

Lenguajes Periodísticos

La herramienta más valiosa

José Luis Ferris
José A. García Avilés
(coordinadores)

© Los autores

© Derechos de edición:

Nau Llibres

Periodista Badía 10.

Tel.: 96 360 33 36

Fax: 96 332 55 82

46010 València

E-mail: nau@naullibres.com

web: www.naullibres.com

Diseño de portada e interiores:

Artes Digitales Nau Llibres

Ilustración de la cubierta:

[marish] / [lightsource] / depositphotos.com

Imprime:

Ulzama

ISBN I 3: 978-84-18047-35-0

Depósito Legal: V-2892-2020

Quedan rigurosamente prohibidas, sin la autorización por escrito de los titulares del “Copyright”, bajo las sanciones establecidas por las leyes, la reproducción total o parcial de esta obra por cualquier medio o procedimiento, comprendidas la reprografía y el tratamiento informático.



Índice

¿Por qué este libro?	7	Capítulo 3. Construir la verdad (el lenguaje de la noticia)	43
Capítulo 1. La lengua del periodista: un arma cargada de presente	9	Antonio Juan Sánchez Díez	
José Luis Ferris		1. Teoría y realidad	44
1. Introducción.....	9	1.1. Valor informativo.....	44
2. La lengua y los géneros periodísticos.....	10	1.2. Características y clasificación	45
2.1. Géneros informativos.....	11	1.3. Lo que nunca ocurrió	46
2.2. Géneros de opinión	12	2. Lenguaje y necesidades reales	48
2.3. Géneros mixtos (información + opinión)..	12	2.1. Fuentes de información: concepto, importancia y tipología	49
3. La literatura como modelo	13	2.2. Citas periodísticas: palabras llenas de información	50
3.1. Literatura y periodismo: el eterno debate	14	3. El camino para escribir	53
3.2. El caso ejemplar de la columna literaria o de opinión	15	3.1. Preguntas por responder	54
4. El buen lenguaje periodístico	18	3.2. Estructura y estilo.....	55
4.1. Consideraciones generales.....	19	3.3. La calidad como objetivo	56
4.2. El estilo y el vocabulario del periodista	20	4. Cinco nombres propios para no olvidar	56
5. Conclusiones.....	22	4.1. Robert W. Desmond, documentar y crear	57
6. Bibliografía	23	4.2. Azorín, la fina línea que une/separa periodismo y literatura	57
Capítulo 2. Del “pistoletazo de salida” al “choque de trenes”: uso de clichés en el lenguaje periodístico	25	4.3. Tim Radford, cerca de los lectores, cerca de la verdad	58
José Alberto García Avilés		4.4. Ben Bradlee, un legado de investigación y de defensa del periodismo	59
1. Introducción: qué son los clichés y por qué se utilizan	25	4.5. Llätzer Moix, la mejora constante del sello personal	60
2. Los clichés en el lenguaje periodístico	26	5. Sobrevivir con la noticia	60
3. Procesos de creación de los clichés.....	27	6. Prácticas cerca del periodismo	61
4. La herramienta diccionariodelcliche.umh.es....	29	6.1. Redactar para dar vida a la información....	61
5. Ámbitos lingüísticos de donde surgen los clichés	31	6.2. Noticias y valoración informativa.....	62
5.1. Ámbitos de las actividades populares	31	7. Bibliografía	66
5.2. Ámbitos culturales.....	34	Capítulo 4. Cada palabra cuenta. El reportaje periodístico	69
5.3. Ámbito de los hechos históricos, creencias, obras artísticas, la guerra y personajes.....	37	Miguel Carvajal	
6. Conclusión.....	40	1. Pre-escritura del reportaje.....	70
7. Bibliografía	40	1.1. El periodista, profesional y autor.....	70
Actividades	41	1.2. Reporteros con propósito y voz propia.....	71

