

# Anexo 2

# ¿QUÉ ES NOTICIA?



**Adoratrices**

Esclavas del Santísimo Sacramento y de la Caridad

# PLAN DE COMUNICACIÓN GENERAL ADORATRIZ

# Índice

0. Introducción .....	3
1. De todo lo que pasa: ¿qué es noticia? .....	4
2. De la realidad a la noticia .....	7
3. Cómo es la noticia .....	8
5. Conclusión: eso es noticia .....	9



**Adoratrices**

Esclavas del Santísimo Sacramento y de la Caridad

# Introducción:

Esta mañana, seguramente, cada uno de nosotros se ha levantado de la cama, se ha arreglado, ha desayunado, ha salido a la calle... pero nada de eso es una noticia. A nadie le interesa y no tiene ninguna importancia. Es verdad, es real, ha pasado, pero no es noticia.

A cada uno de nosotros nos pasan muchas cosas todos los días. Y a nuestro alrededor suceden muchas cosas continuamente. Y también al otro lado del planeta. Pero no todo se convierte en noticia.

Nos encontramos en un contexto que pretende mejorar la comunicación dentro de la Congregación, que desea poner en marcha o desarrollar el mejor modo de informar utilizando las posibilidades que las nuevas tecnologías ofrecen, y hacerlo de forma coordinada, eficaz, participativa, útil.

Por eso, para ser fuentes de noticias interesantes a nivel local, regional, nacional o general dentro de la Congregación; para gestionar bien las noticias que llegan desde distintos niveles y procedencias; para recibir con provecho esa información y, en definitiva, para colaborar cada uno adecuadamente desde el lugar en el que se encuentra en el sistema de información, vamos a preguntarnos qué es noticia.

- Nos plantearemos, en primer lugar, qué contar de todas las cosas que ocurren. Qué hechos seleccionamos para convertirlos en noticia. Es decir, cuáles son los criterios de noticiabilidad.
- A continuación veremos cómo pasamos de la realidad a la noticia, es decir, cuál es el proceso de elaboración de la información. Qué pasos se siguen para convertir en noticia los hechos seleccionados como tal.
- Por último, a modo de conclusión, resumiremos algunos consejos prácticos para ayudarnos en el trabajo cotidiano a determinar **qué es noticia**.

# 1. De todo lo que pasa: ¿qué contamos?

## Criterios de noticiabilidad,

Nos situamos, en primer lugar, como emisores, informadores, comunicadores: ¿qué queremos contar? ¿qué merece ser contado y conocido por otros, más allá de los testigos directos? De todos los acontecimientos que suceden a nuestro alrededor, ¿qué debemos, queremos, podemos contar?

Hemos de situarnos en el punto de vista de los receptores. Como lectores, oyentes, espectadores: ¿qué se espera, necesita, se desea encontrar en las noticias de la Orden? Esto supone una decisión o, mejor, una serie continua de decisiones. Tenemos que decidir, pensando en nuestro medio y en nuestros destinatarios: **qué es noticia**, qué hecho es noticiable, **cuándo** debe publicarse **cómo** debe publicarse: en qué género periodístico, en qué lugar y con qué despliegue o amplitud **a qué nivel**: local, nacional, general...

Empezamos por la primera de estas cuestiones: qué hecho es noticiable. Para ello necesitamos distinguir, con cierta distancia y desapasionamiento (aunque haya que poner pasión en la tarea), a quién afecta cada hecho y a quién le interesa, por los protagonistas, por el tema, por las repercusiones y consecuencias, por el número de afectados... Siempre pensando en el ámbito en que nos movemos, es decir, en nuestro universo informativo, tanto por la procedencia de las noticias como por su campo de difusión, según los niveles que se establezcan: local, nacional, internacional, o los que sean oportunos.

Esto supone despertar ciertas aptitudes y actitudes fundamentales: saber **seleccionar** y saber **priorizar**. Es decir, elegir unas cosas y dejar otras, y dar más importancia a unas cosas que a otras a la hora de publicar. Lo importante es hacer esto con los criterios adecuados, que son los que llamamos criterios de noticiabilidad. Algunos de esos criterios son generales y para aplicarlos ayuda el sentido común. Otros pueden ser fruto de acuerdos internos porque, en definitiva, los involucrados en la comunicación pueden determinar unas pautas de acuerdo con su finalidad o intención fundacional.

