

GUÍA PARA ELABORAR

Notas periodísticas
y
Notas de prensa



Guía para elaborar notas periodísticas y notas de prensa

Elaborado por Graciela Ramirez Ramirez
Comunicadora social

Edición: Elsa Chanduví Jaña

Diseño y diagramación: Graciela Ramirez Ramirez

Disponible en formato PDF en:
www.comunicacionesaliadas.com

Publicación auspiciada por Terre des Hommes Alemania



Comunicaciones Aliadas
Calle Comandante Gustavo Jiménez 480, Magdalena del Mar,
Lima 17.
Teléfonos: (511) 4603025 / 4605517
incidencia@comunicacionesaliadas.org
www.comunicacionesaliadas.com

Guía para elaborar notas periodísticas y notas de prensa

En la presente guía vamos a conocer dos de los formatos de comunicación más utilizados para visibilizar el trabajo de toda organización. Nos referimos a la nota periodística y a la nota de prensa. La primera es un relato referido a un acontecimiento de actualidad que queremos que suscite el interés público y que colocaremos en nuestras plataformas digitales.

En tanto, si queremos hacer llegar a periodistas y medios de comunicación información sobre nuestra organización, como por ejemplo la convocatoria a una rueda de prensa, un comunicado, declaraciones o una noticia propiamente dicha, elaboramos notas de prensa. La nota de prensa busca que periodistas y medios se interesen en ampliar la información: redactando una nota periodística o un reportaje, realizando una entrevista e incluso escribiendo un artículo de opinión.

Lima, febrero 2015



LA NOTA PERIODÍSTICA

La nota periodística es uno de los formatos de comunicación más utilizados y consiste principalmente en la presentación de hechos sucedidos de manera reciente. Se caracteriza por ser un texto que describe los hechos de manera sencilla, con oraciones breves y párrafos muy cortos.

¿Cómo construimos una nota periodística?

- ⇒ Definir un título atractivo.
- ⇒ Distinguir los hechos principales de los detalles.
- ⇒ Priorizar los hechos –si son varios– de acuerdo a su importancia y a los objetivos comunicacionales que nos hayamos planteado.
- ⇒ Identificar los antecedentes que aportan a entender la idea principal de la nota.



Estructura de una nota periodística

El titular

- El titular es la palanca que motiva la lectura de un artículo. El titular define si la gente continuará con la lectura o abandonará nuestra noticia.

- El titular debe ser corto, ágil, atractivo, vendedor. Es por ello que se recomienda no extenderse de las seis palabras para que los/las lectores/as pasen de forma rápida al contenido.

- Los buenos titulares tienen cinco aspectos que deben caracterizarlos:

Ser específicos

Ofrecer contenido provechoso

Tener sentido de inmediatez

Generar interés periodístico

Ser entretenidos





Usa palabras claves

Esto permitirá que aparezca de manera más efectiva en los motores de búsqueda. Si estás escribiendo sobre un evento o una gran historia, menciona el suceso en la parte delantera del titular. Omite las palabras innecesarias. No entres en detalles de la información en el titular.

Ejemplos:

MINAM premia experiencia de “Siembra y cosecha de agua de lluvia”

La experiencia “Siembra y cosecha de agua de lluvia” gana Premio Ambiental 2014

Coloca nombres completos

Si la nota está referida a una personalidad específica, los nombres deben ser incluidos en el título y, si lo amerita, al inicio del titular. Debemos asegurarnos que los nombres propios estén correctamente escritos y en su totalidad.

Ejemplos:

Muere Nelson Mandela

Las 20 mejores frases de Nelson Mandela

Murió Nelson Mandela, el líder sudafricano que puso fin al Apartheid

No contar toda la historia en el titular

Si bien el titular debe resumir la noticia, también se debe dejar al lector/a con la necesidad de saber más de la noticia.

Ejemplos:

(SI) *Ley laboral juvenil: derogada en el Congreso por mayoría*

(NO) *Con 91 votos a favor, 18 en contra y 5 abstenciones se votó por derogar la ley*

Toma en cuenta a tu público lector

Debemos considerar que nuestros/as lectores/as no solo son del ámbito local, regional o nacional, sino que nuestra nota también puede ser leída por personas de otros países, por lo que el titular que elaboremos debiera ser entendido por todos.



Ejemplos:

(NO) *Ley Pulpín: derogada en el Congreso por mayoría*

(SI) *Ley laboral juvenil: derogada en el Congreso por mayoría*

Entrada o lead (lid)

Este es el primer párrafo de la nota, situado entre el titular y el cuerpo de la noticia. Aquí se escogen cuidadosamente los datos que se consideren principales.

