

Así se hace periodismo

Manual práctico del periodista gráfico

Por
Sibila Camps y Luis Pazos.



Editorial Paidós.

Buenos Aires.

Primera edición:
1994.

Primera edición en Paidós:
1996.

Segunda impresión:
2003.

Este material
es de uso
exclusivamente
didáctico.

Índice

Prólogo a la segunda edición.....	9
-----------------------------------	---

PRIMERA PARTE **Cómo funciona una redacción**

1. Organización de un diario.....	15
2. Quiénes integran una redacción.....	25
3. Etapas del trabajo.....	29
4. El equipo de trabajo.....	37

SEGUNDA PARTE **Cómo buscar la información**

5. Herramientas de trabajo de uso habitual.....	43
6. Cuando se viaja.....	65
7. Fuentes de información y técnicas para obtenerla.....	73

TERCERA PARTE **Cómo informar**

8. Pautas generales de redacción.....	113
9. Transcripción de declaraciones.....	121
10. Los géneros periodísticos.....	129
11. Entre la redacción y la edición.....	155

CUARTA PARTE **Coberturas más frecuentes en el periodismo**

12. La vida en un pueblo.....	171
13. Catástrofes.....	181
14. Accidentes en medios de transporte.....	199
15. Hechos policiales.....	207
16. Acto político.....	245
17. Medidas de fuerza.....	253
18. Golpe de estado o alzamiento militar.....	257
19. Muerte de una persona famosa.....	267
20. Grandes espectáculos y festivales.....	275
21. Temporada de verano.....	289

QUINTA PARTE **Agencias y corresponsalías**

22. El trabajo del corresponsal.....	307
--------------------------------------	-----

APÉNDICE

23. Vocabulario de uso habitual en las redacciones.....	313
---	-----

Capítulo 1

Organización de un diario

En un diario, como también en una revista de interés general, el periodista realiza parte de su tarea en la calle y parte en la redacción. En diferentes instancias de su trabajo mantiene relación con otras áreas:

▪ **Mesa de noticias**

En los diarios donde la información de agencias noticiosas llega únicamente por teletipo, centraliza su recepción y se encarga de su distribución a los editores de las diferentes secciones.

- Si cuenta con aparato de radio sintonizado con la frecuencia de la radio de la policía local, avisa a los editores de las diferentes secciones cuando toma conocimiento de hechos de importancia, para que decidan si es de interés realizar su cobertura.
- Coordina la actividad periodística fuera de la redacción: salida, desplazamiento y regreso de móviles con periodistas y fotógrafos, a quienes proporciona apoyo informativo y logístico. Para ello suele contar con un aparato de radio, a través del cual se comunica con el móvil y/o con el *handy* que lleva el periodista o el fotógrafo que salen a la calle.
- Coordina el envío de mensajeros fuera de la redacción, y recibe y entrega a las diferentes secciones los materiales por ellos recogidos.

▪ **Comunicaciones**

- Entrega teléfonos celulares *handies* a los periodistas que van a cubrir notas fuera de la redacción,
- Maneja los aparatos de fax y de télex, principalmente para recibir material de los corresponsales y de los enviados especiales,
- Recibe, a través del *modem*, el material de los corresponsales y de los enviados especiales, que después transmite a las respectivas secciones.
- Dispone de televisores y de videograbadores para registrar y reproducir programas indicados por los editores (por rutina suele grabar los noticieros, los programas periodísticos, los actos oficiales, los discursos transmitidos por la cadena nacional, las investigaciones periodísticas, las coberturas especiales y los principales programas deportivos; a esto se suman otros programas en los que alguna sección tenga interés).
- Se encarga de la desgrabación de reportajes extensos.
- Recibe y distribuye a cada sección de la redacción el panorama de las principales entrevistas realizadas en los programas de radio, grabadas y desgrabadas por agencias especializadas.
- A pedido de los editores, consigue y entrega la desgrabación de esas entrevistas.

▪ **Archivo**

- Conserva material para consulta, en especial periodístico (véanse las páginas 90 y ss.).
- En algunas redacciones se dispone de una terminal de computación conectada con redes informáticas, principalmente Internet.

▪ **Publicidad**

- Entrega al secretario general de redacción la pauta para la edición del día siguiente, donde está marcado el espacio que ocupa cada aviso.

- A pedido de los secretarios o prosecretarios, y cuando es necesario disponer de más espacio a causa de una información importante de último momento, cambia de página los avisos publicitarios que no han pagado tarifa por ubicación fija:

- **Infografía**

- A pedido de los editores realiza infografías, gráficos, tablas, cuadros, planos y mapas. Para esto utiliza computadoras que tienen cargados programas especiales de dibujo y que incluyen el empleo del scanner y el mouse.

