

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 3

Etapas del trabajo

A lo largo de la jornada y hasta que el diario está en la calle, el trabajo de los periodistas tiene diferentes etapas:

1º) Sumario

En los diarios, a primera hora, los editores de cada sección se reúnen para confeccionar la lista de notas propuestas para publicar al día siguiente. La elaboran a partir de lo siguiente:

- ◆ cables de las agencias noticiosas nacionales e internacionales;
- ◆ sumarios enviados por los corresponsales;
- ◆ declaraciones de diferentes personas, formuladas durante entrevistas radiales;
- ◆ notas de producción propia, ya cubiertas, en proceso de elaboración, o por cubrir durante el resto de la jornada;
- ◆ notas e informes especiales "de parrilla".

El secretario o prosecretario a cargo de la sección eleva ese sumario al secretario general o jefe de redacción.

Poco después, durante la reunión de sumario que mantienen el secretario general y los secretarios de todas las secciones (incluido el de Fotografía):

- ◆ se aprueban, rechazan o modifican las notas presentadas;
- ◆ se exponen alternativas para ilustrarlas, en especial a través de fotos;
- ◆ según la importancia de la nota, se definen el foco y los criterios con que se va a abordar;
- ◆ a partir de la pauta publicitaria se define a grandes rasgos la cantidad de páginas que llevará cada sección, así como el espacio que ocuparán las principales coberturas;
- ◆ si la pauta no permite el despliegue necesario para la cobertura de un hecho o tema, se consulta al Departamento de Publicidad la posibilidad de cambiar de página uno o más avisos (por lo general, esto es posible sólo en el caso de avisos que no tienen una ubicación determinada, por haber pagado una tarifa menor);
- ◆ eventualmente se evalúa la conveniencia de postergar la publicación de alguna nota;
- ◆ se sugiere el aporte de redactores de otras secciones;
- ◆ se decide el envío de periodistas y fotógrafos para cubrir notas fuera de la ciudad;
- ◆ se proponen nuevas notas;
- ◆ se proponen investigaciones, informes y producciones especiales.

Suele haber más de una reunión de secretarios a lo largo de la jornada, en las que se chequea la evolución de la información y, a partir de eso, se ajusta el espacio que se les destinará a algunas notas y se introducen modificaciones en su enfoque. La última es la *reunión de tapa*, en la que se seleccionan las notas que serán anunciadas en primera plana.

Previo a ésta, el secretario de cada sección eleva al secretario general un *sumario para tapa* o *panorama de tapa*, donde propone la o las notas que considera aptas para la primera plana, junto con una breve síntesis de su contenido. También el secretario de Fotografía muestra las fotos para ilustrar alguno de los temas de tapa.

2º) Reunión de editores

El secretario de cada sección se reúne con el resto de sus editores, con el editor fotográfico adscrito a esa sección. Durante esa reunión:

- ◆ el secretario transmite las decisiones adoptadas en la reunión de sumario, y comunica la cantidad aproximada de páginas que llevará la sección;
- ◆ se definen el espacio y la ubicación que tendrá cada cobertura;
- ◆ se afina el enfoque de cada cobertura;
- ◆ el editor fotográfico informa acerca del material fotográfico del que dispone y del que puede conseguir;
- ◆ se evalúa la necesidad de encargar materiales de apoyo;
- ◆ se distribuyen los temas que llevará cada editor;
- ◆ se decide a qué cronistas y/o redactores se encargará cada tema.

3º) Encargo de notas

Los editores distribuyen las notas a los redactores y cronistas, a quienes dan indicaciones acerca de la forma de encararlas -incluyendo las fuentes de información para consultar-, como también sobre su extensión. Las notas cuya publicación está fuera de duda se encargan a primera hora, sin esperar ala reunión de sumario (catástrofes, crisis de gabinete, muerte de una persona famosa, elecciones locales, asesinato múltiple, devaluaciones, entrega del Oscar y de los premios Nobel, partidos de fútbol de primera división, etcétera).

4º) Ejecución y elaboración

Se trata de la tarea periodística propiamente dicha: trabajo con cables, entrevistas telefónicas y fuera de la redacción, búsqueda en archivo, coberturas en viajes, etcétera. Cada uno de estos temas será desarrollado en detalle en este manual.

En la gran mayoría de las redacciones las notas se escriben en terminales de computación, por lo que, una vez finalizadas, los periodistas las transmiten a la red.

5º) Edición

Cada diario tiene horarios establecidos para la entrega de las notas, corrección y envío al taller, según los siguientes pasos:

1) *Diagramación*: cada sección recibe, de manos de un encargado del Departamento de Publicidad -quien dispone de la pauta de la edición-, una determinada cantidad de páginas, en las que ya están marcados los espacios destinados a la publicidad. En los espacios que quedan libres los editores indican al diagramador:

- extensión aproximada que desean para cada nota;

- ubicación según la importancia que le hayan otorgado (página impar o par, doble página, doble página central, cabeza de página, título a tantas columnas, recuadro, etcétera);
- si irán o no acompañadas por fotografías, dibujos, mapas o infografías; cantidad, tamaño y ubicación.

Si el espacio disponible en una página o en una página doble no alcanza para ubicar todos los materiales de una cobertura determinada, el editor pide al encargado de Publicidad que evalúe la posibilidad de correr uno o más avisos a otra página (incluso a otra sección).