1.3. Temas e historias de actualidad prolongada	71	5. El vídeo	100
1.4. La búsqueda de la idea	72	5.1. Seguro que hay un gif para esto.....	100
1.5. Enfocar la idea.....	73	5.2. Rotula o explícalo (con animaciones)	101
1.6. La investigación.....	74	6. Bibliografía	103
1.7. Fuentes, documentación y observación....	75	Capítulo 6. Fotoperiodismo: el binomio texto/imagen al servicio de la información	105
1.8. Verificar el material	76	Elpidio del Campo Cañizares	
2. Escritura del reportaje	77	1. ¿Una imagen no vale más que mil palabras? 105	
2.1. Planificación del material, primera escritura	77	2. ¿Cualquier imagen puede ser fotoperiodismo?.....	107
2.2. Titulación: anzuelo para despistados.....	78	2.1. Imágenes muy informativas.....	108
2.3. La entradilla, el desembarco en las playas de Normandía	79	2.2. Imágenes muy poco informativas	109
2.4. El párrafo clave.....	81	2.3. Imágenes conectadas con los hechos y la actualidad	109
2.5. Orden y cohesión del cuerpo	82	3. El pie de foto. Sus funciones y su redacción..	111
2.6. El cierre/remate del reportaje	82	4. Usos de la imagen fotográfica	113
2.7. Estilo del texto	83	4.1. Elementos icónicos en los medios	113
3. Bibliografía	84	4.2. La fotografía editorial y el ensayo visual	116
Capítulo 5. 25 herramientas y 25 claves para contar mejores historias. Introducción a las nuevas narrativas periodísticas en la red.....	85	5. Consideraciones esenciales de la práctica fotoperiodística	117
Félix Arias Robles		5.1. Aspectos técnicos básicos.....	117
0. Lo de siempre, pero más allá	85	5.2. Aspectos estéticos básicos.....	120
1. La elaboración	85	6. Aspectos éticos en el fotoperiodismo	122
1.1. A buscar	86	7. Libros y recursos web recomendada	124
1.2. Esto hay que contarlo.....	86	8. Bibliografía	125
1.3. ¿Rascamos?.....	87	Capítulo 7. Infografía periodística. El valor de la información gráfica	127
1.4. Como a un entrevistado	88	Begoña Ivars-Nicolás	
2. La redacción	88	1. La infografía periodística	128
2.1. Lo bueno, si es breve... se difunde mejor	88	1.1. Qué es la infografía periodística	128
2.2. Lo bueno, si es largo... llega más lejos.....	90	1.2. Qué tipos de informaciones requieren el uso de la infografía	130
2.3. Lo bueno, si está bien enlazado... conecta mejor	91	3. Proceso de elaboración de una infografía	134
3. La titulación.....	93	3.1. Planteamiento de la infografía	134
3.1. Nunca imaginarás lo que un titular puede hacer con tu trabajo	93	3.2. Recopilación de información para la infografía	135
3.2. ¿Sueñan los robots con titulares periodísticos?	94	3.3. Planificación de la infografía	136
4. La imagen	95	3.4. Ejecución de la infografía	136
4.1. Anúnciate con un cartel.....	95	4. Infografía impresa e infografía en línea	137
4.2. Cuéntalo con un gráfico	96	6. Actividades.....	142
4.3. Encuentra el mapa del tesoro	99	7. Referencias	146

Capítulo 8. El lenguaje en el periodismo cultural:
relación entre géneros y público 147

Montserrat Jurado-Martín

1. Periodismo cultural: de dónde venimos y
hacia dónde vamos 147
2. Tendencias en periodismo cultural 150
 - 2.1. Diario *El País*, versión digital: sección
Cultura a la mínima expresión..... 150
 - 2.2. RTVE: *la cultura* lo impregna todo, pero
lo cultural hay que buscarlo 152
 - 2.3. Revista *Jot Down Magazine*: enfoque de
opinión..... 153
 - 2.4. Nueva Revista: cultura pura..... 155
 - 2.5. Programa público europeo ARTE:
internacionalización cultural..... 156
3. Actividades docentes para el desarrollo
crítico y creativo 157
4. Conclusiones 158
5. Bibliografía 158

Capítulo 9. Libros para mejorar la Universidad 161

Miguel Ors Montenegro

1. *Si esto es un hombre* 161
2. *Yo no. El rechazo del nazismo como actitud
moral* 162
3. *Algo va mal* 163
4. *Historia del siglo XX* 164
5. *El siglo de la revolución. Una historia del
mundo desde 1914* 166
6. *El mundo de ayer. Memorias de un europeo* 167

Capítulo 10.

La crítica como género periodístico..... 169

Joaquín Juan Penalva

- Ejemplo 1. Crítica de la película *Yuli* (Iciar
Bollaín, 2018) 174
- Ejemplo 2. Crítica de la película *Mujercitas*
(Greta Gerwig, 2019) 176
- Ejemplo 3. Reseña de la serie *The Mandalorian*
(Disney+) 177
- Ejemplo 4. Reseña del libro *Solos ante el cine* 179
- Ejemplo 5. Reseña del videojuego *Mad Max* 181
- Tarea final. Receta para escribir una crítica de
cine 182
- Bibliografía 183

