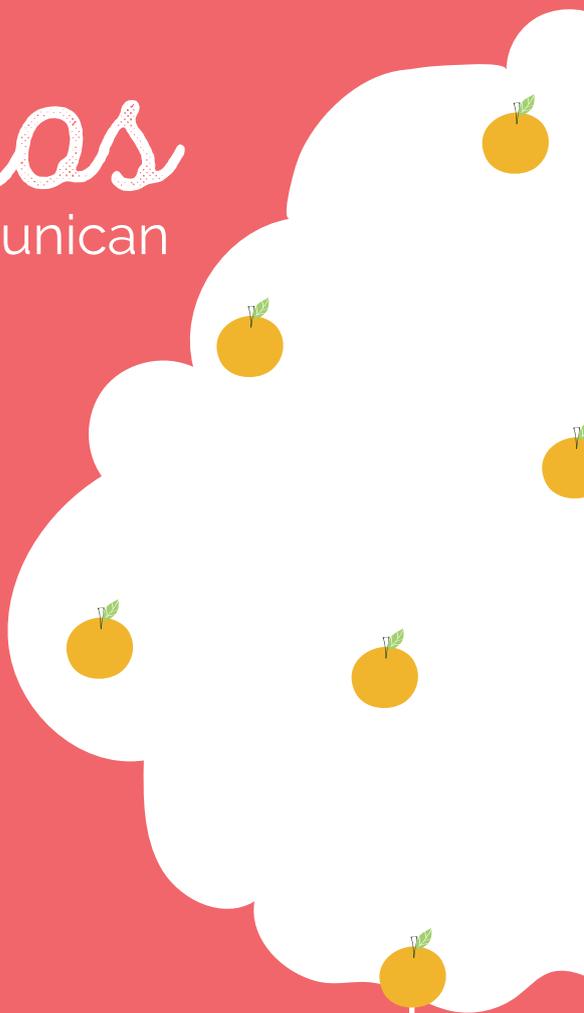


Sueños

que comunican



Cartilla comunicación
y prensa





Sueños que comunican

Cartilla comunicación y prensa

.....



GRUPO BANCO MUNDIAL



El futuro
es de todos

Unidad para la atención
y reparación integral
a las víctimas



Sueños que comunican

CAJA DE HERRAMIENTAS COMUNICATIVAS PARA
SUJETOS DE REPARACIÓN COLECTIVA

COMUNICACIÓN Y PRENSA

© **Unidad para la Atención y Reparación Integral
las Víctimas**

www.unidadvictimas.gov.co

Ramón Alberto Rodríguez Andrade
Director General

Lorena Mesa Mayorga
Subdirectora General

Enrique Ardila Franco
Director Técnico de Reparación

Juanita Ibáñez Santamaría
Subdirectora de Reparación Colectiva

Julián Forero González
Apoyo conceptual
Equipo de Fortalecimiento y Gestión del Conocimiento
Dirección Técnica de Reparación

Alexandra Villarreal Agudelo
Apoyo conceptual
Oficina Asesora de Comunicaciones

© **Banco Mundial**

Mariana T. Felicio
Especialista Senior en Desarrollo Social y Gerenta del
Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas
TF018908

Embajada de Suecia

Catalina Hoyos
Oficina de Programas Nacionales y el resto de la
Embajada Sueca

Proyecto Banco Mundial - Unidad para las Víctimas

Ruth Eslendi Miranda
Coordinadora Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Equipo Técnico Proyecto Banco Mundial - Unidad para
las Víctimas TF018908

Ángela Velandia Cruz
Creación de contenidos
Consultora Comunicaciones Proyecto Banco Mundial
- Unidad para las Víctimas Proyecto TF018908

Melissa Díaz Gómez
Juanita Plata Porras
Diseño e ilustración

Esta publicación fue realizada con el apoyo y contenido
de la Unidad para las Víctimas, quien se reserva los
derechos de todo lo plasmado en esta obra.

Quedan reservados todos los derechos. La presente
publicación no podrá ser reproducida íntegra o
parcialmente, ni archivada o transmitida por ningún
medio (ya sea electrónico, mecánico, fotocopiado,
grabado u otro), sin la autorización previa del editor.

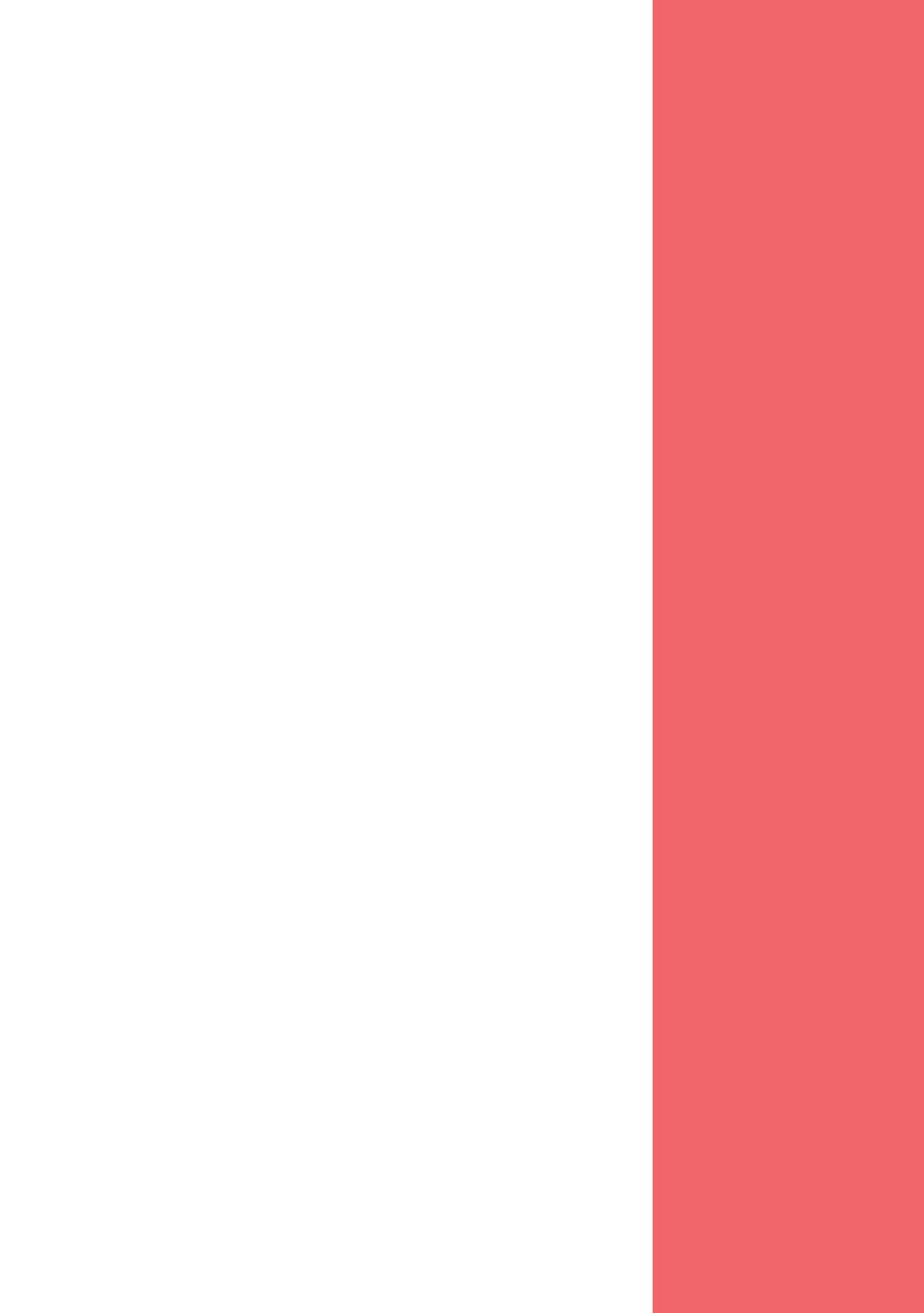
Impreso por: Melissa La Ilustradora
Impreso en Colombia. Printed in Colombia

Cartilla comunicación y prensa

Contenido

.....

Presentación	9
<i>Las herramientas</i>	10
Comunicación comunitaria alternativa	12
Medios de comunicación	14
<i>Tradicionales</i>	14
<i>Alternativos</i>	15
<i>Experiencias exitosas de comunicación comunitaria alternativa</i>	16
<i>Fuentes de información</i>	20
<i>Los géneros periodísticos</i>	22
<i>Consejos básicos de escritura</i>	33
<i>Creación de piezas gráficas</i>	36
<i>Comunicar los sueños, plan de comunicaciones</i>	43





Sueños que Comunican

Caja de herramientas
comunicativas para sujetos
de reparación colectiva



Presentación

.....

Tienes en las manos la caja de herramientas *Sueños que Comunican*, diseñada para contribuir en la formación de personas que, como tú, quieren aprender sobre reportería comunitaria y trabajar en la reconstrucción, visibilidad y fortalecimiento de los sueños de los sujetos colectivos que han sufrido daños ocasionados en el marco del conflicto armado.

