

“Yo tengo el poder para ejercer mi derecho a la participación en los medios de comunicación”

MANUAL DE COMUNICACIÓN



Una guía para niños, niñas y adolescentes comunicadores de la Asociación Infantil “Tuktan Sirpi” (Club Infantil)

Mis datos:

Nombre:

Email:

Celular:

Cumpleaños:

Mis metas como comunicador (a):

.....
.....
.....
.....

Asociación Infantil "Tuktan Sirpi"
(Club Infantil Jinotega, Club NATRAS Yalí y Radio Estéreo Libre)
De la tienda Rossy ½ cuadra al oeste
Jinotega, Nicaragua



Al final

Este manual es una recopilación de las experiencias que hemos desarrollado los niños, niñas y adolescentes en el campo de la comunicación social con el acompañamiento del equipo de la Asociación Infantil "Tuktan Sirpi" y de diferentes capacitaciones impartidas por parte de las/los periodistas amig@s a de la niñez y adolescencia.

Espacios de comunicación a nuestro alcance:

- Programa Radial "Hablando de la niñez"
- Programa Televisivo "TV Chavalos"
- Facebook: Comunicadores Infantiles / Club Infantil Jinotega
- YouTube: www.youtube.com/user/enterate2
- Página Web Asociación Tuktan Sirpi: www.tuktansirpi.org
- Página Web Radio Estéreo Libre: www.radioestereolibre.org
- Espacios noticiosos que los periodistas amig@s nos brindan

Elaborado por: Niñas, niños y adolescentes comunicadores de la Asociación Infantil "Tuktan Sirpi" Jinotega.

Levantado de texto: Nina Graffé, Voluntaria de EIRENE Alemania.

Edición financiada por:



Ajuntament
de Sabadell



¿Por qué han sido detenidos estos
compañeros?
¿Qué motivos da la empresa?

- **De acción:** Sirven para pasar de la teoría a la práctica, para que los entrevistados expresen las acciones que van a desarrollar frente a los problemas analizados.

¿Qué se propone hacer el sindicato
para enfrentar estas cancelaciones?

También hay preguntas cerradas y abiertas.

Preguntas cerradas son las que sólo se pueden responder con un “sí” o con un “no”.

¿Tienen agua aquí en el barrio?

R = No

¿Y han solicitado el agua?

R = Sí

Con estas preguntas cerradas sólo habla el entrevistador/a y el entrevistado/a se limita a afirmar o negar.

Preguntas abiertas son las que empiezan por “cómo”, “por qué”, “qué le parece”.

¿Por qué arrestaron al muchacho?

R = Porque intentó robarle al señor de camisa rayada.

Con estas preguntas abiertas el entrevistado tiene espacio para dar su opinión.

¡La participación, es mi derecho!

Por ejemplo:

Reconocerse, quererse, respetarse y valorarse a uno mismo, es:

Inciso a): Respeto

Inciso b): Solidaridad

Inciso c): Autoestima

Pensala y después de la música te diremos si acertaste.

Si optaste por el inciso c) estás en lo correcto. La autoestima es reconocerse, quererse, respetarse y valorarse a uno mismo.

El Guión Radial

Este sirve para llevar una secuencia de las secciones a transmitir en el programa. No podemos llegar a la cabina de locución sin antes haber preparado un Guión de lo que se va a hacer en el transcurso del programa.

La Cápsula

Son sugerencias breves que informan a la población en general sobre los diferentes temas que muchas veces las personas no tienen conocimiento.



De interpretación: Se establecen relaciones con otros hechos. Sucede cuando los hechos simples son incomprensibles; se debe profundizar la noticia.

Hay 3 elementos para que la noticia sea interpretativa:

- Datos previos
- Análisis
- Valoración

- **Datos previos:** Son aquellos datos que indican el por qué el dato actual. Dato que da sentido a la información.

- **Análisis:** Porqué sucede, qué sucedió, qué puede suceder

- **Valoración:** Mensaje

Es importante tener en cuenta que una noticia en radio dura 1 minuto.

¿Sabías qué?

Son pequeñas curiosidades que llaman la atención del oyente, y se hacen en forma de admiración.

Por ejemplo:

¿Sabías que los niños y niñas sonríen 400 veces al día y los adultos solamente 15?

Acertijos

Además de educar, ayuda a pensar al oyente. Se realiza en forma de pregunta, dando a conocer varias respuestas, pero solo una es la verdadera por lo que la persona que está escuchado tiene que elegir una de las 3. Luego de un tema das a conocer la respuesta y ahí es cuando el radio escucha se da cuenta si acertó con la respuesta sobre del tema del que se habla en el acertijo.

Las niñas, niños y adolescentes tenemos derecho a recibir y difundir información!

