviones para Honduras. Si la reforzamos con ruidos de aviones aterrizando, llamará la atención del oyente.

• *Con una música descriptiva:* También podemos abrir la nota con una cortina típica de la región donde suceden los hechos o unos acordes del himno nacional de dicho país.

En fin, hay muchísimas formas no convencionales para iniciar una nota radiofónica. Todas valen. Usar unas u otras depende de los contenidos informativos. O de la inspiración que tenga el redactor o a redactora en el momento. También es válido el titular clásico (Mañana se inician las clases). Y también podemos comenzar algunas informaciones menos importantes sin ningún encabezamiento especial, sin pretender originalidad en todas y cada una de las notas del boletín o del noticiero.

https://www.flickr.com/photos/municipiopinas/

6- SEXTO PASO: DESARROLLAR EL CUERPO DE LA NOTA

En el periodismo escrito, después del titular viene el famoso "lead". Se trata del primer párrafo de la nota, el párrafo líder, donde deben quedar respondidas las famosas cinco preguntas *(qué, quién, cuándo, dónde y por qué)*. Los detalles, el *cómo*, pueden desarrollarse en los siguientes párrafos, que constituyen el *cuerpo* de la nota, y que se redactarán en orden decreciente, según la norma universal de la "pirámide invertida".

La técnica del *lead* y de la *pirámide invertida* resultan muy útiles para el lector de un periódico que da un vistazo a los titulares, se detiene en aquel que le interesa, lee apenas el primer párrafo, pasa la página, si alguna noticia realmente capta su atención, la lee completa. Con el periódico, vas armando tu propio noticiero, tú eliges, adelantas o retrocedes, vuelves a leer un texto que no entendiste.

Nada de esto podemos hacer en radio. El oyente no puede apremiar al locutor para que abandone una noticia y lea la siguiente. Por esta simple razón, en radio no tiene ningún sentido el empleo de *leads* ni *pirámides*.

Tal vez la mejor referencia para explicar cómo debe desarrollarse el cuerpo de la nota radiofónica es la manera de dar las noticias en nuestra vida cotidiana. Estamos esperando el bus y un ratero se precipita sobre nosotros y nos roba la cartera sin que valgan gritos ni forcejeos. Llegamos a casa furiosos y urgidos por compartir con la familia lo ocurrido. ¿Cómo hacemos? Comenzamos por lo fundamental: *¡Me robaron, un tipo me llevó la cartera con todo el sueldo!* Luego van saliendo los detalles, mezclando el orden lógico con el cronológico. Unos se van enlazando con otros, repetimos que el ladrón era un muchacho blanco, con barba y casaca de cuero, confirmamos la hora del robo y la parada del bus donde estábamos, vamos explicando cómo sucedieron los hechos.

Todos los elementos son igualmente importantes, si están bien contados. No nos preocupamos en ir de más o menos, como en la nota escrita, ni de menos a más, como en la crónica o los formatos dramáticos, sino de mantener una intensidad constante según avanza el relato. Así será el *cuerpo* de la nota radiofónica, todo llamativo. Como cuando uno desliza la vista por un cuerpo hermoso, bien proporcionado, de la cabeza a los pies.

https://www.flickr.com/photos/iicd/

7- SÉPTIMO PASO: ENCONTRAR UN CIERRE ATRACTIVO

Vamos a los pies. Al cierre de la nota. La mayoría de las noticias no tienen cierre, simplemente terminan. En muchos casos, ésta puede ser la mejor solución, dado que la entrada de la siguiente nota despertará nuevamente el apetito informativo del radioescucha.

Algunas noticias, las principales o las más pintorescas, sí pueden adornarse con alguna frase de cierre. Los mismos recursos que inventariamos para las entradas valen también para las salidas: la cita de un testigo, un refrán adecuado, un elemento descriptivo, un dato humorístico, un detalle ingenioso.

El cierre es particularmente útil para darle algo de contexto a las notas simples. Entiéndase bien: no es cuestión de rematar con una de esas mal llamadas preguntas educativas (¿no les parece que todo delito debe ser castigado?) ni tampoco de contrabandear nuestra opinión. Como ya explicamos, nada ayuda más a comprender una información que adosarle otros elementos que no se dicen, que se ocultan o se han olvidado.

