

RECOMENDACIONES PARA REDACTAR UNA NOTA DE PRENSA



Proyectos de mejora del entorno con ayuda de la ciencia

0. Introducción

Uno de los recursos más eficaces para difundir nuestro proyecto son las notas de prensa. Éstas se definen como comunicaciones dirigidas a los profesionales de los medios de comunicación con el propósito de anunciar algo de interés periodístico. Normalmente, se envían por correo electrónico a redactores de los periódicos, revistas, emisoras de radio, cadenas de televisión, así como a medios digitales y blogs.

El objetivo final de un comunicado es aparecer en un medio de comunicación en forma de noticia. Para conseguir su publicación, la nota debe adecuarse a estructuras comunicativas y a las rutinas profesionales de los periodistas, además de tener en cuenta los criterios de noticiabilidad, es decir, aquellos requisitos que hacen que algo se convierta en noticia y aparezca en los medios. Algunos de estas características son la actualidad, la curiosidad, la cercanía, la utilidad, la emoción, la rareza, la exclusividad o el suspense.

Nuestra nota de prensa debe contar con alguno de estos criterios para aparecer en los medios, además de ajustarse a la estructura que requieren los medios para su publicación.

A continuación detallamos los pasos para elaborar una nota de prensa.

1. Paso previo ¿Cuál es tu historia?

Redactar una nota de prensa es contarle tu historia a los medios de una manera atractiva. Por eso debes pensar en cómo le gustaría a un lector o telespectador leer o ver tu proyecto.

¿Piensas que tu proyecto no supone ninguna historia interesante o entretenida que pueda atrapar a los medios de comunicación? Pues sí, siempre hay una historia y debes contarla, porque tu historia no sólo seducirá a los medios, también te llevará a conseguir alianzas estratégicas, a promocionar tu proyecto y a que consiga más apoyos.

Una buena historia no es sólo una bonita narración. El objetivo es buscar el gancho, el punto de vista o enfoque que te lleve hasta captar la atención del periodista. Para ello piensa en:

1. Qué te hace único. La novedad y exclusividad es lo que interesa a los medios de comunicación.
2. ¿Qué puntos fuertes, ventajas o beneficios tiene tu proyecto?
3. ¿Es la primera vez que se hace algo así?
4. ¿A cuántas personas implica?

2. La estructura.

Una nota de prensa se caracteriza por contar con una estructura definida, reconocible cuando llega al correo electrónico del periodista. Por eso, debes escribir tu historia ajustándote a los siguientes elementos.

2.1. El encabezado

La cabecera de la nota es sumamente importante porque te dará el pase a la lectura o a la papelera. Pon tu logotipo en el membrete de la nota de prensa. Puede ir sobre el papel o puedes integrarlo en una fotografía, dependerá de la maquetación.

- Incorpora también el slogan o nombre de tu proyecto.

- Identifica el documento con el título: NOTA DE PRENSA.
- Incluye la fecha del envío.

2.2. El titular

Supone el elemento más complicado. Debe resumir tu historia y ser atractivo para enganchar al periodista.

Por tanto, supone a la vez un gancho para el lector y tiene que ser riguroso. El hecho de que sea atractivo no significa que deba ser sensacionalista. Hay que optar por titulares que sean fieles a los resultados obtenidos en el proyecto.

Junto al título se puede incluir un subtítulo que será opcional. Sin embargo, cada una de las partes el titular (título y subtítulo) debe comprenderse de manera independiente a las demás.

Es importante **evitar la coincidencia** de términos en el título y subtítulo.

Recomendaciones para escribir un buen titular:

- No incluir rimas.
- No usar adivinanzas ni chistes fáciles.
- Redondear las cifras.
- No incluir el nombre de tu proyecto.
- No usar más de 10 palabras y escribirlo en 2 líneas.
- Destacar el titular con el tipo de letra, tamaño o negrita.

2.3 La entradilla

Es el primer párrafo de la nota de prensa. Cuenta con una extensión de 4 ó 5 líneas y recoge la información más importante. Al periodista le bastará leerla para saber si el comunicado es noticiable o no.

Normalmente se destaca en negrita.

Para elaborarla responde en ella a las las 5 W del periodismo:

- Who? (¿Quién?),
- What? (¿Qué?),
- Where? (¿Dónde?),
- When? (¿Cuándo?),
- Why? (¿Por qué?),
- How? (¿Cómo?)

2.4. El cuerpo del texto

La extensión recomendada de una nota de prensa rondará las 600 palabras. Como máximo, todos los elementos deberán abarcar 2 folios.

En cuanto a la estructura del texto, se recomienda la utilización de la **estructura de pirámide invertida**, procurando que en los dos o tres primeros párrafos se dé respuesta a las principales preguntas clásicas, las cinco W: Who? (¿Quién?), What? (¿Qué?), Where? (¿Dónde?), When? (¿Cuándo?), Why? (¿Por qué?), y, a menudo, el How (¿Cómo).