Cada vez que quieras contar a otras personas lo que ocurre en tu comunidad, podrás abrir estas cartillas y explorar herramientas que te ayudarán a organizar (preparar), crear (sembrar) y transmitir las ideas, problemas e historias que tienes en mente (cosechar). Aprenderás de manera fácil y práctica sobre comunicación comunitaria, prensa, radio, video, redes sociales, seguridad informática y estrategias de comunicación.

Sueños que Comunican ha sido construida con recursos de cooperación del pueblo sueco a través del proyecto "Reparación Colectiva a Víctimas para la Reconstrucción Social",

de la Unidad para las Víctimas y el Banco Mundial. Esta caja de herramientas, dirigida a sujetos de reparación colectiva, busca mostrar cómo la comunicación comunitaria, dentro de la reparación colectiva, es un vehículo hacia la dignificación y recuperación de la memoria histórica; la reconstrucción de proyectos colectivos, planes de vida o proyectos de desarrollo étnico; el fortalecimiento de las organizaciones y comunidades, a partir de las capacidades de acción política y ciudadana; la recuperación y restablecimiento del tejido social; y la promoción de la reconciliación, tanto al interior como en el entorno de los sujetos colectivos.

Tener en las manos *Sueños que Comunican* es una responsabilidad y un reto enorme. Trabajar en reportería comunitaria no es una labor fácil; se trata de tejer redes de apoyo para lograr incidencia, de construir solidaridad a través de las historias, de juntar esfuerzos para hacer visibles las problemáticas y los sueños colectivos; pero, sobre todo, de fortalecer a

los sujetos de reparación colectiva como actores sociales y políticos fundamentales en la construcción de la democracia y la paz.

¡Manos a la siembra, reporteros y reporteras! No hay sueños que perder...

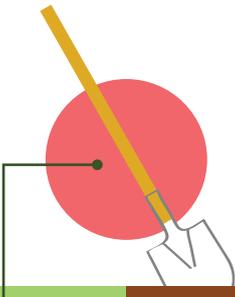
Las herramientas

Para comunicar hay que tener especial cuidado en todos y cada uno de los pasos.

Hemos dispuesto en estas cartillas unos elementos que te ayudarán en el proceso creativo.

Preparación

En esta etapa hay que abonar con una mezcla perfecta: dos bultos de curiosidad, uno de conocimientos, medio de empatía y unos cuantos kilos de dedicación. Usa las siguientes herramientas para lograrlo:



Pala. Sirve para preparar el terreno. Encontrarás la introducción a cada tema.

Abono. Se usa para enriquecer el terreno. Hallarás conceptos y contenidos que aportarán conocimientos sobre el tema tratado.



Siembra

Para obtener unos buenos frutos, es necesario conseguir semillas de creatividad, rigurosidad y encanto. No debes olvidar cuidar y regar las semillas para mejorar la siembra. Las siguientes herramientas te serán útiles en esta etapa:

Semillas. Encontrarás todo lo que necesitas para crear una pieza comunicativa. Son una guía paso a paso.



Regadera. Algunos consejos útiles que te ayudarán a profundizar los conocimientos y facilitarán el proceso de creación.

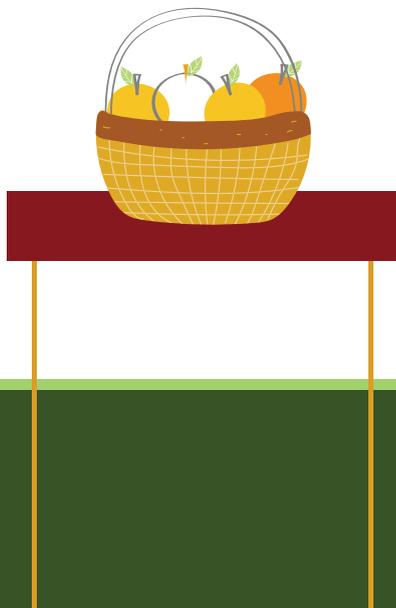


Cosecha

Una de las mejores formas de aprender a cosechar es observar cómo lo han hecho otras personas y colectivos. Usa estos frutos para guiarte y aprovecha el canasto para darle tu toque secreto.

Frutos. Todo lo que aprendes tiene resultados, revisa estos ejemplos para inspirarte.

Canasto. Recoge todo el conocimiento adquirido y ponlo en práctica con los ejercicios que encontrarás aquí.



Comunicación

comunitaria y alternativa

.....



La comunicación es un proceso participativo mediante el cual grupos sociales como el tuyo logran intercambiar ideas, experiencias, problemáticas, sentimientos, sueños y valores¹. Se pueden emplear diversos medios y lenguajes, dependiendo de la intención, el público al que quieres llegar y las herramientas con las que cuentas para elaborar y transmitir mensajes de manera efectiva.

Se conoce como comunicación comunitaria a aquella que se hace desde y para las comunidades. Su principal característica es que además de buscar el desarrollo social, atendiendo a las necesidades pro-

1 Ver más en Beltrán, Luís Ramiro. Comunicación para el desarrollo en Latinoamérica, una evaluación sucinta al cabo de cuarenta años. (En línea) Discurso de inauguración de la IV Mesa Redonda sobre Comunicación y Desarrollo organizada por el Instituto para América Latina (IPAL) en Lima, Perú, entre el 23 y el 26 de febrero de 1993. Disponible en: https://www.infoamerica.org/teoria_articulos/beltran1.htm

pias de cada población, se centra en fortalecer los procesos de participación política de los sujetos y no tiene interés comercial.

Es comunicación alternativa porque está al servicio de las personas que buscan construir un mundo mejor². Es una herramienta para visibilizar y empoderar, que supera las barreras geográficas y tecnológicas porque no se enfoca únicamente en medios tradicionales como la televisión, la radio y la prensa, sino que reconoce la fortaleza de otras formas de comunicar como el teatro, la danza, la música, el arte, el mural, entre otras.

Sin embargo, se debe reconocer que los medios tradicionales pueden

2 Corrales, Fernanda & Hernández Hilda. La comunicación alternativa en nuestros días: un acercamiento a los medios de la alternancia y la participación. (En línea). Disponible en <http://www.razonypalabra.org.mx/N/N70/CO-RRALES-HERNANDEZ-REVISADO.pdf>

llegar a ser útiles en los procesos comunicativos de las comunidades. Lo alternativo está en el uso que se hace de esos medios y el objetivo que se busca alcanzar. Esto quiere decir que puedes emplear el medio que mejor se adapte a las necesidades y condiciones de tu comunidad.

La diferencia entre la comunicación tradicional y la comunicación comunitaria alternativa es que en esta última la información es cercana, no hay grandes intereses económicos y se tocan los temas que interesan directamente a las comunidades. Los protagonistas son los hombres y mujeres con los que se convive en el día a día, se amplifican las voces que son invisibles en los grandes medios de comunicación y se posibilita el conocimiento de realidades

que no se muestran en los medios tradicionales.

La comunicación comunitaria alternativa tiene diversas funciones. Dentro del proceso de reparación colectiva puede servir a los sujetos de reparación colectiva como vehículo para lograr:

1. **Reconstruir** proyectos colectivos, planes de vida o proyectos de desarrollo étnico.
2. **Fortalecer** capacidades políticas, ciudadanas y de incidencia.
3. **Recuperar** y restablecer el tejido social y las relaciones de confianza.
4. **Dignificar** y recuperar la memoria histórica.
5. **Promover** la reconciliación y los pactos de convivencia, tanto al interior como con el entorno.



Medios

de comunicación

.....



Son herramientas que permiten transmitir los mensajes. Los medios de comunicación se clasifican de distintas formas, pero la más conocida es la que de acuerdo a la cantidad de gente a la que llegan, los divide en medios masivos (televisión, radio, prensa, y recientemente, las redes sociales) y medios no masivos (interpersonales, como el correo y el teléfono).



Los medios de carácter masivo también son conocidos como medios tradicionales, pero la comunicación va mucho más allá de ellos. No son las únicas herramientas que existen para comunicar.

A lo largo de la historia los grupos humanos han buscado y empleado

múltiples formas para expresarse, sobrepasando la prensa, la radio y la televisión.

En su mayoría, los medios alternativos son de bajo costo y no se concentran en ser masivos para llegar a un gran número de personas, aunque lograrlo puede ser parte de sus objetivos. El teatro, la danza, el mural, el performance, el perifoneo, el voz a voz y otros, permiten transmitir mensajes al tiempo que articulan a las comunidades, fortalecen el sentido de pertenencia de los sujetos a su colectividad, aportan al tejido social y facilitan la participación activa de las personas en la reconstrucción de los sueños colectivos.

Tradicionales:

Masivos:

- Televisión
- Radio
- Prensa
- Redes sociales

No masivos:

- Correo
- Teléfono

.....

Alternativos

- Vídeo
- Teatro
- Música
- Danza
- Mural
- Voz a voz
- Perifoneo
- Carnaval



- Literatura
- Otros

De todas formas, no es una lista cerrada, puede crecer con un poco de creatividad y empeño. No olvides que la comunicación alternativa comunitaria puede emplear cualquiera de los medios mencionados u otros que logren cumplir con el objetivo de comunicar; pues lo alternativo en la comunicación no está definido por el medio que se usa, sino por el contenido y la intención de los mensajes que vas a transmitir.

CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
<p>Masivos nacionales e internacionales</p>	<p>Son medios de comunicación que, por sus capacidades técnicas, logísticas y financieras, logran llegar con sus contenidos a un gran número de personas.</p> <p>En su mayoría están organizados como empresas y sus intereses económicos y políticos son marcados. Sin embargo, pueden ser de carácter privado o público.</p>	<p>Nacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Caracol Televisión y Caracol • Radio • RCN y RCN Radio • Canal Uno • Semana • El Espectador • El Tiempo • Radio Nacional de Colombia • La República <p>Internacionales:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Cable News Network (CNN) • British Broadcasting Corporation (BBC) • Agencia EFE • Agence France-Presse (AFP) • El Clarín (Argentina) • El País (España) • The New York Times (Estados Unidos)

CLASIFICACIÓN	CARACTERÍSTICAS	EJEMPLOS
Medios regionales	<p>Tienen capacidades limitadas en términos de su alcance. El cubrimiento que realizan se enfoca en un territorio específico, llegando a zonas geográficas delimitadas.</p> <p>En Colombia la mayoría de estos medios son públicos.</p>	<p>Públicos:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Telepacífico • Teleantioquia • Telecaribe • Canal Capital <p>Privados:</p> <ul style="list-style-type: none"> • El País (Cali) • El Nuevo Día (Ibagué) • El Heraldo (Barranquilla) • El Universal (Cartagena) • El Colombiano (Medellín) • La Nación (Neiva)
Medios locales	<p>Son medios que se proponen cubrir un espacio geográfico específico y ahondar en las problemáticas de las comunidades locales.</p>	<ul style="list-style-type: none"> • La Chiva de Urabá • Notiriosucio • Extra • Q'Hubo • El Tabloide (Tuluá) • Emisora Ecos del Cobeima (Ibagué)



Experiencias exitosas de comunicación comunitaria alternativa

Hemos visto que esta clase de comunicación tiene una vocación de servicio con la comunidad y los medios que se emplean son solo herramientas para expresar las necesidades cotidianas de las personas.

De los muchos que existen, hemos seleccionado algunas experiencias

exitosas que pueden servir para orientar el trabajo del equipo de corresponsales comunitarios del que haces parte.

1. Radio Sutatenza:

En 1947, el padre Salcedo Guarín, perteneciente a la Acción Cultural Popular (ACPO) -entidad católica-, fundó Radio Sutatenza en el Valle de Tenza (Boyacá).



.....
Fuente: Colección Biblioteca
Luis Ángel Arango

A través de esta iniciativa radial que llegó a tener emisiones de 19 horas, se buscó la alfabetización de miles de campesinos que no sabían leer, escribir o hacer operaciones aritméticas básicas, pero que tenían acceso a la radio. Radio Sutatenza fue la experiencia de educación rural radial más grande del continente y funcionó hasta 1994. Su consigna “La educación nos hace libres”

logró vincular a miles de campesinos, en su mayoría mujeres, a las escuelas radiofónicas que poco a poco incluyeron contenidos que buscaban el desarrollo rural y campesino del país.

Youtube: Radio Sutatenza: Las cartillas del progreso campesino <https://www.youtube.com/watch?v=eX0Ir-VhYutI>

2. Tejido de Comunicación del pueblo Nasa, de la Asociación de Cabillos Indígenas del norte del Cauca

*“La palabra sin acción es vacía.
La acción sin palabra es ciega.
La palabra y la acción fuera
del espíritu de la comunidad,
son la muerte”*

Pensamiento Nasa

Esta iniciativa reúne desde el año 2004 los esfuerzos comunicativos de los indígenas del norte del Cauca, especialmente los del pueblo nasa. En esa época, como resultado de diversos talleres y escuelas de comunicación, se lograron constituir tres emisoras indígenas y un telecentro comunitario que funcionaban de forma independiente.



.....
Fuente: Facebook Tejido de Comunicación del Pueblo Nasa

Se hizo evidente la necesidad de fortalecer su estrategia de comunicación y articularse para mantener la relación con la naturaleza, sus prácticas culturales y defenderse del exterminio desde la resistencia pacífica. Como consecuencia, se fundó el Tejido de Comunicación del Pueblo Nasa, que busca abrir espacios externos y en escenarios políticos para visibilizar, proteger y fortalecer los planes de vida.

Jóvenes, mujeres y hombres interesados en la comunicación se han apropiado de medios de comunicación como la radio, la prensa, el video y las redes sociales para cumplir con sus objetivos colectivos. Sin embargo, esto no ha implicado que sus formas propias de comunicación, como las mingas y las movilizaciones, se hayan dejado en el olvido; por el contrario, los nuevos recursos tecnológicos se han aprovechado para darles visibilidad y fortalecer sus procesos.

3. Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21

Según la reseña publicada en su página web, este colectivo fue creado por un grupo de comunicadores sociales, maestros, líderes comunitarios y gestores culturales de El Carmen de Bolívar, interesados en promover la apertura de espacios de comunicación alternativos que posibilitaran la construcción de ciudadad-



.....
Fuente: Colectivo de Comunicaciones Montes de María Línea 21

nía, participación e identidad. Fue el resultado de un taller de periodismo para el desarrollo comunitario en la Casa de la Cultura de El Carmen de Bolívar, dictado por el Servicio Nacional de Aprendizaje SENA, Regional Bolívar - Sucre.

Utilizan el video y las redes sociales para visibilizar sus actividades. La información que publican busca fortalecer la identidad cultural de la población montemariana y mantener viva la memoria para aportar a la construcción de paz.

Participaron activamente en el lanzamiento del Museo Itinerante de la

Memoria y la Identidad de los Montes de María (MIM), en San Jacinto, que busca la reparación simbólica para las comunidades y víctimas afectadas por el conflicto en los Montes de María.

4. Salón de la Memoria, Pueblo Bello

En el 2014 se inauguró en el Urabá Antioqueño, exactamente en el municipio de Pueblo Bello, un salón de la memoria para rendir tributo a las



Tomado de: Centro Nacional de Memoria Histórica. Memoria y dignidad de Pueblo Bello

víctimas. Este sujeto de reparación colectiva empleó el lugar no solo para dignificar la memoria, sino también para comprender lo que había sucedido con los seres queridos que perdieron en medio del conflicto.

Esta iniciativa de memoria y comunicación intenta reconstruir los lazos comunitarios que habían sido debilitados por la violencia y avanzar en la construcción de paz. Hoy es un sitio de encuentro social.

5. Iniciativas audiovisuales

Las nuevas tecnologías permiten accesos relativamente fáciles para la difusión de la información. Colectivos y movimientos sociales han aprovechado esta ventaja para producir piezas audiovisuales y difundirlas a través de redes sociales; incluso hay algunos que tuvieron la iniciativa de hacer programas de manera periódica y subirlos a plataformas como Youtube.

Algunos ejemplos son Ojo al Sancocho (Ciudad Bolívar, Bogotá); TV Kankuama, primer canal de televisión indígena; Formato 19K (Ciudad Bolívar, Bogotá); Ríos Vivos (Antioquia, canal Youtube); Mejoda (distri-



Fuente: Oficina Asesora de Comunicaciones, Unidad para las Víctimas

to de Aguablanca, en Cali); Pasolini (barrios de la comuna nororiental de Medellín)³.

³ Román, María José. Mirar la mirada: para disfrutar el audiovisual alternativo y comunitario. (En línea). Disponible en: <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/6438/5908>



Fuentes de información

Son las personas, documentos o instituciones que buscamos para obtener datos, testimonios e imágenes que permiten realizar los contenidos de nuestros medios de comunicación.

Siempre que produzcas una pieza comunicativa es importante consultar diversas fuentes y verificar la información antes de publicarla o difundirla. Entre más fuentes consultes, más completa será la información.



● Documentales

Son archivos, investigaciones e informes que realizan diversas instituciones. Algunos de los sitios donde puedes encontrar estas fuentes son bibliotecas, hemerotecas, archivos de universidades y bases de datos.

● Institucionales

Son archivos, investigaciones e informes que realizan las instituciones estatales o no estatales como parte de su funcionamiento. Algunos de los sitios donde puedes encontrar

este tipo de información son las bases de datos, páginas web, salas de prensa y ruedas de prensa.

● Testimoniales

Son conocidas también como fuentes primarias. Es la información que recolectamos de las personas que han estado presentes, que son los actores directos de los hechos que queremos comunicar o cuya experiencia personal es relevante para la información que vamos a transmitir.

Te dejamos algunas fuentes que pueden ser de utilidad para construir tus piezas comunicativas:



Institucionales

1. Páginas web y redes sociales de instituciones estatales y ministerios: Ministerio del Interior, Ministerio de Hacienda, Ministerio de Defensa, Ministerio de Cultura, Ministerio de Educación, Ministerio de Trabajo, Unidad para las Víctimas, Centro Nacional de Memoria Histórica, Presidencia de la República, Policía Nacional, entre otras.
2. Comunicados de prensa, redes sociales y sitio web de alcaldías municipales, gobernaciones, corporaciones autónomas regionales, etc.
3. Departamento Administrativo Nacional de Estadística (DANE), link pá-

gina web: <http://www.dane.gov.co/>.