- **Diagramación o Dibujantes** (el nombre suele variar según los medios)

- Diagrama tanto el material periodístico como el de apoyo.
- Realiza dibujos para ilustrar notas.
- Recibe y diagrama los dibujos humorísticos, chistes e historietas.
- Si la redacción no dispone de equipamiento como para tener una Sección Infografía, realiza manualmente gráficos, mapas e infografías.

- **Fotografía**

- Toma la mayor parte de las fotografías que se publican en el medio.
- Revela -a través de máquinas de revelado automático- las fotografías tomadas por los reporteros gráficos del medio.
- A través de terminales electrónicas recibe, por sistema digital o analógico, las fotografías que los enviados especiales transmiten por medio del transmisor electrónico o del *lifax*.
- Analiza -en pantalla o en un visualizador de negativos conectado con un televisor- las fotografías tomadas, para seleccionar las que pueden ser propuestas para su publicación.
- A través de terminales electrónicas, por sistema digital o analógico, recibe las fotos enviadas por las agencias nacionales e internacionales.
- Copia las fotografías seleccionadas, cualquiera que sea su procedencia, modificando si es preciso el encuadre, el color o la intensidad. (En la actualidad los reporteros gráficos utilizan casi exclusivamente rollos color, aun cuando las fotos se impriman en blanco y negro.)
- Consigue material fotográfico para ilustrar notas que no han sido cubiertas por los reporteros gráficos del medio ni por las agencias (con frecuencia se solicita a medios del lugar donde ocurrió el hecho que motiva la nota).
- A través de aparatos para captura de vídeo o de televisión, conectados con un televisor, toma imágenes para luego reproducirlas.
- Copia fotografías seleccionadas de su archivo de negativos.
- Copia material fotográfico que eventualmente puedan proporcionar algún periodista del medio o particulares.

- **Correspondencia**

- Recibe y ordena por secciones toda la correspondencia enviada a la redacción (en algunos medios esto incluye también la transmitida a través del fax).
- Envía la correspondencia y los faxes que le soliciten los periodistas.
- Recibe y distribuye a todas las secciones los ejemplares de diarios locales.

- **Recepción o Mesa de Entradas**

Algunos medios tienen una recepción única para toda la empresa. Otros, una recepción específica para la redacción. En relación con ésta, sus tareas son:

- Atender a las visitas que soliciten hablar con un periodista o que tengan una entrevista previamente concertada.
- Comunicar al periodista el nombre -eventualmente también el motivo- de la visita y, tras su autorización, indicarle dónde ubicarlo. Algunas empresas retienen su documento y entregan a cambio una credencial y/o una tarjeta de visita que consigna su nombre y la

hora de llegada; en este caso, el periodista debe completarla con su firma y la hora en que concluyó la entrevista.

- Recibir la correspondencia entregada en mano y llevarla a la sección Correspondencia.

▪ **Telefonistas**

- Recibir y derivar las llamadas destinadas al personal del medio.

- Establecer comunicaciones de larga distancia, a pedido de los periodistas.

Secciones de la redacción

En cuanto a la redacción propiamente dicha, las secciones más frecuentes en un diario son:

- *Política o Política Nacional;*
- *Política Internacional o Internacionales;*
- *Economía;*
- *Información General o Generales* (algunos periódicos separan la sección *Municipales o Comunes*, que en los diarios de provincias suele llamarse *Locales*);
- *Policiales;*
- *Educación;*
- *Editoriales;*
- *Ciencia y Técnica;*
- *Interior o Provincias* (que en los diarios de provincias equivale a la sección *Regionales o Regiones*);
- *Cultura y Espectáculos* (a veces están separados como subsecciones, que también incluyen la de *Plástica*; en cuanto a las carteleras de espectáculos y a la de televisión, los diarios más pequeños las realizan en su propia redacción, mientras que los más grandes las derivan a una agencia especializada);
- *Deportes;*
- *Servicios*. Puede incluir información sobre:
 - meteorología,
 - vuelos de cabotaje e internacionales,
 - movimiento marítimo y/o fluvial,
 - movimiento ferroviario,
 - horarios de salidas y llegadas de ómnibus de larga distancia,
 - farmacias de turno,
 - teléfonos y direcciones para casos de emergencia,
 - horarios de servicios religiosos,
 - agenda cultural de actividades gratuitas,
 - resultados de juegos de azar;
- *Sociales*.
- **Secretaría de Cierre o Guardia:**
 - supervisa el cierre final de la edición,
 - decide acerca de cambios de último momento, aun con la edición en marcha,
 - puede disponer de cualquier periodista, fotógrafo y chofer para ordenar fuera de hora la cobertura de hechos de suma importancia;
- **Suplementos:**
 - dominical (algunos diarios cuentan con revista dominical),
 - cultural y / o literario;
 - rural o agropecuario;
 - empresarial;
 - femenino y/o familiar y/o de servicios;
 - turístico;
 - de ecología o medio ambiente;

- de salud;
- de cocina;
- especiales: son los suplementos pagados por empresas u organismos públicos, los que pautan su contenido; en el capitular figura la aclaración de que se trata de un "espacio de publicidad";
- algunas secciones pueden salir una o más veces por semana en forma de suplementos; los más frecuentes son: económico, deportivo, científico, de educación y de espectáculos.