En su desarrollo, la nota periodística debe responder a estas preguntas:

¿Qué? ¿Quién/es? ¿Dónde? ¿Cuándo? ¿Cómo? ¿Por qué?

En la entrada se menciona y resuelve la pregunta más importante, dependiendo del tema del cual se está escribiendo. Si estás escribiendo sobre un rebalse de relave minero o un derrame de petróleo, la pregunta sería ¿Dónde ocurrió?; si es sobre un resultado electoral es ¿Quién ganó?; si es sobre una premiación sería ¿Qué o a quién se premió?

TITULAR

“Crianza” de lagunas

ENTRADA



LEAD (LID)

La práctica “Siembra y cosecha de agua de lluvia frente a la reducción de humedad del suelo y de la recarga hídrica de acuíferos en cabecera de cuenca”, impulsada por la Asociación Bartolomé Aripaylla (ABA) y la comunidad campesina de Quisillaccta, en el departamento surandino de Ayacucho, ha sido reconocida con el primer puesto del Concurso Buenas Prácticas frente al Cambio Climático en el medio rural, en el marco del Premio Nacional Ambiental 2014, organizado por el Ministerio del Ambiente (MINAM).

* No es necesario que ocupes todo un párrafo respondiendo las 6 preguntas, puedes hacerlo en dos, si así se requiere.

¡Recuerda!

El texto de la noticia debe ser conciso.



El cuerpo de la nota periodística

A partir del segundo párrafo ampliamos la nota con detalles importantes que aportan a la entrada. Se hace una breve explicación de antecedentes colocando datos que den a los/las lectores/as la idea completa de las razones que dieron origen al hecho que estamos planteando en la nota. Finalmente, complementamos la nota con detalles adicionales del hecho principal.

CUERPO DE LA NOTA

DETALLES IMPORTANTES

ANTECEDENTES

DETALLES ADICIONALES



⇒ Sé conciso/a. Se recomienda que el texto tenga al menos 400 palabras (4 ó 5 párrafos de 4 ó 5 líneas cada uno).

⇒ Incluye citas. Aprende a citar cosas que sean de interés o importantes para lo que quieres decir, pero sobre todo que aporten al contenido de tu noticia.

⇒ Incluye datos numéricos. Las cifras respaldan lo que estás diciendo y lo hacen más consistente. No olvides de indicar la fuente de donde proviene el dato.



Ejemplos:

“La pobreza afectó en el 2014 a 28% de la población de América Latina, lo que revela que su proceso de reducción se ha estancado en torno a ese nivel desde el 2012, mientras que en ese mismo periodo la indigencia aumentó de 11.3% a 12%, todo ello en un contexto de desaceleración económica”, afirmó la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) en su informe “Panorama Social de América Latina 2014”, presentado el 26 de enero.

Según datos de la FAO, en nuestra región, el 80% de las explotaciones pertenecen a la agricultura familiar, incluyendo a más de 60 millones de personas, convirtiéndose en la principal fuente de empleo agrícola y rural.

¡Recuerda!

La nota periodística debe ser dinámica e interactiva. Para ello te recomendamos añadir algunos elementos audiovisuales que potenciarán tu nota periodística e incentivarán a que los/las lectores/as se interesen en leerla toda.

▷ Utiliza buenas imágenes

La imagen —una fotografía o un gráfico pequeño— que acompañe la nota debe resumir el contenido de la información que proporcionamos en la nota.



No olvides de colocarle siempre una leyenda cuyo contenido describa un poco la imagen y al mismo tiempo aporte con información o datos para la nota. Esto no quiere decir recargar de mucha información que distraiga al lector/a del objetivo de nuestro mensaje.

Las fotografías deben ser capturadas en alta resolución. En el caso que las fotografías no sean de autoría propia, se debe colocar el crédito.



▷ Videos

La imagen —una fotografía o un gráfico pequeño— que acompañe la nota debe resumir el contenido de la información que proporcionamos en la nota.

Puedes utilizar herramientas sencillas como YouTube o Vimeo para obtener de forma rápida el código de los videos que quieres compartir.

▷ Audios

Los audios también aportan al contenido de nuestra nota periodística.

En internet puedes encontrar diversas plataformas de audio donde puedes almacenar tus audios y compartirlos en la nota insertando el link correspondiente.

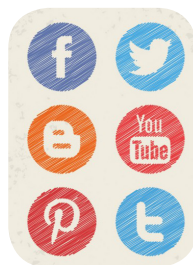


¡Recuerda!



▶ Procurar que nuestros materiales sean cortos, de buena calidad, entendibles, que estén en un formato pequeño y sobre todo que se puedan descargar.

▶ Poner visibles los botones de las redes sociales, invitando siempre a que conozcan más de nuestro trabajo institucional en nuestras plataformas virtuales.