Esos datos, situados brevemente al cierre, permiten ver el trasfondo de la noticia. Por ejemplo, ocurre un accidente de tráfico en una ruta abandonada. Puedo relatar el hecho, así sin más. Puedo también dar elementos para que el oyente comprenda mejor la situación. La nota cambiará bastante si añado esta coletilla al cierre: Desde hace cinco años, el gobierno no ha invertido un peso en arreglar las carreteras del país.

En la información internacional, se vuelven más interesantes estos datos interpretativos. Por ejemplo:

• El presidente de Nicaragua, comandante Daniel Ortega, envió un mensaje en conmemoración del Día Internacional de la Mujer, destacando la dignidad alcanzada por las mujeres durante su gobierno. Conviene recordar que el comandante Ortega está acusado de violar a su hijastra Zoilamérica desde que ésta tenía diez años...

• El Papa Juan Pablo II predicó sobre los derechos humanos en su última visita a Haití. Recordemos que el Vaticano, bajo su pontificado, fue el único estado que apoyó el sangriento golpe de estado de Raoul Cedrás contra el presidente Aristide en septiembre de 1991.

Los hechos hablan por sí mismos. Sobran los comentarios.

Contextuar, muchas veces, es recordar. Basta una línea al cierre, una frase que traiga a colación otros hechos del pasado que iluminan los del presente. Una frase dicha antes y contradicha después. Una promesa no cumplida. Un acto de corrupción cometido por quien ahora aparece como santo. Una estadística que desmiente la bella retórica.

Un suceso aparentemente desconectado que explica los móviles secretos de tal decisión. El periodista se convierte, así, en un relacionador de hechos, administrador de la memoria colectiva, quien periódicamente recuerda lo que pasó y presiente lo que va a pasar. Esto supone un archivo actualizado, funcional, para que el equipo de prensa sepa dónde encontrar rápidamente esos datos reveladores que serán colocados junto a los de la actualidad y darán una nueva dimensión a la noticia. Contextuar es comparar. Y dejar que el oyente concluya.

8- OCTAVO PASO: APLICAR ESTAS NORMAS DE REDACCIÓN

No pretendemos un *manual de estilo*. Ya hay muchos. Basten algunas pautas para facilitar la comprensión de las noticias radiofónicas.

La primera y sagrada norma del periodismo radiofónico es la *claridad*. En cualquier otra característica se puede fallar, menos en ésta. La mejor primicia, el más inteligente contexto, todos los recursos para hacer atractiva la nota no significan nada si el oyente se pierde, si no entiende lo que ha sucedido.

Sugerencias para lograr un estilo más claro en las notas de prensa:

• *Usa un lenguaje sencillo.* Huye como de la peste de esos sustantivos adjetivados que se combinan, por pura pedantería, con adjetivos sustantivados: *congestionamiento vehicular, accidente aviatorio, recuperación bursátil, siniestralidad creciente,…*

• *Evita palabras tan de moda como incorrectas: sumatoria, escogencia, receptar, avalizar, coherentizar, aperturar…* Otra ridiculez consiste en el uso de latinajos (*de motu proprio, sine qua non, ipso facto*…) o de inglesajos (tengo una *computer* con una *performance* muy *high*…).

• *Evita las muletillas: en otro orden de cosas, sobre el particular, en sendas declaraciones, valga la redundancia, por otra parte...*

• *Di el verbo decir.* Algunos hacen auténticos malabarismos para evitar la palabra decir. Usan y abusan de sinónimos: *manifestó, indicó, afirmó, explicó, subrayó, expresó, puntualizó, añadió, precisó, sostuvo, anotó, reiteró, concretó, enunció, profirió, reveló, externó…*

• *Redondea cifras y porcentajes.* Si son 478,600 toneladas de arroz, habla de *medio millón*. Si el 21.3% de la población vive en los cinturones de miseria, di mejor *uno de cada cinco*. En cuanto a los números ordinales, puedes llegar hasta el 20 (*vigésimo*). A partir de ahí, di el *veintiuno y el veintidós*.