El Reportaje Radial

El radio reportaje trata de un solo tema a profundidad e incluye todos los formatos radiofónicos: narración, descripción, entrevistas, charlas, música, testimonio, efectos de sonido, de acuerdo con lo que esté ocurriendo en el momento de la transmisión. Hay reportajes de 5 minutos, aunque se considera que lo máximo es de 10 minutos.

El propósito del reportaje es relatar los aspectos desconocidos de un hecho conocido.

Lo que se busca con el reportaje es:

- Complementar, ampliar, dar contexto a una noticia.
- Profundizar en las causas y consecuencias del hecho o de los hechos noticiosos.
- Explicar los pormenores de un problema o hecho.
- Ir a las raíces de la problemática.

Pasos para realizar un reportaje radial

- **Preparación:** Es elegir el tema, preparar el objetivo y preparar aspectos a tratar a través de un cuestionario de preguntas.

- **Investigación:** Consiste en realizar entrevistas, buscar datos, realizar sondeos, visitar lugares, consultar libros, folletos e incluso ver o escuchar otras noticias relacionadas con el tema.

- **Redacción:** Al igual que la noticia se inicia con la entrada, continua el desarrollo y finaliza con la conclusión a través de una pirámide invertida.

- **Transmisión**

En el reportaje hay un narrador, luego una entrevista, una historia, datos del tema etc.

¡Tenemos derecho... a todos nuestros derechos!

El Radio Teatro

Es una obra de teatro para radio sobre el tema que estamos abordando. Se cuenta una historia, la que debe tener **presentación**, **conflicto** y **resolución**. La palabra da a entender que se trata de “teatro que se escucha a través de la radio”, sin embargo la idea queda mucho más clara cuando pensamos que es una “película vista por alguien que no la ve”, por lo tanto el guión deberá tener las indicaciones de los **diálogos** de los **personajes**, **textos del narrador**, la **música** y los **efectos** a utilizar.

Es muy importante no usar una gran cantidad de personajes. “El que no ve” tiene que reconocerlos y saber quién es quién. Por lo tanto es mejor usar una cantidad promedio de 3 a 4 personajes, lo cual facilita la comprensión del tema por parte del radioescucha.

Cuando los personajes hablan, es muy importante que el guionista de radioteatro escriba de qué manera debe expresarse el personaje. Este problema se resuelve con lo que se llaman “acotaciones”, que se agregan al nombre del personaje inmediatamente después de su nombre, entre paréntesis.

Por ejemplo:

Adela (furiosa): ¿Qué estás diciendo?

La Noticia

La noticia es un hecho actual, real, relevante y de interés general.

La noticia en un género básico, tienen características propias en la radio, coincide en la televisión y en la prensa escrita con condiciones elementales:

- a) En la veracidad
- b) En la novedad
- c) La actualidad
- d) Interés general



Como tejer la información

Con fuente: (Por lo general la acción se redacta en tiempo pasado)

- Dijo
- Señaló
- Agregó
- Manifestó
- Informó
- Declaró
- Refirió
- Aclaró
- Reforzó
- Denunció
- Refutó
- Rechazó
- Contradijo

Sin fuente:

- Esta situación
- La disposición
- El mandato
- La problemática
- Esta acción
- Recomendación
- Reacción
- Solicitud



Noticia contextualizada

Existen 3 tipos de noticias:

- De información
- De opinión
- De interpretación

- **De información:** Se narran los hechos tal como ocurrieron.
- **De opinión:** Evaluación personal del periodista (está más referido a un editorial).

Todos los niños, niñas y adolescentes tenemos derecho a tomar decisiones de acuerdo a la evolución de nuestras facultades.

- **Lead de pintura:** Es un retrato hablado. Expresa características del hecho o la persona.

Ejemplo:

Maria Luisa Pérez de ojos café, pelo negro, piel morena, modelo, de 20 años quiere utilizar su derecho al voto para votarse a sí misma.

- **Lead de contraste:** Predica y no practica, quiere hacer una cosa pero le sale otra.

Ejemplo:

Juan Pérez, taxista recibió un reconocimiento como conductor prudente en 20 años de conducción al volante, sin embargo hoy destrozó su vehículo, donde la víctima fue Pepita de 4 años de edad.

- **Lead de cita:** Algo textual (dicho por una persona protagonista del hecho)

Ejemplo:

“Nadie entrará a clase el lunes si no lleva el carnet que lo identifique”, dijo la delegada del ministerio de educación.

“Animo Leonidas, Dios sabe lo que hace y porqué estás en esa silla”, fue parte del discurso del padre Douglas en la toma de posesión del Alcalde de Jinotega.