4. Repositorio TerriData del Departamento Nacional de Planeación (DNP), link página web: <https://terridata.dnp.gov.co/>

5. Organizaciones internacionales como ONUMujeres, el Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), entre otras.

6. Organizaciones no gubernamentales culturales, sociales, ambientales y deportivas.

Bibliotecas

1. Luis Ángel Arango, link página <http://www.banrepcultural.org/bogota/biblioteca-luis-angel-arango>

2. Biblioteca Nacional, link página <http://catalogoenlinea.bibliotecanacional.gov.co>

3. Biblioteca digital CLACSO, link página web: <http://biblioteca.clacso.edu.ar/>

Hemerotecas

1. Hemeroteca digital del Banco de la República, link página web: <http://www.banrepcultural.org/biblioteca-virtual/colecciones-digitales/hemeroteca-historica>

2. Hemeroteca digital de Google, link página web: <https://news.google.com/newspapers>

3. Hemeroteca de la Biblioteca Nacional de España, link de página web: <http://www.bne.es/es/Catalogos/HemerotecaDigital/>

Repositorios

1. Repositorio de la Universidad Nacional de Colombia, link página web: <http://www.bdigital.unal.edu.co/>

2. Repositorio de la Universidad Javeriana, link página web:

<https://repository.javeriana.edu.co>3.

Repositorio de la Universidad de Antioquia, link página web:

<http://bibliotecadigital.udea.edu.co/>

Bases de datos

1. Datos Abiertos Colombia, link página web: <https://www.datos.gov.co/>

2. Base de datos del Banco Mundial, link página web:

<https://datbank.bancomundial.org>

3. Base de datos de la ONU, Link página web: <https://www.un.org/es/databases/>

Otras

1. Medios y agencias de comunicación internacionales, nacionales, regionales y locales.

2. Libro de Datos de la Agencia Central de Inteligencia (CIA), link página web: <https://www.cia.gov/library/publications/>

Prensa

Se denomina así al conjunto de publicaciones escritas que son periódicas y masivas. Se caracteriza por la facilidad que brinda para desarrollar información, ya que además del texto permite incluir apoyo gráfico para reforzar y hacer atractivos los men-

sajes (fotografía, imágenes, infografías, etcétera).

Actualmente, la prensa, en su diversidad de publicaciones, ha pasado del papel a la internet para tener mayor alcance, economizar gastos y responder a las necesidades informativas de las personas. Este cambio ha impactado en la forma de escribir; hoy hay muchas más herramientas para atrapar a los lectores y conectarlos con el mensaje. Por ejemplo, el apoyo de los textos ya no se limita a las imágenes y fotografías, sino que incluye videos, audios, encuestas, juegos, mapas interactivos, entre otros.

La prensa fue el primer vehículo para el periodismo y por los avances tecnológicos ha sufrido múltiples transformaciones. Esto es evidente en la periodicidad de las publicaciones, las formas de escritura, el medio físico de difusión, sus objetivos y su alcance.

Publicaciones en prensa

Periódico

- Diario: todos los días
- Semanario: cada semana
- Quicenario: cada quince días
- Anuario: cada año

Revista

Fanzine

Boletín

Panfleto

Los géneros periodísticos



Noticia

Es un texto informativo con la mayor brevedad y claridad posible, sobre un hecho de relevancia e interés público. Debe responder a seis preguntas básicas: ¿Qué?, ¿cómo?, ¿cuándo?, ¿quién o quiénes?, ¿dónde? y ¿por qué?

Cuando estés escribiendo una noticia, no debes incluir opiniones ni juicios de valor. Es importante que contenga la mayor cantidad de fuentes y datos relevantes.



¿Cómo hacer una noticia?

1. ¡Investiga! Debes recurrir a las fuentes de información para rastrear el hecho sobre el que construirás la noticia, es importante que contrastes la información de diferentes fuentes.

2. ¡Prioriza! Organiza la información que tienes disponible como si

construyeras una pirámide invertida, donde la información más relevante se encuentre al principio de la noticia y su importancia vaya reduciéndose conforme avanzas.

3. ¡Redacta! Debes empezar con un primer párrafo conocido como *Lead* o *entradilla*, donde debes procurar responder las seis preguntas básicas de la noticia.

A continuación, tendrás que redactar el cuerpo de la noticia, donde ampliarás la información que enunciaste en la *entradilla*. Introduce los datos relevantes y termina con un párrafo de cierre. En el cual expondrás una idea final a manera de conclusión, con los posibles desenlaces e impactos de la noticia.

4. ¡Impacta! Luego de redactar la noticia sabrás cuál es la información más importante que posees; usa esto para redactar un titular con lo más destacado y atractivo de la noticia. No olvides captar la atención del lector con el titular.

5. ¡Corrige! Siempre es importante revisar lo que hagamos antes de publicar. Revisa la ortografía, gramática y claridad del texto. Recuerda que lo esencial en la comunicación es la capacidad de transmitir. Pregúntate si lo que acabas de escribir lo entenderán tus familiares, amigos y vecinos. Si la respuesta es positiva, la noticia está lista.



EL ESPECTADOR

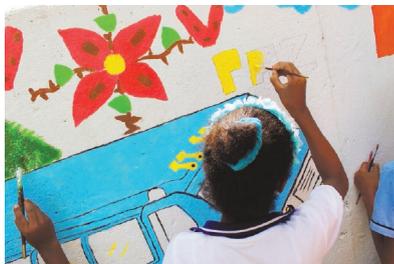
Viernes 02 de agosto

LAS FIESTAS PATRONALES VUELVEN A TOMAR RITMO EN EL MUNICIPIO DE VILLANUEVA

Zipacoa (Bolívar), en la recta final de la reparación colectiva

Posconflicto 16 Dic 2017 - 9:00 PM
Germán Gómez Polo - Twitter: @TresEnMil

En 2001, paramilitares llegaron a este corregimiento, a 40 minutos de Cartagena, y se llevaron a cuatro de sus habitantes, quienes aparecieron asesinados en una finca cercana. Hoy, su población está en la última etapa del proceso de reparación colectiva junto a la Unidad para las Víctimas.



Como parte de una medida de satisfacción dentro del plan de reparación, una niña zipacoera plasmó la paz en un mural del pueblo. Germán Gómez Polo - El Espectador

"Cómo no me voy a acordar del día en que mataron a mi hijo". Carmen Murillo tiene 64 años y desde la sala de su casa, a pocos

Fragmento tomado de: El Espectador.



Entrevista

Es un diálogo que se establece con una o varias personas alrededor de temas de interés general mediante preguntas. La entrevista puede tener diversos propósitos: obtener información, ahondar en un tema, mostrar elementos de la personalidad de alguien, pedir la opinión de una persona frente a un tema o situación, conseguir un testimonio, entre otros. Aunque es un género periodístico independiente, complementa a los demás como una herramienta para conseguir información.



¿Cómo hacer una entrevista?

1. ¡Define! Debes determinar a quién le harás la entrevista (fuente de la que vas a obtener la información), el tema sobre el que se va a dialogar, qué información deseas obtener y cuándo y dónde se puede llevar a cabo el encuentro.

2. ¡Investiga! Recuerda indagar sobre la persona o personas que vas a

entrevistar antes del encuentro; además, debes tener conocimiento del tema que van a discutir. Es fundamental tener mucha información para aprovechar al máximo la posibilidad de hacer preguntas y contrapreguntas, es decir, realizar otras preguntas de acuerdo a lo que te vayan respondiendo.

3. ¡Prepara las preguntas! Previo a la entrevista prepara las preguntas y anótalas para tener una guía. Las preguntas deben ser abiertas, es decir, no hay que formular interrogantes que se respondan con sí o no. Como la idea es obtener la mayor información posible, las preguntas deben tener distintos niveles de intensidad o profundidad; empieza con las preguntas más fáciles y a medida que se vaya desarrollando la entrevista aumenta su complejidad.

4. ¡Hazlo! La entrevista debe ser un diálogo tranquilo, procura mantener un ritmo para hacer las preguntas y controlar los tiempos. Recuerda ser empático, es decir, haz contacto visual y presta siempre atención a las respuestas de manera que generes confianza para poder indagar sobre un tema o formular contrapreguntas. No olvides registrar la entrevista para no dejar escapar datos importantes y tener una copia que te permita verificar lo que vas a publicar. Informa al entrevistado antes de empezar cómo harás dicho registro y si está de acuerdo. Hay varias formas de

pendiendo de lo que tengas a mano: cámara (audiovisual), grabadora (audio) o libreta de apuntes (escrito).

5. ¡Contrasta! Recurre a otras fuentes de información para comprobar la veracidad y exactitud de la información que el entrevistado te proporcionó. Procura ser imparcial y comparar varias fuentes.

6. ¡Redacta! Las entrevistas se pueden redactar de dos formas. La primera es escribir unos párrafos introductorios explicando quién es tu fuente, el tema que se abordó y su relevancia; para luego escribir literalmente las preguntas y respuestas, de acuerdo al desarrollo de la conversación, seleccionando aquellas que son relevantes para cumplir con la intención comunicativa que te planteaste.