De acuerdo con esas pautas, el diagramador resuelve:

- la extensión definitiva de cada nota;
- si incluirá o no copete, y cuál será su extensión;
- si el título irá a una, dos o tres líneas; cuál será su extensión y tipografía; si incluirá volanta o bajada;
- cuál será la extensión de los epígrafes.

Cada vez son más los medios que disponen de un sistema de diagramación electrónica, en la pantalla de la computadora.

2) *Corrección por parte de los editores*: desde la red, cada nota es leída y corregida por uno o dos editores de la sección respectiva, quienes eventualmente pueden pedir alguna modificación al redactor que la hizo. En ese caso, el editor puede devolver la nota a través de la red para su reescritura y pedirle al periodista que la modifique directamente en la red, o bien que escriba y transmita una nueva nota.

3) *Titulado*: para cada nota un editor elige título, copete, volanta o bajada, según las medidas establecidas por el diagramador; para fotografías, dibujos e infografías, los respectivos epígrafes.

4) *Envío al taller*: los materiales periodísticos y de apoyo son enviados directamente al taller, para su tipeo -en el caso de que no se cuente con sistema informatizado o que algún colaborador haya entregado su nota en papel- y su armado definitivo.

6º) Corrección

Una vez que los materiales periodísticos están tipados, los correctores eliminan los errores de ortografía y tipeo antes de enviar los textos para su armado.

7º) Armado

En el taller, y según el diagrama de cada página, los armadores colocan en la plantilla la publicidad, los textos, el material ilustrativo y los títulos (por lo general en ese orden). Todos estos materiales salen por el sistema en tiras de papel engomado, que es pegado en la plantilla.

8º) Cierre

Ya en el taller de armado, un editor de cada sección supervisa:

- la extensión de cada nota: si quedó larga, la corta (en ciertos casos, recorta la foto); si le faltan líneas, las agrega;
- la eventual repetición de palabras en títulos que, en ese caso, reemplaza;
- errores de ortografía que quizá no hayan detectado los correctores;
- errores de concepto que pudieran haberseles escapado a los editores;
- si está en horario y hay informaciones de último momento, puede llegar a introducir modificaciones o agregados en alguna nota;
- si surgió una información insoslayable no vinculada a textos de publicación prevista, para incluirla puede incluso levantar algún material o fotografía.

Algunas páginas quedan "abiertas" hasta última hora, a la espera de una información de importancia que se sabe que será tardía (escrutinio de elecciones, anuncios de medidas oficiales, resultado de ciertos acontecimientos deportivos, etcétera).

Otras secciones, en especial los suplementos, cierran 24 o 48 horas antes de la tirada. El jefe o secretario de Cierre se encarga de la revisión general, entre otros motivos, para evitar que una información esté repetida en dos o más secciones.

9º) Guardia

Aunque el diario ya esté imprimiéndose, quedan de guardia el secretario de Cierre, uno o dos redactores y un fotógrafo para agregar información, siempre y cuando su trascendencia lo justifique. En esta etapa, el secretario de Cierre se encarga de:

- el seguimiento -hasta que se ha completado la tirada- de aquellos hechos que pueden llegar a implicar cambios; para esto está pendiente de las agencias noticiosas y de los canales televisivos de noticias, tanto nacionales como extranjeros;
- detener la tirada para introducir modificaciones de suma importancia, que pueden incluir cambios en la tapa; en este caso, en la tapa se consigna que se trata de una segunda o incluso tercera edición.

Algunas aclaraciones

- Las etapas enumeradas y desarrolladas anteriormente corresponden a la edición de diarios impresos. En la actualidad, algunos medios comienzan a aplicar tecnologías que suprimen el papel, con miras a lograr el diario electrónico. Por el momento, las alternativas que se han puesto parcialmente en práctica son las siguientes:

- edición total del diario a través de redes informáticas;
- edición electrónica de algunas secciones y/o suplementos a través de *BBS (Bulletin Board System)*, que pueden ser tomados *vía modem* a través de la computadora personal o de una *notebook*.

- Ningún medio cuenta con personal suficiente como para cubrir toda la información del día.
- Por otra parte, el volumen de información que llega a la redacción es tal, que para incluirlo íntegramente habría que editar un diario tan grueso como una guía telefónica.
- También queda sin publicar parte de la información que sí se cubre o procesa, porque:
 - a lo largo de la jornada surgen nuevas informaciones que hacen necesario destinar más espacio a una nota en detrimento de otras;
 - aparecen temas más importantes o urgentes que obligan a levantar un material ya escrito.

Algunas veces, esos materiales se publican en los días siguientes, o son aprovechados total o parcialmente por otra sección; otros quedan inéditos.

- Además, por razones de espacio, muy pocos materiales pueden contener *toda* la información que el periodista recabó antes de redactarla. En ocasiones es posible incluirlos en notas posteriores; otras veces, el tema pierde interés periodístico y quedan sin publicar.
- Por otra parte, la publicación de algunos datos es descartada a priori por los editores, por considerarlos incompatibles con la línea editorial o con el estilo del medio.

Es frecuente que el periodista que recién empieza a trabajar se sienta frustrado al tener que descartar información -que quizá le costó mucho conseguir- por razones de espacio o por otras causas. Más aún cuando estuvo varias horas o hasta días trabajando en un material que finalmente no llegó a los lectores. O que tome conocimiento de un hecho que considera

importante investigar e informar, y que sus editores decidan no cubrirlo por diversos motivos. Todo esto forma parte de la mecánica de trabajo en la redacción de una empresa periodística, de la que cada cronista, redactor o editor es sólo un engranaje con una función determinada de antemano.