Veremos aquí cuáles son los criterios habituales de noticiabilidad o, dicho de otro modo, qué características tiene un hecho para convertirse en noticia, qué elementos hacen que sea candidato para ser publicado, que destaque sobre los demás para ser considerado como noticiable:

- **Personalidad de los protagonistas:** Lo importante es la persona que hace o dice algo, más que lo que hace o dice.
- **Actualidad, inmediatez, novedad.** Es una cuestión temporal. Cuanto más reciente, más actualidad; cuanto más novedoso, más noticiable. Las noticias se hacen viejas pronto.
- **Interés general o utilidad.** Hay asuntos que son por sí mismo importantes y son de interés general. Por tanto, noticiables. Otras cuestiones no tienen en sí mismas una gran relevancia, pero su conocimiento facilita la existencia o tiene incidencia en la vida cotidiana. Es lo que llamamos información-servicio.
- **Número de afectados.** Es cuestión de cantidad: número de personas participantes o de afectados por un hecho. La magnitud de un hecho en términos de cantidad de afectados modifica su noticiabilidad.
- **Proximidad,** cercanía geográfica, institucional, afectiva o espiritual. Cuanto más próximo es un hecho, más noticiable es en su nivel correspondiente. La cercanía puede ser física, geográfica, porque lo más cercano a nosotros nos interesa más.
- **Espectacularidad,** originalidad, singularidad, curiosidad. Todo lo que se sale de lo normal porque no forma parte de la rutina diaria tiene más puntos para ser noticia, aunque no se trate de una cuestión muy fundamental. También gusta conocer aquello que, sin ser lo central de nuestra vida, le da color y calor.

- **Exclusividad.** Se trata de información propia, que no se encuentra en ningún otro lugar. Del mismo modo, al decidir lo que convertimos en noticia, ¿cuál es el campo que dominamos en exclusiva o que cubrimos mejor que otros? ¿No merece la pena emplear personas, fuerzas, recursos, que suelen ser escasos, en lo más eficaz y de mayor interés para lo que pretendemos?
- **Conflictividad,** rareza, imprevisibilidad. Lo inesperado es noticia, tanto si es agradable como si es un accidente, un desastre, una desgracia. Curiosamente llama más la atención lo negativo que lo positivo, pero el modo de tratarlo puede cubrir las necesidades de la noticia sin necesidad de cargar las tintas en los aspectos más lúgubres.
- **Interés humano, social o espiritual.** Los hechos que nos tocan el corazón, los que mueven las fibras más humanas, interesan. Los que se refieren a cuestiones de interés humano o social nos interesan como noticia. Queremos estar informados. Los que mueven nuestro espíritu, los que nos motivan y despiertan en lo más profundo, merecen ser conocidos. Pueden ser noticia.

Una vez que, aplicando los criterios de noticiabilidad, seleccionamos un hecho como noticia, tenemos que informar sobre él, contar lo que pasa. Y hacerlo del modo adecuado. Recordemos que noticia NO ES catequesis, formación, exhortación, reflexión, ensayo. La noticia es información, como luego veremos.

# 2. De la realidad a la noticia

## Proceso de elaboración de la información.

Después del primer escalón –la selección de los hechos dignos de convertirse en noticia–, continuamos la cadena de decisiones en el proceso de elaboración de la información, el paso de la realidad a la noticia.

Se siguen tres fases:

**1. Recopilación:** recogida de datos reales, verdaderos, contrastados. Esto se hace acudiendo a las fuentes más cercanas a los hechos y más fiables, de modo que todos los datos sean reales y estén contrastados.

