ENVIADO POR
kurtmühlematter

ON
04/03/2013

★ ★ ★ ★ ★
Keine Stimmen

Escribir artículos de prensa



Así se escriben buenos artículos periodísticos:

Una buena imagen pública genera confianza y permite establecer relaciones valiosas. Cualquiera que tenga conocimientos básicos de ortografía, gramática y sintaxis puede escribir para los periódicos. Este artículo te ofrece algunos consejos útiles.

Reflexiones previas:

- ¿Tiene el tema elegido **interés periodístico**? ¿Le aportará algo al futuro lector? ¿Le resultará útil? ¿Qué tiene de especial, de extraordinario?
- ¿Cuál es el objetivo de tu artículo? ¿A quién queremos dirigirnos? ¿Quién es el público lector?
- ¿De qué tipo de periódico se trata (regional, revista juvenil, etc.)?
- ¿Encaja el tema con los objetivos de la BESJ o de la parroquia local y con sus posiciones?
- ¿Necesitas información adicional para tratar el tema de forma interesante y bien documentada?

Contenidos

- ¿Se desarrollan los contenidos del texto de forma lógica? ¿Son acertadas las justificaciones? ¿Se han elegido correctamente los hechos y los argumentos objetivos? ¿Es válida la información y resiste un análisis externo?
- ¿Has elegido una introducción interesante? Solo una buena introducción anima a seguir leyendo.
- ¿Contiene el comunicado de prensa toda la información necesaria? Ten en cuenta las preguntas clásicas (¿Quién? ¿Cómo? ¿Dónde? ¿Qué? ¿Por qué?).
- ¿Utilizas citas? Las buenas citas personalizan un comunicado de prensa y le dan vida, siempre que tengan un gran valor expresivo.
- ¿Qué **beneficio social** del trabajo con niños y jóvenes, centrado en Jesús y basado en la pedagogía experiencial, has podido destacar en tu artículo? (¡Consulta los ejemplos más abajo!)
- No te olvides de indicar el lugar y la fecha al principio del texto. ¿Están bien indicados la fecha y el lugar?
- ¿Se identifican correctamente y de forma completa el destinatario y el remitente del comunicado de prensa, así como los datos de contacto?
- **La actualidad y la importancia** constituyen la base de un texto periodístico. La **precisión** es fundamental. La función principal de un artículo **de** prensa es **transmitir información**.

Estructura

- ¿Tiene el comunicado de prensa un **titular llamativo**, que capte la atención y sea original?
- ¿Es necesario un subtítulo para, por ejemplo, volver a expresar con claridad el mensaje principal?
- ¿Utilizas subtítulos **estructurados y lógicos**, sobre todo en los comunicados de prensa más largos?
- Pon**lo más importante al principio** y responde a las preguntas básicas (¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Cómo? ¿Por qué?) en el primer párrafo. Normalmente, en las redacciones se recorta el texto empezando por el final.
- ¿La impresión general es profesional y pulcra?
- ¿Se ajusta la longitud del comunicado de prensa al contenido que transmite? No hay nada peor que las redundancias innecesarias, las repeticiones o las florituras retóricas. Ten en cuenta que un comunicado de prensa solo tiene dos páginas en casos muy excepcionales.

Estilo y lenguaje

- Evita las valoraciones, los superlativos, las descripciones floridas y el estilo nominal, y omite las expresiones vacías y las obviedades.
- **Escribir en voz activa** y utilizar poco la voz pasiva. (Por ejemplo,*«El BESJ organiza el evento»*es mejor que *«El evento es organizado por el BESJ»*) .
- No escribir en primera persona del singular («yo») ni en plural («nosotros»), sino tal y como aparece en el periódico (p. ej.: *«El proyecto sin igual del BESJ fue todo un éxito...»).*
- Identificar las opiniones como citas.
- Mantener el texto lo más conciso posible, pero tan detallado como sea necesario. Respetar el estilo periodístico: muchos datos en pocas frases breves.
- Describir las siglas la primera vez que aparezcan en el texto.
- Sustituir los términos en inglés y la jerga técnica por un alemán correcto. Explicar los hechos de la forma más sencilla posible.
- Intenta acercarte lo más posible al lenguaje de los periodistas. Evita las afirmaciones demasiado autopromocionales.
- No escribas «hoy» o «ayer», sino que indiques la fecha correspondiente.