La segunda forma es redactar un párrafo introductorio e ir enlazando otros párrafos con base en las respuestas que dio el entrevistado. Siempre se debe mantener la línea de la conversación. En este estilo se emplea una estructura parecida a la de la noticia: introducción, desarrollo —con los datos e información obtenidos— y cierre.



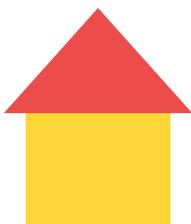
Ejemplo

La fuerza maya

Por: Juan Camilo Maldonado Tovar

Una impactante entrevista de Rigoberta Menchú, la nobel de paz guatemalteca, para la revista BOCAS.

(...) Leí buena parte de *Me llamo Rigoberta* durante la noche previa a nuestro encuentro, un viernes de febrero durante la Cumbre Mundial de Premios Nobel de Paz, en Bogotá. Cuando por fin la tuve al frente —con un huipil de flores doradas bordadas en el pecho y una balaca arcoíris sobre su pelo recogido—, tuve la sensación de que con sus ojos negros me dio un abrazo hondo y sereno. Me había pasado horas leyendo su historia. Había alcanzado a sentir su hambre, su soledad y la indignación de una adolescencia que recién despertaba enardecida ante el abuso de los terratenientes blancos, tan pero tan cercano a la esclavitud. Había sentido, sobre todo, el inmenso dolor de ver morir a tantos que se atrevían a denunciar la injusticia, entre ellos papá, mamá, hermanos, amigos. Rigoberta lo había perdido todo en la guerra guatemalteca. ¿Cómo podía saludarme con tanta calidez y dulzura



ra? ¿Cómo podía transmitirme esta calma profunda una persona que creció bajo los rigores del horror y el abuso?

Inquieto, ese viernes prendí mi grabadora para descubrir a esa mujer maya que en 1983 le prestó su voz a un pueblo, para luego salir al exilio, ganar el Nobel de Paz y hacer de la lucha por la justicia un proyecto de vida y de nación.

Antes de hablar del Nobel, arranquemos por el principio. ¿Usted tuvo una infancia feliz?

Tuve una infancia muy feliz. Nací a la orilla de un bosque nuboso, crecí recorriendo los cerros y las montañas como venada. Conocí los nacimientos de los ríos y la brisa de la neblina, porque en mi tierra llueve mucho, día y noche. Chimel es una cuna mágica, donde las piedras cambian de rostro de acuerdo con la claridad de las nubes.

También creció en una zona muy pobre...

La pobreza era fuerte. Nosotros crecimos sin zapatos, dormíamos con la ropa mojada. Aguantamos todo tipo de problemas... Pero teníamos huesos fuertes. De niña trabajé en las fincas y lo que hoy recuerdo es el aroma del café.

¿Qué aprendió usted de su padre, Vicente Menchú?

Mi papá era católico y me dio a co-

nocer la Biblia. Yo era su consentida. Gracias a él desarrollé el liderazgo, pues me llevaba a todos lados y me permitía verlo resolver los problemas de la comunidad.

¿Quién era su madre?

Mi madre fue una mujer dura, fuerte. Y dura con nosotros. Teníamos todos que tener una disciplina propia. Por ejemplo, nunca permitió que nosotros anduviéramos sucios.

Nosotros éramos pobres, pero no sucios, decía. También me enseñó que las mujeres somos prodigiosas y tenemos que cuidarnos, que nuestro cuerpo es sagrado. Y además nos inició en la medicina tradicional: a masajear, a trabajar las plantas... Muchas cosas aprendimos: secretos para que abunde el maíz, para que abunde la comida, para que tengamos bienestar...

Se nota que su madre también tenía una profunda vocación de servicio.

No en vano era la principal partera de la región, encargada de facilitar la llegada de la vida a la comunidad...

Claro. Mi madre era una referencia de señora patan, que significa "señora del servicio comunitario". Y también era una mujer de fe, absolutamente maya. Ella nos enseñó acerca de la madre, de las fuerzas del mar, del oxígeno y las piedras. Siempre me dijo: "Mire hija, si algún día sueña de noche no se deje con ese sueño, cuéntelo, cuéntelo, porque al contarlo se te va a cumplir en buenas co-

sas". Y por eso yo siento que mi misión siempre fue contar y comunicar. Yo escribo cuentos infantiles gracias a mi madre. Mucho de lo que yo proyecto de la niña que se llama Ixquem, el personaje de mis libros, proviene de las enseñanzas de mamá (...).

Fragmento Tomado de El Tiempo



Crónica

Es el género periodístico más utilizado para contar historias que tienen rostro, pues combina la investigación periodística con el estilo literario, como si fuera un cuento. Una buena crónica logra atraer y atrapar al lector, lo conecta afectivamente con la historia y al leerla se transporta junto a los personajes al lugar donde se desarrollan los hechos.

Con las crónicas puedes contar historias reales a profundidad a través de la descripción minuciosa de espacios, sensaciones, situaciones, olores y personajes. Los acontecimientos que se narran en una crónica son variados y pueden organizarse de forma cronológica o no, pero siempre tratando de contar la historia completa. No responden a la

coyuntura como las noticias, pero su forma de narración permite que los relatos sean trascendentes y tengan recordación.



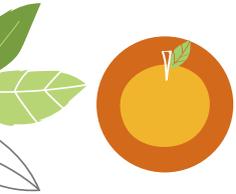
¿Cómo hacer una crónica?

1. ¡Elige! Escoge un tema que te apasione y pueda llegar a ser de interés para otros. Cada persona tiene un estilo propio y deja su huella distintiva, por lo que antes de sentarte a escribir, piensa en cómo quieres que se vea tu crónica (enfoque) y qué es lo que quieres transmitir.

2. ¡Explora! El proceso de construcción de la crónica tiene un elemento de investigación como todos los géneros periodísticos. Sin embargo, su particularidad es que además de buscar datos y hechos relevantes, el cronista debe sentir los lugares, las palabras, los olores y los gestos. La curiosidad es fundamental para moldear la historia y poder transmitir a otras personas lo encontrado.

3. ¡Inspírate y crea! La crónica es un proceso artesanal donde gran parte del éxito está en la capacidad de innovación dando al relato un estilo propio. Debes cultivarla sin afán y buscando siempre buenos frutos;

puedes leer a otros para inspirarte. Anota todo lo que pueda ayudarte en el proceso, habla con varias personas, entrevista, siente los lugares y observa todo detenidamente. Puedes usar herramientas como contar cronológicamente, describir a través de comparaciones, encontrar similitudes, etcétera.



Ejemplo

La Travesía de Wikdi

Por: Alberto Salcedo Ramos

(...) En la áspera trocha de ocho kilómetros que separa a Wikdi de su escuela se han desnucado decenas de burros. Allí, además, los paramilitares han torturado y asesinado a muchas personas. Sin embargo, Wikdi no se detiene a pensar en lo peligrosa que es esa senda atestada de piedras, barro seco y maleza. Si lo hiciera, se moriría de susto y no podría estudiar. En la caminata de ida y vuelta entre su rancho, localizado en el resguardo indígena de Arquía, y su colegio, ubicado en el municipio de Unguía, emplea cinco horas diarias. Así que siempre afronta la travesía con el mismo aspecto tranquilo que exhibe ahora, mientras cierra la corredera de su morral.

Son las 4:35 de la mañana. En enero la temperatura suele ser de extremos en esta zona del Darién chocono: ardiente durante el día y gélida durante la madrugada. Wikdi -trece años, cuerpo menudo- tiritaba de frío. Hace un instante le dijo a Prisciliano, su padre, que prefiere bañarse de noche. En este momento ambos especulan sobre lo helado que debe de haber amanecido el río Arquía.

-Menos mal que nos bañamos anoche -dice el padre.

-Esta noche volvemos al río -contesta el hijo.

Diagonal adonde ellos se encuentran, un perro se acerca al fogón de leña emplazado en el suelo de tierra. Arquea el lomo contra uno de los ladrillos del brasero, y allí se queda recostado absorbiendo el calor. Prisciliano le pregunta a su hijo si guardó el cuaderno de geografía en el morral. El niño asiente con la cabeza, dice que ya se sabe de memoria la ubicación de América. El padre mira su reloj y se dirige a mí.

-Cinco menos veinte -dice.

Luego agrega que Wikdi ya debería ir andando hacia el colegio. Lo que pasa, explica, es que en esta época clarea casi a las seis de la mañana y a él no le gusta que el muchachito transite por ese camino tan anochecido. Hace unos minutos, cuando él

y yo éramos los únicos ocupantes despiertos del rancho, Prisciliano me contó que el nacimiento de Wikdi, el mayor de sus cinco hijos, sucedió en una madrugada tan oscura como esta. Fue el 13 de mayo de 1998. A Ana Cecilia, su mujer, le sobrevinieron los dolores de parto un poco antes de las tres de la mañana. Así que él, fiel a un antiguo precepto de su etnia, corrió a avisarles a los padres de ambos. Los cuatro abuelos se plantaron alrededor de la cama, cada uno con un candil encendido entre las manos. Entonces fue como si de repente todos los kunas mayores, muertos o vivos, conocidos o desconocidos, hubieran convertido la noche en día solo para despejarle el horizonte al nuevo miembro de la familia. Por eso Prisciliano cree que a los seres de su raza siempre los recibe la aurora, así el mundo se encuentre sumergido en las tinieblas. Eso sí -concluye con aire reflexivo-: aunque lleven la claridad por dentro arriesgan demasiado cuando se internan por la trocha de Arquía en medio de tamaña negrura.