• *Traduce las cantidades de moneda extranjera a la equivalencia nacional.* Haz lo mismo con unidades de peso y medida (millas por kilómetros, libras por kilos, etc).

• *Traduce las siglas*. ¿Quién sabe lo que es la OMS, el TLC o el G-8? Incluso en siglas muy conocidas (la ONU, los BRICS y la ex URSS) no te cuesta nada descifrar las iniciales y asegurarte que el público sabe a qué se refieren.

• *Prefiere nombres a pronombres.* Un pronombre distanciado del nombre crea confusión. Vale más repetir los nombres, el apellido o, al menos, el cargo o profesión de los protagonistas de la noticia.

• *Usa frases cortas.* Emplea muchos puntos y pocas comas. Declara la guerra a los parrafazos. Tampoco se trata de una sintaxis simplona. Para no caer en la monotonía, combina frases más breves con algunas más largas. Pero evitando siempre los incisos y las subordinadas.

• *Ordena la frase:* sujeto, verbo y complemento. No escribas: *Un nuevo decreto para regular la venta de bebidas alcohólicas decidió aprobar el Consejo Municipal.* Ni tampoco coloques la declaración antes del declarante: *Que no habrá más intervenciones de esta índole, declaró el Superintendente.* Si para leer ya resulta fastidioso, cuánto más para escuchar por radio y no saber al principio quién dice qué, ni al final qué dijo quién.

Sugerencias para lograr un estilo más conciso en las notas de prensa:

La segunda norma del buen estilo periodístico es la concisión. Concisión significa ahorro de palabras inútiles. Decir lo que se va a decir. Y punto.

• *Elimina los adjetivos.* Tal vez el vicio más arraigado en el lenguaje político consiste en adjetivar la posición contraria: *el insensible neoliberalismo, el socialismo obsoleto, la burguesía vendepatria, las ideologías foráneas, el inescrupuloso gobernante…* No nos referimos a los adjetivos descriptivos que ambientan el texto, sino a los que califican al hecho y sus actores. Tan tendenciosa como ineficaz, esta retórica resta objetividad al periodista.

• *Elimina los comentarios.* Guárdalos para otro momento, para el editorial, para una mesa de debate, para la radiorevista. Pero no cargues la nota con tus apreciaciones ni tomes posición sobre los hechos al interior del relato informativo. Esa mezcla afecta la concisión del estilo y erosiona la credibilidad de la emisora.

• *Prefiere las formas simples del indicativo a las compuestas.* Resulta más directo, más dinámico, decir *"el ministro renunció"* que *"el ministro ha renunciado"*. Suena mejor *"la expedición partirá el lunes"* que *"la expedición habrá partido el lunes"*.

• *Evita el lenguaje pasivo.* En vez de decir que *las tierras de Loma de Cabrera han sido tomadas por los campesinos*, di que *los campesinos tomaron las tierras de Loma de Cabrera*. En vez de *una conferencia será dictada por Pepito Pérez*, di que el tal *Pepito Pérez dictará una conferencia*. La forma pasiva no hace otra cosa que debilitar al verbo.

• *Evita las formas impersonales cuando sepas quiénes son los autores de los hechos. Se cancelan 2000 empleados públicos.* Estas formas indirectas pretenden ocultar a los responsables. *El gobierno cancela 2000 empleados públicos.* Obviando el *quién* de la noticia, la manipulamos. Sé preciso: menciona el crimen y el criminal.

• *¿Verbos en presente, verbos en pasado?* Algunos apuestan por el tiempo presente para subrayar la sensación de actualidad informativa. O prefieren el presente en los titulares y el pasado en el cuerpo de la nota. Lo cierto es que todos los hechos que relatamos ya ocurrieron y, por lo tanto, se sitúan en el pasado. Si los escribimos en presente es con la intención de destacarlos, de colocarlos en la actualidad. Pero, a su vez, si destacamos por igual todas las noticias, ninguna resaltará sobre las demás. Tal vez lo mejor sea variar presentes, pasados y futuros, tal como hacemos en las conversaciones cotidianas.