Formato

- Una (hasta un máximo de dos) páginas DIN A4
- Tipo de letra sencillo, interlineado de 1,5.
- **¿Quién revisa el texto** antes de que se publique el comunicado de prensa? ¡Trabaja siempre siguiendo el principio de la doble revisión!

Datos de contacto

- Tanto al final del texto como en las fotos que se incluyan, si las hay.
- Indica el nombre de la persona de contacto, junto con su número de teléfono y dirección de correo electrónico.

Imágenes

- Elige fotos que transmitan tanta **acción y vida** como sea posible (juegos, rapel, en un puente de cuerda…).
- Destacar aspectos especiales (grandes proyectos, comidas especiales, etc.).
- Resolución: mínimo 300 ppp; formato: archivos jpg, eps o tif.
- No elijas primeros planos demasiado detallados, para dejar margen para la edición.
- Poner las fotos a disposición en Internet para su descarga.
- Presta atención a la protección de datos y los derechos de autor; pregunta a las personas que aparecen en las imágenes si dan su consentimiento para la publicación (especialmente importante en el caso de los niños, pero también en el de otras personas).

Envío

- ¿Qué medios son adecuados (locales, regionales)? Haz una lista de los periódicos de tu región. Encontrarás las direcciones en los propios periódicos y también en Internet; no te olvides del periódico de tu pueblo J.
- ¿Estás seguro de que tu lista de distribución sigue estando actualizada? Si no es así, mejor vuelve a comprobarla. ¡Presta especial atención al envío por correo electrónico!
- Ten en cuenta los plazos: ¿cuándo es la fecha límite de redacción? Invita a la prensa con suficiente antelación.

Para el envío por correo electrónico se aplican algunas normas especiales:

- Envía el correo en formato de texto (txt) y no en formato HTML.
- Utiliza textos más breves. Si los textos son más largos, adjúntalos como archivo adjunto.
- Evita los archivos adjuntos en la medida de lo posible, ya que, de lo contrario, tu correo acabará rápidamente en el filtro de spam.
- Envía tus correos uno a uno y de forma personalizada. Dirígete al redactor de forma individual. Si, a pesar de todo, utilizas una lista de correo, hazlo siempre a través del campo CCO (oculto). ¿Están actualizadas tus direcciones de correo electrónico?
- ¡No molestes a las redacciones preguntando si han recibido el correo!
- Incluye también enlaces a información adicional en tu página web, como entrevistas, información de fondo, imágenes y gráficos.
- Mantén los archivos adjuntos pequeños o ofrécelos como descarga a través de un enlace.

Específico de la BESJ

- Envía también el artículo presentado a la BESJ, independientemente de si se publica o no.
- Mencionar a la BESJ en el texto y escribir la abreviatura «BESJ» completa la primera vez que aparezca (Federación de Grupos Juveniles Evangélicos de Suiza).
- Incluir una breve descripción de la BESJ con los datos más importantes para **el recuadro informativo de la BESJ**:

La BESJ (**Federación Evangélica Suiza de Grupos Juveniles**) es la entidad especializada en el trabajo con niños y jóvenes centrado en Cristo y orientado a la experiencia. Actualmente, cuenta con la afiliación de unas 300 iglesias nacionales e independientes. Con cerca de 17 000 participantes, es una de las cuatro asociaciones juveniles más grandes de Suiza. La BESJ desarrolla su actividad en

cuatro ámbitos: Ameisli (de 6 a 9 años), Jungschi (de 9 a 13 años), Teenies (de 13 a 16 años) y Deporte (de 6 a 16 años).
Más información: **www.besj.ch**

Referencia bibliográfica

- Imagen de portada: Juropa, www.juropa.net
- Contenido «específico de la BESJ»: Adrian Jaggi,www.besj.ch

Weitere Informationen

Etiquetas
Artículo

Edad
a partir de los 16 años

Número de participantes
No hay datos disponibles.

Biblia
Falta esta información.

Duración
No hay datos disponibles.

Material
Casi sin esfuerzo

Descarga de archivos
No hay descargas de archivos

KI Generierter Inhalt
Contenido
Etiquetas
Edad
Número de participantes
Biblia
Duración
Material

© YoungstarsWiki | https://youngstarswiki.org/es/wiki/art/escribir-articulos-de-prensa