Prisciliano -treinta y ocho años, cuerpo menudo- espera que el sacrificio que está haciendo su hijo valga la pena. Él cree que en la Institución Educativa Agrícola de Unguía el niño desarrollará habilidades prácticas muy útiles para su comunidad, como aplicar vacunas veterinarias o manejar fertilizantes. Además, al culminar el bachillerato en ese colegio de

“libres” seguramente hablará mejor el idioma español. Para los indígenas kunas, “libres” son todas aquellas personas que no pertenecen a su etnia.

-El colegio está lejos -dice- pero no hay ninguno cerca. El que tenemos nosotros aquí en el resguardo solo llega hasta quinto grado, y Wikdi ya está en séptimo.

-La única opción es cursar el bachillerato en Unguía.

-Así es. Ahí me gradué yo también. Prisciliano advierte que con el favor de Papatumadi -es decir, Dios- Wikdi estudiará para convertirse en profesor una vez termine su ciclo de secundaria.

-Nunca le he insinuado que elija esa opción -aclara-. Él vio el ejemplo en casa porque yo soy profesor de la escuela de Arquía.

¿Podrá Wikdi abrirse paso en la vida con los conocimientos que adquiera en el colegio de los “libres”? Es algo que está por verse, responde Prisciliano. Quizá se enriquecerá al asimilar ciertos códigos del mundo ilustrado, ese mundo que se encuentra más allá de la selva y el mar que aíslan a sus hermanos. Se acercará a la nación blanca y a la nación negra.

De ese modo contribuirá a ensanchar los confines de su propia comarca. Se documentará sobre la historia de Colombia, y así podrá, al

menos, averiguar en qué momento se obstruyeron los caminos que vinculaban a los kunas con el resto del país. Estudiará el Álgebra de Baldor, se aprenderá los nombres de algunas penínsulas, oirá mencionar a Don Quijote de la Mancha. Después, transformado ya en profesor, les transmitirá sus conocimientos a las futuras generaciones. Entonces será como si otra vez, por cuenta de los saberes de un predecesor, brotara la aurora en medio de la noche.

-Las cinco y todavía oscuro -dice ahora Prisciliano.

Anabelkis, su cuñada, ya está despierta: hierve café en el mismo fogón en el que hace un momento tomaba calor el perro. Su marido intenta tranquilizar al bebé recién nacido de ambos, que llora a moco tendido. Nadie más falta por levantarse, pues Ana Cecilia y los otros hijos de Prisciliano durmieron anoche en Turbo, Antioquia. En el radio suena una conocida canción de despecho interpretada por Darío Gómez.

Ya lo ves me tiré el matrimonio
y ya te la jugué de verdad
fuiste mala, ay, demasiado mala
pero en esta vida todo hay que
aguantar.

El fogón es ahora una hoguera que esparce su resplandor por todo el recinto. Cantan los gallos, rebuznan los burros. En el rancho ha empeza-

do a bullir la nueva jornada. Más allá siguen reinando las tinieblas. Pareciera que en ninguna de las 61 casas restantes del cabildo se hubiera encendido un solo candil. Eso sí: cualquiera que haya nacido aquí sabe que, a esta hora, la mayoría de los 582 habitantes de la comarca ya está en pie.

Wikdi le dice hasta luego a Prisciliano en su lengua nativa ("¡kusalmallo!"), y comienza a caminar a través del pasillo que le van abriendo los cuatro perros de la familia (...).

*Fragmento tomado de
Colombia Aprende*



Reportaje

Es el género periodístico más complejo. Su grado de exigencia es mayor que el de los demás ya que reúne elementos de los otros géneros en cuanto a la investigación, la descripción de los detalles y el uso de recursos escritos y visuales para exponer la información. El reportaje es la profundización de una noticia, y aunque no se caracteriza por su inmediatez sí debe estar ligado a la actualidad. Asimismo, debe ser de interés gene-

ral, exponer distintos puntos de vista a través de diversas fuentes y apoyarse en gráficos y otros elementos de narración.



¿Cómo hacer un reportaje?

1. ¡Define! Debes pensar sobre cuál noticia quieres profundizar, por ejemplo: corrupción de una obra pública, una enfermedad que afecte a la población o un proyecto de ley que se esté discutiendo, entre otros.

2. ¡Investiga! Este es el paso al que debes dedicar más tiempo. Se debe recopilar la mayor cantidad de información (datos, informes, otras investigaciones, etcétera), recurrir a fuentes testimoniales y buscar imágenes o videos de archivo si es necesario.

3. ¡Contrasta! Cuando ya tengas la mayor cantidad de información posible, debes comprobar su validez para que sea veraz el reportaje que vas a escribir.

4. ¡Elige! Con base en la información recopilada debes definir cómo vas a apoyar tu texto, puedes escoger entre hacer tablas de datos, infografías, diagramas y fotografías, entre otros.

5. ¡Redacta! Al momento de redactar debes tener en cuenta que el reportaje es versátil en cuanto a su narración. Puedes iniciar con la descripción de un suceso al estilo de la crónica o a manera de noticia. La información y la multiplicidad de voces de las fuentes que consultaste deben ir apareciendo en el transcurso del texto. Además, dependiendo de la forma en la que escribas, el lector leerá todo tu texto, por eso debes procurar que todo se entienda, no pongas información innecesaria y maneja una escritura atractiva.

6. ¡Atrae! Realiza los contenidos para apoyar tu texto, dependiendo de la información que quieres ampliar o ilustrar mejor.



1. Agua Bendita.

Un grupo de periodistas de la revista Semana recorrió con un equipo de fotografía, video y drones, cinco fuentes hídricas estratégicas para la supervivencia del país. De su conservación dependerán las futuras generaciones, la economía y el liderazgo de Colombia en el mundo.

Enlace: <https://especiales.semana.com/agua-bendita/>



Tomado de: Revista Semana,
Proyecto Agua Bendita

2. Desaparecidos, duelo eterno.

Dos caras, una misma realidad. Ayotzinapa en México. Buenaventura en Colombia. Dos regiones donde la violencia campea. Donde las madres claman justicia y exigen cerrar sus duelos interminables. La mexicana comienza hasta ahora a despuntar el horror de las desapariciones. En ambos países el horror alcanzó límites inhumanos y reina la impunidad.

Enlace: <https://www.eltiempo.com/multimedia/especiales/desaparecidos-duelo-eterno/16382245/1/index.html>



Tomado de: eltiempo.com
Proyecto: Desaparecidos, duelo eterno



Ejercicio

1. **Construye una noticia** sobre un hecho que haya ocurrido en tu comunidad en el último mes. No olvides contestar las seis preguntas que son necesarias para una buena noticia.

2. **Realiza una entrevista** a algún personaje de tu comunidad siguiendo los pasos que ya conoces. Luego, plásmala en papel o en el medio que escojas.

3. **Selecciona un tema** que te apasione y escribe una crónica. Recuerda que debes enamorar y atrapar a tu lector.





Consejos básicos de escritura

- Revisa la ortografía, una letra puede cambiar el sentido de una oración. El diccionario será tu mejor aliado para consultar cuando no sepas cómo escribir una palabra ¡No tengas miedo de usarlo, es fácil y rápido!
- ¿Sabías que hay palabras que se escriben igual, pero significan cosas distintas cuando les ponemos una tilde? Esa tilde se conoce como tilde diacrítica. Por ejemplo, sí lleva tilde cuando es una afirmación; si, sin tilde, es el condicional de una situación, por ejemplo:
Afirmación:
- ¿Vas a comer esta noche?
- Sí
Condicional:
- Si comes, no podrás dormir bien.
- Revisa la gramática y procura escribir una idea por párrafo. Sé claro cuando escribas y evita que el lector se canse con párrafos extensos. Es recomendable que no superen las cinco líneas de texto.
- Cuando termines un texto hazte estas preguntas: ¿He sido claro?, ¿otra persona entendería lo que escribí?, ¿he dado toda la información que alguien que no conozca el tema necesita para comprender el texto?, ¿si no fuera el autor y me encontrara con el texto, lo leería?. Si las respuestas son afirmativas, entonces ten la certeza de que está bien.
- Evita usar adjetivos o calificativos sobre el tema que estás escribiendo. No es correcto, como periodista debes procurar ser imparcial y permitir que las personas saquen su opinión a partir de las fuentes e información que les presentes.
- Relee tu texto en voz alta e incluso pídele a una persona que lea lo que escribiste. Esto permitirá que encuentres los errores de redacción que a veces no notas cuando escribes.
- Explica o traduce el lenguaje técnico, sobre todo cuando manejas temas judiciales, económicos, de salud y científicos. Procura que lo que escribas lo entienda cualquier persona.

Recuerda que los signos de puntuación son las señales de tránsito para tus lectores.

“Gris es la teoría, afirma Mefistófeles, pero verde es el árbol de la vida (Goethe).”



