

ÍNDICE

<i>Autores</i>	9
<i>Presentación</i>	11

PARTE I FUNDAMENTOS

CAPÍTULO 1. El periodismo desde un enfoque interdisciplinar, por LUIS NÚÑEZ LADEVÉZE	17
1. La formación en las tareas prácticas	17
2. El periodismo, actividad paradójica	21
3. Periodismo de calidad y comunicación orientada a la audiencia ..	25
4. Estudios <i>sobre</i> y estudios <i>de</i> periodismo	29
5. Entre la teoría y la práctica	32
6. Sistemas y modelos de reglas	36
7. Información e interpretación	41
8. Interdisciplinariedad	46
CAPÍTULO 2. Aproximación a la teoría de los géneros periodísticos, por JOSÉ LUIS MARTÍNEZ ALBERTOS	51
1. Planteamiento general	51
2. Antecedentes, utilidad y criterios de valoración	54
3. Clasificación de los géneros	58
4. Características diferenciales. Primera fase: conceptos previos ...	61
4.1. Noticia	61
4.2. Estilo	61
4.3. Actitud psicológica del periodista	62
5. Características diferenciales. Segunda fase: rasgos distintivos de cada género	63
5.1. La información o despacho informativo	64
5.2. El reportaje	65
5.3. La crónica	65
5.4. El artículo o comentario	66
5.5. Subgéneros del estilo informativo (primer y segundo nivel) .	68
5.6. Subgéneros del estilo editorializante	69
5.7. Géneros y subgéneros del estilo ameno-literario	70
5.8. Cuadro-resumen de estilos, actitudes, géneros y modos de escritura	72
6. Otro modelo de clasificación más simplificado y universal	72
7. Previsiones de futuro: los géneros en el periodismo digital	74

Diseño de la cubierta: Eva Olaya

1.ª edición: enero 2004

© 2004: Juan Cantavella, José Francisco Serrano Oceja, Luis Núñez Ladevéze,
José Luis Martínez Albertos, José Rodríguez Vilamor, María Alcalá-Santaella Oria de Rueda,
Bernardino M. Hernando, Fernando López Pan, José Francisco Sánchez,
María José Pou Amérigo, Humberto Martínez-Fresneda Osorio,
Bernardino José Cebrián Enrique, Guillermo Raigón Pérez de la Concha,
José María Sanmartí, Susana Domínguez, Montserrat Quesada.

Derechos exclusivos de edición en español
reservados para todo el mundo:

© 2004: Editorial Ariel, S. A.
Avda. Diagonal, 662-664- 08034 Barcelona

ISBN: 84-344-1298-5

Depósito legal: B. 48.575-2003

Impreso en España

Ninguna parte de esta publicación, incluido el diseño
de la cubierta, puede ser reproducida, almacenada o transmitida
en manera alguna ni por ningún medio, ya sea eléctrico,
químico, mecánico, óptico, de grabación o de fotocopia,
sin permiso previo del editor.

CAPÍTULO 3. El periodista multimedia y la transformación de los géneros, por JOSÉ RODRÍGUEZ VILAMOR	77
1. Nace un nuevo periodista	77
2. Consecuencias para el periodista	79
3. Dificil separación entre relatos y comentarios	80
4. Nuevos géneros periodísticos	81
5. La diferencia de trabajar en la Red	82
6. Cada canal exige una forma de hacer	84
7. Nueva fisonomía de la radio	84
8. Entender la historia televisiva	86
9. Una pantalla para cada cosa	87
10. Un lenguaje específico para la Red	89
11. La regla número 17 de Stephen King	93
CAPÍTULO 4. Nuevos modelos narrativos: los géneros periodísticos en los soportes digitales, por MARÍA ALCALÁ-SANTAELLA ORIA DE RUEDA	95
1. Internet como soporte para la información	95
1.1. Fases y estrategias de los medios en la Red	95
1.2. El lenguaje múltiple de los nuevos medios	96
2. Valores añadidos de los nuevos medios	97
2.1. La instantaneidad	97
2.2. Hipertextualidad: la disponibilidad infinita de espacio	98
2.3. La interactividad	99
2.4. El protagonismo del receptor	100
3. Los géneros periodísticos	101
3.1. La nueva narrativa de los géneros periodísticos informativos	103
3.1.1. Elementos de la noticia	103
3.1.1.1. Los titulares	103
3.1.1.2. El <i>lead</i>	104
3.1.1.3. El cuerpo de la noticia	105
3.2. La nueva narrativa de los géneros periodísticos explicativos: elementos distintivos	106
3.2.1. La contextualización	106
3.2.2. La profundización: reportajes, informes y documentos especiales	108
3.2.3. Las entrevistas interactivas	109
3.2.4. El lenguaje bimedia: la infografía	110
3.3. La nueva narrativa de los géneros periodísticos de opinión: modalidades participativas	111
3.3.1. Las cartas al director	112
3.3.2. Sondeos y encuestas	113
3.3.3. Los foros de discusión	114
3.3.4. Las charlas (chat)	114
4. El receptor al asalto del proceso de producción	115
CAPÍTULO 5. Lenguaje periodístico, por BERNARDINO M. HERNANDO	119
1. Introducción	119
2. Lenguaje periodístico	121
3. El texto periodístico y su contexto	128
4. El lenguaje coral de los iconos	135