No confundamos *claridad* y *concisión*. Puedes ser conciso y no claro (*burgomaestre desfenestrado*). Puedes ser claro y no conciso (*el alcalde fue expulsado de la alcaldía por no cumplir sus funciones como alcalde*). Y puedes ser ambas cosas, claro y conciso, sin lograr, por ello, un buen puntaje en el estilo periodístico. Te falta una tercera característica, la *redacción inclusiva.*

Sugerencias para lograr un lenguaje más inclusivo en las notas de prensa:

En marzo 2012, el pleno de la Real Academia Española aprobó un informe llamado "Sexismo lingüístico y visibilidad de la mujer" en el que se critican las directrices de muchas guías (como esta que tienes entre manos) sobre lenguaje no sexista. El informe señala que *"si se aplicaran, no se podría hablar"*.

Según estos lingüistas (la inmensa mayoría son varones) el uso genérico del masculino para designar a los dos sexos *"está firmemente asentado en el sistema gramatical español"*.

Discrepamos de la Real Academia y de los lingüistas que anteponen la pureza del idioma a los derechos de las mujeres (que, por cierto, constituyen la mayoría de la población en todos los países de habla española).

Naturalmente, son siglos y siglos hablando y escuchando un lenguaje masculino. Es comprensible que nuestro cerebro esté acostumbrado, por no decir encallecido, a esa forma discriminadora de comunicarnos. Una forma que hace invisibles a las mujeres. Pero es solo cuestión de costumbre. Cuando ya vas domesticando la lengua, te resultará antipático aquel animador que saluda así a su audiencia:

> *—¡Bienvenidos, amigos que me escuchan! ¡En este programa todos van a concursar!*

¿Y las amigas? ¿No hay mujeres, chicas, en tu público?

Vamos a proponer algunas sugerencias sencillas y prácticas para lograr una redacción de noticias que incluya a mujeres y hombres.

• *Nombra siempre que puedas a los dos géneros:* mujeres y hombres, madres y padres, niños y niñas...

> *—Las ciudadanas y los ciudadanos de nuestro país...*

Ahora bien, por ahorro de palabras no caigas en la tentación de decir:

> *—Las y los ciudadanos de nuestro país...*

Los artículos no se desarticulan. Además de sonar horrible, esta fórmula sigue escondiendo a uno de los dos géneros. Explicita "las ciudadanas y los ciudadanos". ¿Qué te cuesta? ¿Una gota más de saliva? Pues está muy bien empleada para hacer visibles a las mujeres que nos escuchan.

• *Usa palabras generales para abarcar a los dos géneros:*

La palabra "*persona*" incluye a mujeres y hombres. La palabra "*juventud*" incluye a jóvenes de ambos sexos.

En lugar de...	**Puedes decir...**
—Los europeos	*—La población europea*
—Los trabajadores	*—El personal que trabaja*
—Los políticos	*—La clase política*
—Como muchos piensan	*—Como mucha gente piensa*
—Los habitantes	*—La población*

En cuanto a la palabra "todos" tenemos varias posibilidades:

—Todos y todas
—Todos, mujeres y hombres,
—Todo el mundo, toda la población, todo el vecindario

• *Feminiza las profesiones y los cargos ocupados por mujeres.* Es correcto decir:

—Presidenta, alcaldesa, ministra, concejala, médica, jueza, arquitecta, testiga, obispa, etc.

• *Evita el uso de pronombres masculinos cuando puedes sustituirlos por palabras como "quien" y "quienes"*. Por ejemplo:

—Los visitantes del parque	*—Quienes visitan el parque*
—El que habla demasiado	*—Quien habla demasiado*

• *Evita expresiones discriminadoras:*

—Es una mujer bien macha, tiene bien puestos los pantalones.
—Detrás de un gran hombre hay una gran mujer.
—¡Mujer tenía que ser!

Por supuesto, deja afuera los chistes y las canciones y los refranes machistas. No tienen cabida en la programación de una radio ciudadana.

• *Evita mentiras periodísticas:*

—Fue un crimen pasional... Di que fue un feminicidio.
—Una madre desnaturalizada abandona al fruto de su vientre... Di que fue una joven violada y menciona el nombre del violador.