La coma

La coma es el pare en el tránsito de tu texto, te obliga a hacer una pausa para luego continuar con tu idea. Sin embargo, existen distintas formas de usarla:

- Para separar varios elementos de una misma idea:
“Cuando el hambre entra por la puerta, el amor sale por la ventana” (Cervantes).
- Para enumerar diversos elementos que componen una idea o una descripción:
“Cuando Roma es cloaca, calabozo, catatumba, inmundicia, ventanas rotas, grietas, cornisas que se caen” (Rafael Alberti).
- Cuando quieres introducir información adicional:
“Allí donde se queman libros también se terminará, a la postre, por quemar a seres humanos” (Heine).
- Cuando introduces una referencia en medio de una idea:

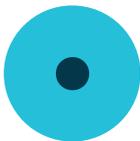


Punto y coma

El punto y coma es un semáforo en amarillo, es una pausa mayor que la coma, pero menor que el punto. Tiene varios usos entre los que se encuentran:

- Indicar contrastes entre una frase con ideas próximas:
“Cuando hagas favores, no los recuerdes; cuando los recibas, no los olvides” (Proverbio chino).
- Separar una enumeración larga, que incluye comas:
“El adivino chino que lee las antiguas marcas en el caparazón de una tortuga; el amante que, de noche, bajo las sábanas, lee a ciegas el cuerpo de la amada; el psiquiatra que ayuda a los pacientes a leer sus propios sueños desconcertantes; el pescador hawaiano que, hundiendo una mano en el agua, lee las corrientes marinas; el granjero que lee en el cielo el tiempo atmosférico; todos ellos comparten con los lectores de

libros la habilidad de descifrar y traducir signos" (A. Manguel).



El punto

El punto se puede entender como un semáforo en rojo. Se usa cuando has terminado de escribir completamente una idea. Existen tres formas de manejar los puntos dentro del texto, el **punto seguido** une dos ideas dentro de un mismo párrafo, **el punto y aparte** marca el final de un párrafo y le da continuidad al siguiente y **el punto final** señala que el texto ha terminado. El punto también suele usarse después de las abreviaturas. Algunos ejemplos son:

- **Punto seguido** | No sé si podamos seguir practicando la coreografía en la cancha. Ayer me encontré al entrenador del equipo de fútbol y me dijo que va a hacer un campeonato ahí.
- **Punto y aparte** | "Cuando llegó y le pidió su deseo al Brujo, este hizo dos bebidas: una roja para convertirse en Caimán y otra para volver a ser Humano. Tras esto, el Hombre fue con un amigo y cuando llegaron al río donde estaban

las mujeres, tomó el brebaje rojo y se convirtió en Caimán.

Su amigo tras ver la transformación, del susto dejó caer la botella que contenía el otro brebaje que era para ser Humano al piso y unas cuantas gotas cayeron en la cabeza del otro transformándolo en un "Hombre Caimán" mitad hombre, mitad animal. Tras la bulla y sorpresa, las mujeres huyeron de inmediato a ver este ser pensando que las comerían".

● Punto de abreviatura

Junta de Acción Comunal (J.A.C.)
El Departamento Nacional de Planeación (D.N.P)
Señor Presidente - Sr. Presidente



Las comillas

Son como un "ceda el paso" dentro del texto. Las comillas se usan para introducir exactamente lo que dijo una fuente de información; para referirse a artículos, textos literarios o en general para referirse a cualquier tipo de publicación; para enmarcar palabras que no son propias del periodista sino de un idioma extranjero o para referirse con ironía sobre un concepto. Algunos ejemplos son:

- El alcalde afirmó que en su administración “construirá cinco parques y tres colegios para la niñez de la ciudad”.
- En el capítulo 3, “la contrarreforma”, del libro Historia de Europa, el investigador...
- Las “fake news” influenciaron la elección de Jair Bolsonaro como el nuevo presidente de Brasil, según distintos analistas políticos.

Creación de piezas gráficas



¿Qué es la diagramación?

Es la creación o diseño de piezas gráficas. Se unen elementos como el color, el estilo y forma de las letras, símbolos y números (tipografía), los espacios en blanco y las imágenes para agrandar y atraer a los lectores.

Diagramar es como preparar un sancocho. Seleccionas ingredientes ricos en color y sabor; los cortas, añades ajos, cebolla y sal para darles sabor, y finalmente cocinas. Los comensales quedan encantados cuando logras la mezcla perfecta, así mismo sucede con las piezas gráficas.

Puedes crear piezas gráficas con o sin herramientas tecnológicas. Cuando haces un cartel, un mural, un periódico, un comunicado u otras cosas que combinan color, letras e imágenes, también estás diagramando. Recuerda que la comunicación no tiene límites, se trata de ser creativos y usar las cosas que tenemos a la mano.



El color

Este es uno de los principales elementos que debes tener en cuenta al momento de diagramar porque permite transmitir sensaciones, sentimientos y llamar la atención. Cuando se tiene conocimiento de las propiedades de cada tipo de color, primarios y secundarios, podrás preparar los mejores gráficos.



Antes de empezar vamos a repasar un poco. Los colores primarios son aquellos que no se pueden conseguir mezclando otros. Por ejemplo, el amarillo, el azul y el rojo. Por su parte, los colores secundarios son los que se obtienen mezclando los primarios, como el naranja, el verde y el morado. Si continuamos combinando los secundarios lograremos más coloraciones y así sucesivamente.

¿Qué significa cada color?

Cada color transmite y estimula una sensación o sentimiento. Acá tienes algunos significados.



Rojo

Este color puedes usarlo cuando quieras transmitir amor, pasión y peligro.



Azul

Es el color ideal para expresar sinceridad, confianza, calma y seriedad.



Amarillo

Este color transmite felicidad, optimismo e innovación. Incluso, junto al rojo es usado para estimular las ganas de comer.



Negro

Puedes usarlo cuando quieras representar el poder, la elegancia, la formalidad y el misterio.



Blanco

Si en tu pieza gráfica quieres emitir pureza, limpieza, inocencia y simplicidad, este color es ideal.



Verde

Cuando necesites transmitir libertad, frescura, naturaleza, esperanza y equilibrio.



Gris

Si quieres construir tus piezas con neutralidad, sobriedad, elegancia y duda.



Morado

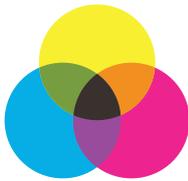
Si quieres que algo se transmita con creatividad, nostalgia, sabiduría, sensualidad y serenidad.

Cuando crees alguna pieza gráfica no pierdas de vista los significados de cada color, podrás comunicar de mejor forma las ideas.



Los colores también se clasifican entre RGB y CMYK, según el lugar en el que se van a aplicar. Cuando vayas a hacer una pieza gráfica para medios digitales o para imprimir en papel fotográfico, debes realizar el documento con colores RGB (por sus siglas en inglés, RED, GREEN AND BLUE: ROJO, VERDE Y AZUL), teniendo en cuenta que los monitores, celulares, cámaras y tablets están configuradas para leer las imágenes desde estos tonos.

Si por el contrario quieres realizar una pieza gráfica para imprimir, debes editar la imagen en colores CMYK (azul, fucsia, amarillo y negro, por sus siglas en inglés, cyan, magenta, yellow y key), teniendo en cuenta que son los pigmentos que utilizan las imprentas para producir los colores.



CMYK



RGB



La tipografía

Se refiere a las letras, símbolos y números que se utilizan en una pieza gráfica y se organizan de forma que sean comprensibles y agradables para el lector. La tipografía se relaciona con la caligrafía y se debe escoger con base en lo que quieres comunicar, así podemos encontrar unas que son más elegantes, alegres, geométricas o creativas.

Si cuentas con un dispositivo que tenga conexión a internet, en la siguiente lista podrás encontrar algunos recursos que son útiles. Si por el contrario no cuentas con las herramientas tecnológicas, no te preocupes, animate a usar los recursos que tienes a la mano: papel, revistas, colores, temperas, recortes y cualquier

REPARACIÓN
Comunidad
Comunicación
Sueños colectivos
Fortalecimiento
Memorias vivas

material que pueda servirte para crear una pieza gráfica. Se trata de comunicar, no hay límites.



Recursos para diagramar en internet

1. Creador de paletas de colores, Colors: <https://colors.co/>
2. Herramienta de diseño, Canva: <https://www.canva.com/>
3. Herramienta para diagramar, Creately: <https://creately.com/>
4. Editor de imágenes, Pixlr: <https://pixlr.com/>
5. Buscador de íconos, Iconfinder: <https://www.iconfinder.com/>
6. Página de tipografías: <https://www.fontsquirrel.com/>
7. Página de tipografías: <https://www.dafont.com/es/>



La imagen

Las imágenes dentro de una pieza gráfica son las que van a transmitir de forma directa nuestro mensaje. Como dice el proverbio chino, "una imagen vale más que mil palabras".

En ese sentido, debes escoger bien cuáles cumplen este propósito y son atractivas para el público.

Los murales, carteles, periódicos murales y otros son más efectivos cuando llamamos la atención con imágenes: dibujos, fotografías, pinturas, etcétera.

Si vas a diagramar usando dispositivos electrónicos, debes tener en cuenta algunos conceptos adicionales.