Ejemplo de Nota periodística:

“Crianza” de lagunas

La práctica “Siembra y cosecha de agua de lluvia frente a la reducción de humedad del suelo y de la recarga hídrica de acuíferos en cabecera de cuenca”, impulsada por la Asociación Bartolomé Arispaylla (ABA) y la comunidad campesina de Quispillaccta, en Ayacucho, ha sido reconocida con el primer puesto del Concurso Buenas Prácticas frente al Cambio Climático en el medio rural, en el marco del Premio Nacional Ambiental 2014, organizado por el Ministerio del Ambiente (MINAM).

La premiación se realizó el 02 de diciembre en el auditorio Platinum Garden, del Encuentro Voces por el Clima, donde recibieron de manos del ministro del Ambiente Manuel Pulgar Vidal el merecido reconocimiento a su importante labor.

Mediante faenas comunales, hace 20 años la comunidad campesina de Quispillaccta, ubicada en el distrito ayacuchano de Chuschi, entre 2,800 a 4,600 m.s.n.m., inició la crianza de lagunas impulsando la práctica de siembra y cosecha de agua de lluvia, para responder al problema de escasez de agua en las comunidades adyacentes a las cuencas de los ríos Pampas y Cachi-Mantaro.

Es por ello que la ABA —creada en 1991 por las ingenieras agrónomas Magdalena y Marcela Machaca—, que presta asesoría técnica y apoyo económico para el proceso de recuperación del agua en la comunidad de Quispillaccta, promueve un enfoque de desarrollo basado en la regeneración del Vivir Bien, o Buen Vivir, (Sumaq Kawsay) de toda la colectividad viva (humana, naturaleza y deidades), en tanto califican como “Vida armoniosa y Digna” de las mismas, en su propia manera de criar la vida centrada en la chacra (agricultura). Este enfoque implica reconocer el valor económico y social de la agricultura campesina andina, es decir, el cambio hacia la agroecología y la soberanía alimentaria, así como el desarrollo de fiestas y rituales agrarios, y una educación basada en diálogo de saberes.

La siembra y cosecha de agua de lluvia (criar agua) se realiza adaptando las hoyadas naturales para almacenar aguas de escorrentía hasta lograr la formación de “lagunas artificiales”, construyendo diques con piedras, arcillas y cenizas. También se siembra plantas nativas para incrementar el caudal de los manantes y perennizar el agua de los puquiales y bofedales, a las cuales se les llama “madres del agua”. Se construyen cercos naturales y alambradas alrededor de los ojos de agua, bofedales, puquiales y manantes, para evitar que los animales las depreden y puedan recuperar su recarga hídrica. Todo ello con participación activa de los comuneros y autoridades de la comunidad de Quispillaccta.

“Es hacer agua donde no hay agua, con la planta madre que llama agua y haciendo la cosecha de lluvia en vasos naturales. Hasta ahora tenemos 71 lagunas estabilizadas y 10 en proceso de formación, en total 81 lagunas”, dice Magdalena Machaca, directora ejecutiva de ABA.

A partir del año 2000, ABA amplía las actividades hacia las comunidades vecinas y se empieza a utilizar maquinaria pesada con participación comunal para mejorar diques de lagunas de agua de lluvia o en la construcción de otras nuevas. Su meta es ampliar a 200 las lagunas creadas.

Pero ABA no solo cosecha agua, también cosecha reconocimiento público por su labor. Preguntada sobre lo que significa para ella esta premiación, Magdalena Machaca afirmó: “Es una experiencia linda porque se trata del reconocimiento a esos saberes milenarios que aún conviven en nuestras comunidades... Muchas veces nuestros pueblos han sido relegados al atraso... les llaman pueblos arcaicos y no es cierto, sino que estamos en manos de esas sabidurías para afrontar ese problema del cambio climático. Por eso mi sentimiento es enorme y [es sentir] que vale mucho nuestra sabiduría como la siembra y cosecha de agua de lluvia”.





LA NOTA DE PRENSA

Es un texto de información noticiosa utilizado por las organizaciones o instituciones sociales para difundir, entre los medios de comunicación, sus acciones o situaciones relevantes y de impacto en la opinión pública.

La nota de prensa se caracteriza porque debe informar con mucha claridad y precisión sobre situaciones o hechos actuales o que están por ocurrir, en ese sentido su texto será concreto y su vigencia breve.

La nota de prensa es utilizada para:



- ⇒ Establecer posicionamiento por parte de las instituciones en relación a un tema de interés o que les afecta directamente.
- ⇒ Informar sobre un suceso que impacta no solo a la organización sino también a la ciudadanía en general.