• *Evita los "saltos semánticos":*

Un "salto semántico" consiste en poner a los varones como protagonistas de los hechos y a las mujeres como sus acompañantes. Por ejemplo:

> —*La sala estaba repleta de miembros del partido. También asistieron muchas mujeres.*

Lo correcto sería:

> —*La sala estaba repleta de hombres y mujeres, pertenecientes al partido.*

• *Visibiliza a las mujeres en estadísticas, encuestas, investigaciones.* Es decir, procura desagregar los datos por sexo. No es lo mismo la incidencia del VIH en la población masculina que en la femenina.

Las consecuencias de la minería no son lo mismo para los varones que para las mujeres (mujeres solas, familias rotas, prostitución, alcoholismo de maridos, etc).

• *No utilices la @*

> Para la locución este signo no te sirve de nada.

• *Y todo con buena educación.* Siempre nos enseñaron a poner delante a las otras personas. Por ejemplo:

> —*Mis colegas y yo iremos a...* No dices "yo y mis colegas".

De la misma manera, si eres varón pon siempre adelante a las mujeres. Y si eres mujer, pon delante a los varones:

> —*Las amigas y los amigos que nos escuchan...* (si es un locutor).

Estas sugerencias no buscan afear la forma de hablar, sino volverla más linda. No pretenden esclavizar el lenguaje, sino liberarlo. No se trata de caer en una obsesión lingüística y comenzar a desdoblar todas y cada una de las palabras y las frases y los artículos y los adjetivos... Por ejemplo, el adjetivo “juntos” es masculino. ¿Podemos decir “Pedro y Marta viven juntos”? Por supuesto que sí, porque el nombre de ella visibiliza a la pareja de él. También podríamos decir “Pedro y Marta viven bajo el mismo techo”.

Con un poco de sentido común, iremos consiguiendo una forma de hablar y de escribir más inclusiva, aun a sabiendas que el idioma español es terriblemente masculino. Una forma de hablar y de escribir que nos recuerde siempre que somos mujeres y hombres. Y que la palabra “hombre” no incluye a la mujer, de la misma manera que la palabra “mujer” no incluye al varón. No es un asunto de la Real Academia, sino una opción cultural para democratizar la comunicación y las relaciones sociales.

Clara, concisa e inclusiva. Así queremos la nota radiofónica. Así desarrollaremos un estilo de periodismo moderno y seductor.

https://www.flickr.com/photos/hectormilla/

9- NOVENO PASO: LOCUTAR LA NOTICIA

La locución informativa se ha desenvuelto entre dos extremos, ambos antipáticos.

De aquel lado del Atlántico, desde los inicios de la radiodifusión, prevaleció el tono sobrio, casi solemne. Los locutores de la BBC tenían obligación de leer las noticias con traje de etiqueta. Dicho formalismo buscaba transmitir una sensación de autoridad ante el oyente. Los jefes no ríen, no lloran, no tienen emociones. Los periodistas tampoco. Mientras más seriedad se muestra, más objetividad se demuestra.

En la orilla americana se instaló otro estilo de locución más acorde con la visión mercantil del medio. Un estilo agresivo, casi gritado. Igual que anunciamos detergente y pasta de dientes, anunciamos los sucesos del día. En definitiva, ¿cuál es la diferencia entre el ketchup y la sangre?

¿Qué velocidad sería correcta para la locución informativa? Esto depende, naturalmente, de los diferentes ritmos culturales. Los argentinos de Buenos Aires hablan más rápido que los de Santiago del Estero; los cubanos, más acelerados que los portorriqueños; en cada país y región, por suerte, se habla distinto. A pesar de ello, podemos establecer un promedio de 150 a 200 palabras por minuto. Haz la prueba y fíjate si tu lectura se ubica dentro de estos márgenes. Más palabras, comienza el atropello. Menos, comienzan los bostezos.

No es cuestión de elegir entre el modelo de locución ceremonioso y el gritado. Los dos se vuelven monótonos si no se varían. Cualquier ritmo uniforme cansa a la oreja, como una carretera sin curvas que provoca accidentes, sin importar a qué velocidad se recorra. De ahí, el indispensable uso de las pausas, de los énfasis, de la buena modulación, de educar la voz para jugar permanentemente con ella.