Vector y píxeles



Vector



Píxeles

Al momento de trabajar con imágenes en cualquier programa de edición, debes conocer la diferencia entre una imagen en píxeles y en vectores. La primera está compuesta por cuadros de colores o píxeles, que se pueden observar al ampliarla. Además, pierden calidad. Un ejemplo de éstas pueden ser las fotografías.

La segunda está conformada por puntos o manchas de color, a las que se pueden modificar su tonalidad y el tamaño. Aunque se amplíen, nunca

pierden calidad. Las imágenes vectoriales son ideales para la creación de logos o iconos.

Formatos de imagen

Un formato de imagen puede entenderse como la información o el conjunto de reglas sobre cómo es la imagen y cómo se deben leer. En el manejo de medios impresos y digitales se manejan tres formatos principales: JPG, PNG y GIF.

El formato JPG es el más utilizado por su versatilidad. Se caracteriza porque comprime la información de las imágenes, ocupa poco espacio de la memoria del computador y puede manejar alta resolución para imprenta de calidad.

Por su parte, el PNG lee y muestra más colores y a su vez maneja la transparencia. Guarda mayor calidad de la información, lo que también hace que sea más pesado y recomendado para el trabajo de gráficos en Internet.

Finalmente, el GIF tiene una paleta de colores limitados porque reduce la información que guarda, es usual para crear animaciones y guardar contenidos en fondo transparente.



Consejos básicos de diagramación



Presta atención a los colores que escoges para tus piezas gráficas. Tienes que buscar tonos que sean complementarios, que no se opaquen y que hagan un buen juego. Esto hará que la imagen sea agradable para el público.



No excedas el uso de imágenes o procura que estén bien distribuidas por el espacio para que tu pieza gráfica sea armónica y no sobrecargue a los lectores.



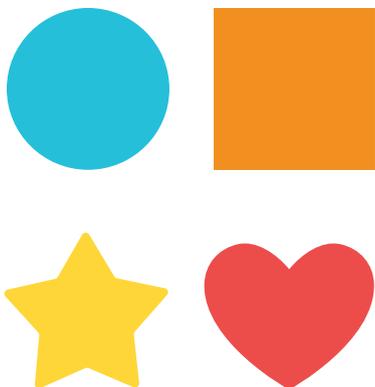
Los tamaños, la escala, la forma y posición de la tipografía y las imágenes determinan la importancia que va a tener ese elemento dentro de la composición.

Posición

Los objetos que se encuentran en el costado derecho tienen mayor peso visual, son los primeros que se ven dentro de una pieza y transmiten continuidad, hay más por ver. Si se ubican en el costado izquierdo determinan el final y tienen un sentido de ligereza. Los ojos humanos observan primero de derecha a izquierda. Cuando los elementos se encuentran en el costado superior tienen mayor ligereza, dan la sensación de elevación y dependiendo de su tamaño atraen la visión. Por su parte, los que se encuentran en la parte inferior tienen mayor peso visual.

Forma

Las formas sencillas tienen mayor facilidad de recordación y las simétricas dan la sensación de armonía y perfección.



La creación y el significado de las formas también depende de los elementos que hagan parte de tu creación y cómo juegas con ellos para transmitir.

- Haz uso de los contrastes, estos sirven para llamar la atención y dar profesionalismo a tu pieza. Por ejemplo, manejar colores vivos y colores oscuros, figuras grandes y pequeñas.
- Los colores vivos tienen mayor impacto y presencia dentro de la pieza a diferencia de los tonos pasteles, pálidos y tenues.
- Guía la lectura sobre la imagen, puedes usar líneas, figuras, colores, incluso los mismos elementos que hay en tu pieza.



El cartel

Es de las piezas gráficas más antiguas. Emplea imágenes y textos para comunicar de forma clara y llamativa mensajes que son de interés general.

En la comunicación comunitaria alternativa el cartel tiene diversos usos, entre los que se destacan la difusión de información, invitar a

eventos organizados por los colectivos sociales y realizar campañas educativas.



Diseño de cartel (Ejemplo)



Infografía

La infografía es un recurso comunicativo que te permite resumir y explicar un tema a través de herramientas gráficas. Se combinan imágenes, gráficos y mapas acompañados de textos cortos que permiten transmitir la información de una manera dinámica y entretenida.



Tomado del blog ecosiglos.com



¿Cómo se hace una infografía?

- **¡Define e investiga!** la temática de tu infografía, recopila la información relevante y explora datos que impacten al lector.
- **¡Ordena!** los datos que tienes por temáticas para definir qué tipo de información presentarás en tu infografía. Además, puedes hacer un boceto en papel que te sirva de guía al momento de diseñar.
- **¡Elige!** la herramienta que usarás para diseñar tu infografía, algunos diseñadores usan programas profesionales como Adobe Illustrator. Sin embargo, a continuación, te hemos dejado algunos más sencillos que encuentras en internet de manera gratuita.
- **¡Diseña!** tu infografía. Recuerda los consejos de escritura, aplica

los de diagramación, recuerda la teoría de los colores y ordena tu información para que sea clara y dinámica.

Herramientas para crear infografías

1. Piktochart: <https://piktochart.com/>
2. Venngage: <https://venngage.com/>
3. Infogram: <https://infogram.com/>
4. Easel: <https://www.easel.ly/>



Comunicar los sueños, plan de comunicaciones

Hemos hecho un recorrido por distintas opciones que ofrece la comunicación alternativa comunitaria. Para organizar el trabajo del equipo de corresponsales comunitarios es necesario construir un plan.

Seguramente tienen muchas ideas para contarle al mundo sus sueños colectivos. ¡No se detengan! es hora de aprovechar los herramientas con las que cuentan y lo que van aprendiendo.

Revisen el siguiente plan y construyan uno propio para obtener mejores resultados:

1. Definir qué contar, a quién y cómo. Ejemplos:

- Mostrar a los niños y jóvenes del colectivo la importancia de mantener vivas las tradiciones culturales a través de la realización de un festival de talentos y unos carteles para invitar a la comunidad a participar.
- Contar al resto del país cómo la comunidad ha recuperado sus sueños gracias a la reparación colectiva, haciendo videos de testimonios que se publicarán en redes sociales.

Los mensajes deben llegar a la mente y el corazón de las personas. Si se quiere mostrar todo lo que se ha avanzado como comunidad con la reparación colectiva, hay que transmitir los valores, tradiciones y sueños que los hacen ser un sujeto de reparación colectiva único.

2. Identificar los medios y herramientas con los que cuenta el equipo para difundir información. Contestar las siguientes preguntas será de gran ayuda, ¿Cuántas personas somos? ¿Existen cámaras, grabadoras en la comunidad? ¿Contamos con acceso a internet? ¿Cuáles son nuestros aliados para difundir? ¿Qué medios de comunicación propios tenemos?

3. Elaborar una lista de tareas que oriente el trabajo para lograr el objetivo: ¿qué contenidos necesitamos

crear?, ¿quiénes serán los responsables?, ¿en qué tiempo lo haremos?, ¿cómo lo difundiremos?

4. Iniciar su difusión cuando los contenidos estén listos.

Ideas:

- Los carteles pueden pegarse en los lugares en los que se reúne la comunidad a compartir.
- Los audios y videos pueden difundirse en redes sociales para que otras personas conozcan lo que sucede en nuestra comunidad.
- Los murales y actividades culturales pueden hacerse en sitios públicos que las personas frecuenten.
- Si el mensaje va dirigido a los miembros de la comunidad, puede enviarse a través de Whatsapp, ya que un gran número de personas tiene esta aplicación instalada en los celulares.
- Los audios pueden enviarse a emisoras cercanas o periodistas amigos.

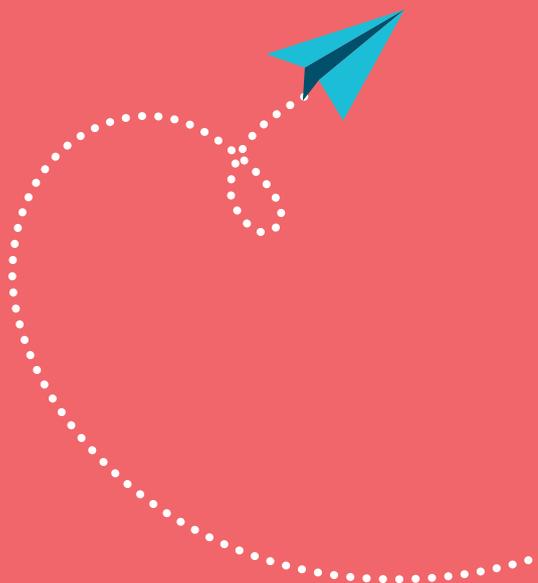
5. Evaluar en equipo para mejorar el trabajo. No hay que preocuparse si las primeras veces no funciona como se esperaba, es normal, es una cuestión de práctica.

¿Logramos transmitir el mensaje de manera adecuada?, ¿qué hicimos bien? ¿qué dificultades tuvimos? ¿qué nos faltó? ¿cómo lo podemos mejorar?





Caja de herramientas comunitativas para sujetos de reparación colectiva



GRUPO BANCO MUNDIAL