PARTE II
INFORMACIÓN

CAPÍTULO 6. La noticia, por JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA	145
1. Introducción	145
2. Hacia una definición de la noticia	147
3. Cualidades específicas del hecho noticioso	155
3.1. El acontecimiento	155
3.2. Valores noticiosos del acontecimiento	157
4. Estructura y tipos de noticia	164
4.1. Estructura interna	164
4.2. Estructura externa	166
4.3. Tipos de noticias	170
5. Breves consideraciones finales de carácter hermenéutico	172
CAPÍTULO 7. Las noticias discursivas, por FERNANDO LÓPEZ PAN	177
1. Preparación y cobertura	180
2. Redacción	181
2.1. Titular	182
2.2. <i>Lead</i>	185
2.3. Cuerpo de la noticia	190
3. Análisis de los modelos	196
CAPÍTULO 8. El arte de las citas, por FERNANDO LÓPEZ PAN	203
1. Funciones de las citas	203
2. Tipos de citas. Las citas directas y su literalidad	205
2.1. Razones contra el arreglo de citas directas	207
2.2. Razones a favor de adecentar las citas directas	208
3. Técnicas de la cita directa	214
3.1. Lugar de la atribución	214
3.2. Algunos errores al introducir las citas directas	216
4. Cuándo usar las citas directas	219
CAPÍTULO 9. La narración periodística, por JOSÉ FRANCISCO SÁNCHEZ ..	225
CAPÍTULO 10. Los titulares periodísticos, por MARÍA JOSÉ POU AMÉRIGO ..	239
1. Introducción	239
2. Funciones de los titulares	239
3. Características de los titulares	240
4. Origen y evolución de los titulares	242
5. Elementos de titulación en los medios impresos, audiovisuales y digitales	242
6. Tipos de titulares	246
7. Titulares en textos informativos, interpretativos y opinativos ..	247
8. La redacción de un titular	253
CAPÍTULO 11. Las fuentes en el periodismo informativo, por HUMBERTO MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO	259
1. En busca de la noticia	259
1.1. Concepto de fuente	262

1.2. Relación del periodista con las fuentes de información . . .	263
1.3. Cómo mencionar una fuente	265
2. Tipos de fuentes para el periodismo informativo	266
2.1. Fuentes informativas personales	267
2.1.1. Fuentes informativas personales periodísticas	268
2.1.1.1. Gabinetes de prensa	268
2.1.1.2. Medios de comunicación	270
2.1.1.3. Agencias de información	271
2.1.2. Fuentes informativas personales no periodísticas	273
2.1.2.1. Fuentes informativas personales no periodísticas anónimas	273
2.1.2.2. Fuentes informativas personales no periodísticas confidenciales	274
2.1.3. Fuentes personales de desinformación	275
2.1.3.1. El rumor	275
2.1.3.2. La filtración	276
2.1.4. El secreto profesional	277
2.2. Fuentes informativas documentales	278
2.2.1. Manuales de referencia	278
2.2.1.1. Diccionarios	280
2.2.1.2. Directorios	280
2.2.1.3. Enciclopedias	280
2.2.1.4. Anuarios	281
2.2.1.5. Estadísticas	281
2.2.1.6. Biografías	281
2.2.1.7. Cronologías	282
2.2.1.8. Repertorios medios de comunicación	282
2.2.2. Bases de datos (y recursos on-line)	282
2.2.2.1. Numéricas	282
2.2.2.2. Bibliográficas	282
2.2.2.3. Directorios	284
2.2.2.4. Portales de información para periodistas	285
2.2.3. Audiovisuales	285
2.2.3.1. Fotografías	285
2.2.3.2. Imágenes en movimiento	287
2.2.3.3. Archivo sonoro	287
2.2.4. Revistas especializadas	287
CAPÍTULO 12. Los lugares y los momentos de la documentación, por BERNARDINO JOSÉ CEBRIÁN ENRIQUE	289
1. Las fuentes documentales	290
2. En el origen de la noticia	290
2.1. La función previsor de la documentación	290
2.2. Noticias de moda y ocasión	291
2.3. Análisis de datos documentales	291
3. Las credenciales del periodista	293
4. La investigación periodística	294
5. La información completa	295
6. Los lugares de la documentación	296
7. Una historia	297

CAPÍTULO 13. Producción informativa y procedimientos de producción, por GUILLERMO RAIGÓN PÉREZ DE LA CONCHA	301
1. Peculiaridades empresariales	301
1.1. Mercado de textos	301
1.2. Profesionales	302
1.3. Concentración y grupos	303
1.4. Factores de cambio	308
2. Organización del trabajo	310
2.1. El <i>staff</i>	310
2.2. Distribución de las áreas de trabajo	310
2.3. Secuencia de operaciones	313
3. Comercialización	313
3.1. El producto informativo	313
3.2. La promoción	317
3.3. La distribución	318
3.4. Difusión y audiencia	319
3.4.1. Conceptos vinculados a la difusión	320
3.4.2. Conceptos vinculados a la audiencia	321
3.4.3. Medición de audiencias	322
3.5. El precio	324
4. Algunos aspectos contables	324
4.1. Cuenta de resultados	324
4.2. Balance	325
4.3. <i>Ratios</i>	326
5. La imagen de los periódicos	326
5.1. Plan general de diagramación de un periódico	326
5.2. El rediseño de periódicos	329