Proyectos especiales

Tradicionalmente, junto con la edición habitual o por separado, los medios gráficos han ofrecido otros productos a sus lectores:

- folletines,
- libros (tanto literatura como libros escritos por periodistas del medio),
- anuarios,
- horóscopos.

Dos décadas atrás, algunos diarios argentinos de circulación nacional comenzaron a preparar ediciones especiales dirigidas a un sector particular de su mercado potencial:

- edición diaria internacional,
- revistas mensuales con las principales noticias de ese período, que incluyen artículos ya publicados por el medio,
- edición regionalizada del diario, en la que se da mayor despliegue a las noticias locales.

A partir de la década del '90, los medios gráficos temieron que el desarrollo de los servicios informativos de los canales les provocara una fuga de lectores. Pese a que ya comenzaban a surgir los multimédios, los dueños de diarios y revistas consideraron que debían replantearse tanto el producto gráfico como su marketing.

Esto dio origen a procesos de rediseño en la mayoría de los diarios, donde se incorporaron nuevos recursos y tecnologías:

- impresión en color,
- mayor importancia de lo visual,
- mayor despliegue fotográfico,
- mejor impresión,
- reducción del diario "sábana" al formato tabloide,
- incorporación de nuevos suplementos e *inserts*,
- adquisición de maquinaria adecuada, con mayor velocidad de impresión, para adelantar la hora de salida del diario.

Al mismo tiempo, los medios gráficos empezaron a ofrecer productos especiales no convencionales -incluidos en la venta de la edición o por separado-, también haciendo uso de las nuevas tecnologías:

- juegos;
- libros de referencia y de servicios por entregas (enciclopedias generales y sobre temas determinados, diccionarios, atlas, guías, recetas de cocina, etcétera);
- revistas especiales sobre un tema o hecho determinado;
- edición de suplementos en BBS (*Bulletin Board System*), lo cual permite, a los usuarios que dispongan de un *modem* y de un programa de comunicación, tomar la edición desde su PC y comunicarse con otros usuarios;
- dirección electrónica en autopistas informáticas;
- edición parcial o total del diario para autopistas informáticas;

- servicio de noticias *on line* (por teléfono);
- *videotapes* (películas clásicas, dibujos animados, hechos de actualidad, temas particulares);
- CD ROM (anuarios y recopilación de las principales noticias durante un período determinado);
- *compact discs*;
- *merchandising*.

Por otra parte, los medios gráficos se convirtieron ellos mismos en editores de productos para otros medios:

- revistas dominicales para diarios del interior,
- *house organs*.

Esta expansión de los medios gráficos determinó la creación del Departamento o División de Proyectos Especiales. Con él nacieron también equipos multidisciplinarios de trabajo.

Esos equipos cuentan con una activa participación de periodistas que, debido a las nuevas necesidades, deben tener determinadas características:

- manejo fluido de archivos periodísticos y de archivos no convencionales,
- buen nivel de cultura general,
- excelente redacción,
- dominio de la informática,
- conocimientos del lenguaje audiovisual,
- conocimientos de inglés,
- nociones de teoría de la empresa periodística,
- capacidad para trabajar en equipo,
- alto grado de responsabilidad.

La capacitación periodística

El rediseño de los medios y la aparición de productos especiales hicieron indispensable la creación de un Departamento o Secretaría de Capacitación Interna, para actualizar y/o formar al personal periodístico de todas las jerarquías.

En esta área pueden trabajar tanto profesionales con cargo que trabajan en el mismo medio, como especialistas contratados. En ocasiones, la publicación envía a periodistas a capacitarse en cursos y seminarios que se realizan tanto en el país como en el exterior. Otras veces el medio auspicia actividades de perfeccionamiento organizadas por universidades, en las que inscribe a varios de sus periodistas.

Cada vez con mayor frecuencia el Departamento de Capacitación Interna organiza sus propios cursos, por lo general con la mecánica de trabajo del taller (discusión en grupos de trabajo, práctica, simulacro de ediciones, etcétera).