**2. Elaboración:** a partir de todo lo recopilado en la primera fase, es el momento de tratamiento de la información, que incluye diversas tareas:

- Se seleccionan los datos más interesantes, y se dejan otros si no aportan nada.
- Se elige el ángulo de la noticia, es decir, se decide qué aspecto se subrayará como más relevante, cuál será el gancho que capte la atención, la puerta de entrada a la noticia;
- Se redacta el texto de forma clara, directa, sencilla, con el estilo propio del lenguaje periodístico. Cuidado especial requieren los titulares, porque son lo que todo el mundo lee. Sujeto y predicado. Quién dice qué, o quién hace qué.

El diseño, la maquetación y otros elementos gráficos completan la elaboración de la noticia.

**3. Difusión:** la tercera fase, la difusión, hace que llegue a los receptores convertido en noticia, con los medios técnicos más adecuados en cada caso, aquel hecho seleccionado y elaborado que hemos decidido pasar de la realidad a la noticia.



# 3. Cómo es la noticia

Qué es noticia incluye también la idea de reconocer una noticia ya elaborada como tal, es decir, cómo es una noticia por su forma y por su contenido. Qué elementos incluye una noticia, diferenciándola de otros modos de tratar los hechos noticiables.

## **Contenido y forma.**

**Contenido:** las 5W

Una noticia incluye, por su contenido, lo que llamamos “las 5 W”, por sus nombres en inglés, que llevan la letra w: what, who, when, where, why. A veces se incluye how. Es decir: qué, quién, cuándo, dónde, cómo, por qué o para qué.

**QUÉ:** cuál es el hecho, qué sucede. La publicación de un libro, la inauguración de una exposición, el nombramiento de un nuevo cargo...

**QUIÉN:** el o los protagonistas de la historia, identificados con su nombre completo y con su cargo o con aquel rasgo que los convierta en centro de la información.

**CUÁNDO:** en qué momento, teniendo cuidado en el modo de hacer la referencia temporal, clara para el lector en el momento de la lectura. ‘Ayer’, o ‘mañana’ o la ‘semana pasada’ solo tienen valor en relación a otra referencia de tiempo conocida. El tiempo ha de mirarse desde el lector y el resto de referencias temporales que tenga.

**DÓNDE:** el lugar de los hechos. Las referencias especiales tienen también valor relativo si se utilizan deícticos como ‘aquí’ o ‘allí’. Las indicaciones de lugar han de ser claras, identificables, o mirarse desde la perspectiva de los posibles lectores.

**CÓMO, POR QUÉ/ PARA QUÉ:** circunstancias que indican el modo de los hechos, por qué y para qué suceden, si es que puede señalarse; todos aquellos elementos complementarios que den respuesta a las preguntas fundamentales sobre la realidad de los hechos.

Ante una noticia el lector tiene que poder comprender de una sola vez qué ha pasado, a quién, cuándo, dónde y si hay un porqué o un para qué.

# 4. Conclusión

En cualquier caso resulta bastante práctico, para simplificar las decisiones, tener en cuenta algunas ideas sencillas:

- Un hecho, una noticia. Dos hechos, dos noticias.
- Si dudamos del interés de una noticia, demos paso a lo que sin duda tiene interés, y solo si nos queda espacio o tiempo volvemos a considerar al dudosa.
- Si algo se suprime y no se pierde nada significativo, es señal de que no era necesario, sobraba.

Y en el momento de la selección de los hechos, plantearnos brevemente estas preguntas: ¿Es una información de interés general (para la Orden, o para un determinado sector de ella)?

¿Es importante, es útil, es significativa?

¿Es algo novedoso, inusual, curioso?

¿Afecta a muchos?

¿Los protagonistas son relevantes?

Si la respuesta a alguna de estas preguntas es afirmativa, podemos pasar a plantearnos el nivel adecuado y determinar el cuándo, el cómo y con qué desarrollo debe ser publicada. Es entonces el momento de contar el hecho, y contarlo bien, porque eso es noticia.

# **PLAN DE COMUNICACIÓN GENERAL ADORATRIZ**

Abril 2021



**Adoratrici**

Esclavas del Santísimo Sacramento y de la Caridad

Vía Alessandro Torlonia, n° 6 00161 ROMA  
secretaria.g@adoratrici.com (+39) 0644 23 7028