La nota de prensa debe ser redactada de forma noticiosa para captar la atención de las/los periodistas, a fin de que se interesen en difundirla o les motive a que puedan desarrollar una investigación sobre el tema que se aborda. Es por ello, que la estructura de la nota de prensa debe tener elementos periodísticos.

Estructura de una nota de prensa

TÍTULO	Debe ser breve, noticioso y llamativo.
ENTRADA	Contiene la información resumida y clara en un solo párrafo.
CUERPO DE LA NOTA DE PRENSA	No debe exceder los 5 párrafos y cada uno de ellos debe expresar ideas concretas.
CONTACTOS DE LA ORGANIZACIÓN	Al final de la nota de prensa se debe colocar los datos de contacto del responsable de comunicaciones de la organización (Nombre, teléfono, correo electrónico).

Recomendaciones para redactar una nota de prensa



◆ Utilizar papel membretado

Es una hoja que contiene impresos los datos de contactos y el logotipo o algún otro diseño de una organización, institución o compañía, y nos permite identificar a la organización que está dando la información, asimismo da visibilidad a la misma.

♦ **Titulares atractivos**

Los titulares de las notas de prensa son el primer contacto entre nuestra información y el/la periodista que la recibe, por lo tanto, deben ser concretos, directos y causar interés en quién los lee.

♦ **Carácter noticioso**

La nota de prensa debe contener información periodística, por lo que debe ser de interés público, y no contener información promocional de la organización, es decir, no se utiliza para propaganda.



♦ **Imágenes de apoyo**

Incluir imágenes ya sean gráficos, fotos o ilustraciones relacionados a lo que estemos informando en la nota de prensa es vital porque es de utilidad a los/las periodistas cuando decidan publicar nuestra información.

♦ **Datos y cifras importantes**



Los datos permiten darle más impacto a nuestra información. Por ejemplo, si es una investigación que se haya realizado, señalar las personas que participaron y los principales logros obtenidos, o si se trata de la presentación de un proyecto finalizado, podemos hacer énfasis en el número de las personas beneficiadas.

♦ **Fecha y lugar de emisión**

Es importante colocar el lugar de la nota de prensa y la fecha para enfatizar en la procedencia y vigencia de la nota.



Nota de prensa

“Crianza” de lagunas gana Premio Ambiental 2014

La práctica “Siembra y cosecha de agua de lluvia frente a la reducción de humedad del suelo y de la recarga hídrica de acuíferos en cabecera de cuenca”, impulsada por la Asociación Bartolomé Aripaylla (ABA) y la comunidad campesina de Quispillaccta, en Ayacucho, será reconocida por el Ministerio del Ambiente (MINAM) al haber obtenido el primer puesto del Concurso Buenas Prácticas frente al Cambio Climático en el medio rural, en el marco del Premio Nacional Ambiental 2014.

La premiación se realizará el 02 de diciembre en el auditorio Platinum Garden, del Encuentro Voces por el Clima, donde recibirán de manos del ministro del Ambiente Manuel Pulgar Vidal el merecido reconocimiento a su importante labor.

Cabe destacar que, mediante faenas comunales, hace 20 años la comunidad campesina de Quispillaccta, ubicada en el distrito ayacuchano de Chuschi, entre 2,800 a 4,600 m.s.n.m., inició la crianza de lagunas impulsando la práctica de siembra y cosecha de agua de lluvia.

La siembra y cosecha de agua de lluvia (criar agua) se realiza adaptando las hoyadas naturales para almacenar aguas de escorrentía hasta lograr la formación de “lagunas artificiales”, construyendo diques con piedras, arcillas y cenizas. Actualmente cuentan con 81 lagunas creadas y su meta es llegar a las 200.

Lima, 1 de diciembre, 2014

Jr. Los Pinos Mz. V Lote 03 Quicapata - Carmen Alto
Teléfono:
066-403580
<http://www.abaayacucho.org.pe>



¡Tener en cuenta!

- ▶ Contar con un directorio de periodistas y medios de comunicación, donde se tenga los nombres, cargos dentro del medio (editores/as, reporteros/as, directores/as, fotógrafos/as), teléfonos, correos electrónicos, principalmente.
- ▶ Establecer listas de distribución vía correo electrónico de periodistas según sea su sección o responsabilidad en el medio y cargo, esto nos permitirá una comunicación más optimizada y organizada, y así evitar los envíos de correos masivos que muchas veces no logran el impacto deseado por no estar bien dirigidos.



- ▶ A continuación te proponemos un modelo de directorio de medios, para que de manera organizada envíes las notas de prensa, y en general toda la producción informativa de tu institución:

Modelo de directorio de medios				
Nombres y Apellidos	Medio	Cargo	Correo Electrónico	Teléfonos



comunicaciones
aliadas