Se trata de leer noticias que no suenen a leídas. Que el oyente no descubra el papel. Esto no quiere decir una lectura libre, parafraseada, que irrespeta la precisión de la noticia y que en otros formatos podría ser recomendable, pero en la locución informativa no. Sabiendo interpretar bien lo que leen, las locutoras y locutores respetarán el texto escrito con igual exactitud que coloquialidad.

10- DÉCIMO PASO: UBICAR LA NOTA EN EL NOTICIERO

Las noticias que hemos elaborado las vamos a ubicar en avances informativos, en boletines de las horas o las medias horas, en las dos o tres emisiones informativas que tenga nuestra programación.

En dichos espacios, especialmente en los noticieros, se incluirán otras secciones de opinión, de humor político, efemérides o meteorología. Pero el mayor porcentaje del tiempo informativo estará ocupado, obviamente, por noticias. Notas simples, la mayoría de ellas. Notas ampliadas, documentadas o con efectos. Notas provenientes de las más variadas fuentes y seleccionadas con el criterio periodístico del interés colectivo.

Muchos noticieros radiofónicos copiaron la distribución de la prensa escrita: primero el panorama local o regional, luego el nacional y, por último, el internacional. En el periódico, este ordenamiento resulta óptimo, porque el lector arma su propio mapa de lectura. Comienza, si quiere, por la página deportiva y después salta a los clasificados o a los sucesos. Mientras más fijas sean las secciones en el papel, mejor para el lector, que sabe donde encontrarlas. En radio, esto no funciona. Si el oyente tiene que esperar al final del programa para enterarse de la caída de las Torres Gemelas, la credibilidad de ese noticiero quedará más derrumbada que aquellas.

Otros noticieros renunciaron al esquema de bloques fijos y optaron por la pirámide invertida: *informar primero lo principal.* La famosa pirámide, que para la elaboración interna de la nota no tiene mucho sentido, sí cobra utilidad para la composición externa del noticiero. Lo propio del género periodístico, como sabemos, es avanzar de más a menos buscando la primicia, así como el dramático lo hace de menos a más buscando la sorpresa.

Pero tampoco vamos a armar un noticiero totalmente piramidal. Las informaciones se sucederían de forma inconexa y, por tanto, con resultados confusos para la audiencia.

Tal vez el mejor camino es combinar la jerarquía de las informaciones con posibles relaciones entre ellas. Si das una noticia sobre narcotráfico en México pon a continuación otra referida al mismo tema, aunque no tenga tanta importancia. Si tienes dos notas sobre petróleo, júntalas. Todo lo que hagamos para que el oyente pase (y no salte) de una noticia a otra, permitirá una mejor comprensión de la información.

La estructura de los noticieros será *circular*. Es decir, cada cierto tiempo deben repetirse las noticias más importantes. ¿Cada cuánto tiempo? Eso dependerá de los hábitos de la audiencia y del horario de las emisiones. No es lo mismo el ritmo matutino que el vespertino. Si hablamos de noticieros calientes, en las primeras horas de la mañana, no deberían pasar 20 minutos sin volver a los titulares, sin resumir las principales informaciones. Es el tiempo en que muchos ciudadanos y ciudadanas, agitados y agitadas, se levantan, se alistan, toman el café de pie, mandan los chicos a la escuela y en el minuto 19 ya están saliendo al trabajo. En ese lapso, deben poder enterarse de lo principal que ha ocurrido en su país y en el mundo.

Despedida

Y así llegamos al final de esta guía para conocer el formato más empleado en el género periodístico, la noticia. Esperamos que les haya sido de provecho.

Y que con estas sugerencias, sus noticieros y boletines informativos se refresquen y logren una mayor incidencia en la opinión pública.

¡Buena suerte, colegas!

José Ignacio López Vigil
Radialistas Apasionadas y Apasionados

Colección "Producciones Radiofónicas en Derechos y Ciudadanía"

Guía 3: Género Perodístico
10 pasos para redactar una Nota Radiofónica

Radioteca: Red Social de Radialistas
http://radioteca.net

Radialistas Apasionadas y Apasionados
http://radialistas.net

Hivos: People Unlimited
http://hivos.org/

Derechos compartidos
Creative Commons 4.0
¡Copia, distribuye,difunde!