Nota

El lead se originó de un periodista norteamericano de la Agencia A.P. cuando sacó la siguiente noticia:

Washington, viernes 14 de abril de 1865

El presidente fue balaceado en un teatro esta noche y se cree que esta mortalmente herido.



Valores de la noticia:

- Actualidad
- Proximidad
- Prominencia
- Consecuencia
- Interés Humano
- Originalidad

- **Actualidad:** Es un hecho viejo, no conocido pero que se revela por primera vez, tiene que ver con el presente. ¿Qué sucede ahora?

- **Proximidad:** La proximidad tiene 2 condiciones: La proximidad geográfica y la proximidad ideológica.

Por ejemplo: Si 2 personas pertenecen al mismo partido político, éstas tienen proximidad ideológica porque opinan lo mismo.

- **Prominencia:** Eso tiene que ver con el carácter de ciertas personas o lugares en relación con los hechos.

- **Consecuencia:** Algunas noticias son importantes, no por el hecho en sí, sino por sus efectos o por las consecuencias que se derivan de ella.

- **Interés humano:** La vida misma con sus humanos es atractiva como noticia.

- **Originalidad:** En la originalidad tenemos que buscar el valor desacostumbrado, lo infrecuente.



Para construir una buena noticia además debes buscar respuestas a éstas preguntas básicas o claves:

- **¿Qué?:** Al responder esta pregunta se recoge todo lo que ha ocurrido. Es como si nos preguntáramos: ¿Qué ha pasado aquí? ¿Qué ocurrió? ¿Qué se dijo? ¿Cuáles son los acontecimientos?
- **¿Quién?:** Con esta pregunta buscamos dar información sobre la persona que es protagonista del hecho. En algunas ocasiones, los nombres de las personas relacionadas con un acontecimiento son más importante que el hecho en sí. Por esto es necesario nombrar a los protagonistas de la acción. Necesitamos comprender quien desarrolla la historia para poder comprender la historia.
- **¿Cómo?:** Con la respuesta a esta pregunta se explica a los interlocutores, o sea, lector, televidente u oyente el modo en que ocurrió o se realizó el acontecimiento. Ayuda a establecer los detalles importantes, sin los cuales la noticia puede ser incompleta.
- **¿Dónde?:** Ubica correctamente el lugar donde ha ocurrido el hecho: comunidad, parroquia, cantón, barrio, pueblo, en la escuela, en la casa etc.
- **¿Cuándo?:** Dice el momento preciso en que sucedió el acontecimiento y que duración tuvo.
- **¿Para qué?:** Recoge información sobre la finalidad o propósito del acontecimiento. Es igual que preguntar: ¿Para qué hacemos ésto? ¿Con qué fin hacemos ésto? ¿Qué pretendemos lograr al hacer ésto?
- **¿Por qué?:** Busca las causas que produjeron el hecho. Es igual que preguntar: ¿Por qué ocurrió? ¿Qué razones hubieron para llegar a esto? ¿Por qué el hacendado ha reaccionado de tal manera? ¿Por qué los campesinos se han lanzado a ocupar las tierras? ¿Qué motivos tienen?

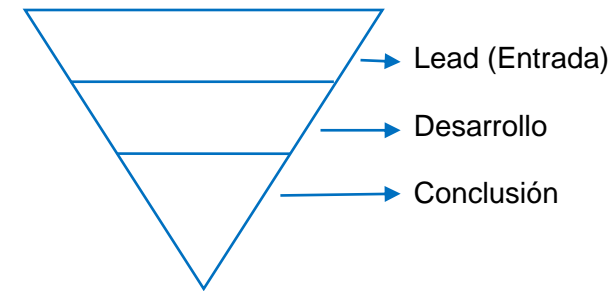
*Tengo derecho a expresarme libremente
y participar en todos los asuntos que nos conciernen.*

Como se estructura una noticia

Sus partes son:

1. Lead (Entrada)
2. Desarrollo
3. Conclusión

Es una pirámide invertida



Va de lo más relevante a lo menos relevante.

Existen diferentes tipos de Lead

- Lead de sumario
 - Lead de impacto
 - Lead de pintura
 - Lead de contraste
 - Lead de cita
- **Lead de sumario:** Responde a todas las preguntas: ¿Cómo? ¿Quién? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Qué? ¿Por qué? ¿Para qué?

Ejemplo:

Un carnet que identifique al estudiante como tal, será a partir del próximo lunes la intransmisible para que el alumno pueda ingresar a su respectivo centro de estudio.

- **Lead de impacto:** Se comienza con una frase famosa, un refrán conocido o una ironía (digo algo, pero doy a entender otra cosa)

Ejemplo:

No hay sitio como el propio hogar para sufrir un accidente.