PARTE III INTERPRETACIÓN

CAPÍTULO 14. Más allá de la noticia: el periodismo interpretativo, por JOSÉ MARÍA SANMARTÍ	333
1. ¿Por qué vamos a la guerra?	333
1.1. El <i>Time</i> abre camino	333
1.2. Datos, valoraciones y opiniones	335
1.3. Periodistas más libres, periodistas más responsables	336
2. Clases de periodismo interpretativo	337
2.1. El periodismo especializado	337
2.2. El periodismo de investigación	339
2.3. Investigación contra corrupción	340
2.4. Otras modalidades del periodismo interpretativo	341
3. El delicado debate de la objetividad	342
3.1. La frontera ética	343
4. La convivencia entre la información y la interpretación	345
4.1. La búsqueda de un sistema armónico	345
5. La plasmación del relato interpretativo	346
5.1. El resultado de una evolución	347
5.2. Los cuatro elementos del periodismo interpretativo	349

5.3. La variedad de títulos, subtítulos y entradillas	351
5.4. Las variables en el cuerpo del texto	352
5.5. La crónica, un subgénero muy personal	353
5.6. La entrevista, la reina del periodismo interpretativo	354
6. El periodismo interpretativo en la Red	356
6.1. Los géneros digitales	357
6.2. Una audiencia diferente	358
CAPÍTULO 15. El reportaje, por SUSANA DOMÍNGUEZ	361
1. ¿Qué es el reportaje?	361
1.1. El reportaje en diferentes autores	361
1.2. El reportaje según los medios	362
2. Estilo del reportaje	363
3. Estructura	365
3.1. El <i>lead</i> o entradilla	365
3.2. El cuerpo	367
3.3. El cierre	370
3.4. Otros elementos en la elaboración del reportaje	370
4. El papel del periodista. Cómo se elabora un reportaje	371
4.1. La búsqueda de la idea y el enfoque	371
4.2. La investigación	372
CAPÍTULO 16. La entrevista, por MONSERRAT QUESADA	375
1. El género periodístico	375
1.1. Tipos de entrevistas	379
1.2. La entrevista informativa	381
1.2.1. La entrevista de indagación	382
1.3. La entrevista literaria o creativa	385
1.4. Otros tipos de entrevistas	386
2. La técnica	388
2.1. La actitud profesional	390
3. La redacción	391
CAPÍTULO 17. La crónica en el periodismo: explicación de hechos actuales, por JUAN CANTAVELLA	395
1. La crónica como género histórico-literario	398
2. Normas sobre la crónica en manuales y libros de estilo	401
3. Clases de crónica	406
3.1. Corresponsales y enviados especiales	406
3.2. La crónica de guerra	408
3.3. La crónica viajera	411
3.4. La crónica parlamentaria	412
3.5. La crónica de sucesos y judicial	414
3.6. La crónica deportiva	414
3.7. La crónica taurina	416
3.8. La crónica de sociedad	417

AUTORES

- JUAN CANTAVELLA. Universidad San Pablo-CEU (Madrid).
 JOSÉ FRANCISCO SERRANO OCEJA. Universidad San Pablo-CEU (Madrid).
 LUIS NÚÑEZ LADEVÉZE. Universidad San Pablo-CEU (Madrid).
 JOSÉ LUIS MARTÍNEZ ALBERTOS. Universidad Complutense (Madrid).
 JOSÉ RODRÍGUEZ VILAMOR. Universidad San Pablo-CEU (Madrid).
 MARÍA ALCALÁ-SANTAELLA ORIA DE RUEDA. Universidad San Pablo-CEU (Madrid).
 BERNARDINO M. HERNANDO. Universidad Complutense (Madrid).
 FERNANDO LÓPEZ PAN. Universidad de Navarra (Pamplona).
 JOSÉ FRANCISCO SÁNCHEZ. Universidad de A Coruña (A Coruña).
 MARÍA JOSÉ POU AMÉRIGO. Universidad Cardenal Herrera-CEU (Valencia).
 HUMBERTO MARTÍNEZ-FRESNEDA OSORIO. Universidad Francisco de Vitoria (Madrid).
 BERNARDINO JOSÉ CEBRIÁN ENRIQUE. Universidad Cardenal Herrera-CEU (Valencia).
 GUILLERMO RAIGÓN PÉREZ DE LA CONCHA. Universidad de Sevilla (Sevilla).
 JOSÉ MARÍA SANMARTÍ. Universidad Europea (Madrid).
 SUSANA DOMÍNGUEZ. Universidad de Vigo (Pontevedra).
 MONSERRAT QUESADA. Universitat Pompeu Fabra (Barcelona).