Al tratarse de una nota de prensa, el primer o segundo párrafo deben resumir los resultados del proyecto al que se refiere el texto, dejando otros datos como objetivos o proceso para otros párrafos posteriores.

Se aconseja resumir cada idea en un párrafo distinto para dar un orden lógico al contenido. Debemos empezar por lo más relevante, desarrollarlo con más detalle e ir bajando por la pirámide hasta lo menos importante. De esta forma, la base de la pirámide será el inicio de la noticia. Se trata de argumentar y exponer la relevancia que tiene cada W.

2.5. Datos de contacto

Al final del texto hay que proporcionar al periodista los datos para que contacten contigo. La idea es que puedan ampliar la información en el caso de que estén interesados en publicar.

- Nombre y apellidos.
- Cargo.
- Correo electrónico.
- Teléfono.
- Web.

3. Notas de proyectos colaborativos

Ya hemos explicado la estructura básica de toda nota de prensa. En el caso de nuestro proyecto el comunicado debe incorporar cierta información necesaria para dar la relevancia oportuna a la iniciativa

¿Qué datos debe incluir siempre una nota de prensa de proyectos colaborativos para mejorar el entorno?

1. Arrancar con los resultados obtenidos en el proyecto
2. Número de participantes
3. Nombre del proyecto, localidad y provincia donde se desarrolla.
4. Objetivos del proyecto
5. Fases del proyecto
6. Explicar el proceso. Es fundamental responder a la pregunta de ¿cómo hemos llegado a esos resultados?
7. Duración del proyecto
8. ¿Qué institución o empresa financia o impulsa el proyecto?
9. Fotografías y recursos gráficos. Todas las informaciones irán acompañadas de imágenes que puedan ilustrar la información. Una de ellas deberá ser necesariamente

de los agentes que acometen el proyecto para “ponerle cara” a los protagonistas. El resto de fotos pueden ser de fases de trabajo.

En estos enlaces accederás a ejemplos de notas de prensa de proyectos colaborativos:

- Proyecto ‘CapaCITados’:

<https://fundaciondescubre.es/blog/2016/05/31/un-proyecto-implica-a-400-participantes-y-expertos-para-promover-la-inclusion-de-personas-con-diversidad-funcional-en-atarfe/>

- Proyecto ‘Somos biodiversidad’:

<https://fundaciondescubre.es/blog/2016/05/12/mas-de-250-personas-colaboran-con-cientificos-para-convertir-atarfe-en-un-jardin-de-mariposas/>

- Proyecto ‘Cúdate, cuídalo’:

<https://fundaciondescubre.es/blog/2016/06/14/mas-de-500-personas-colaboran-con-cientificos-para-disenar-una-ruta-que-promueve-habitos-saludables-en-pinos-puente/>

- Proyecto ‘Torre-ON’

<https://fundaciondescubre.es/blog/2016/10/07/mas-de-250-personas-disenan-una-guia-online-de-las-aves-del-torreon-de-albolote-con-ayuda-de-cientificos/>

4. Recomendaciones de redacción:

Se recomienda la fórmula **sujeto, verbo y complemento** en las oraciones, evitando el uso excesivo de subordinadas y párrafos extensos. Cuando una frase es demasiado larga, lo mejor es poner un punto y seguido, y dividirla.

Evitaremos el uso de la primera persona del singular y del plural.

Se prefieren las formas activas de los verbos sobre las pasivas, excepto cuando, en un contexto dado, las formas pasivas demuestren mayor eficacia en la comunicación.

En la redacción habitual no serán aceptadas las abreviaturas, a menos que se haya citado antes a qué corresponden.

Procuraremos escribir en un solo tiempo verbal nuestra nota –preferentemente en pretérito perfecto o presente–, y tratar de no hacer referencia a adverbios temporales como ‘mañana’, ‘hoy’ o ‘ayer’ si pueden confundir al lector.

La repetición de palabras en las oraciones no supone un error. Sin embargo, una nota con repeticiones resulta monótona y evidencia pobreza de vocabulario. Además, conviene evitar la reiteración de haber, tener, ser, estar y reemplazarlos por otros que incluyan más información y riqueza.

Comillas y cursivas

Utilizaremos dos tipos de comillas las dobles (“) y las comillas simples (‘). Las primeras para frases o párrafo textuales. Las segundas pueden emplearse para añadir énfasis, ironía y segundos sentidos.

Citas

El estilo indirecto no debe incluir citas entrecomilladas.

Ejemplo:

- El investigador afirmó: “Los resultados de la investigación nos permiten establecer colaboraciones con otros grupos y avanzar en la siguiente fase del fármaco”.
- El investigador afirmó que los resultados de la investigación les permiten establecer colaboraciones con otros grupos y avanzar en la siguiente fase del fármaco

Sería incorrecto:

- El investigador afirmó que “los resultados de la investigación les permiten establecer colaboraciones con otros grupos y avanzar en la siguiente fase del fármaco”

Cursivas

Las cursivas se utilizarán en nombres de revistas, medios de comunicación, seminarios, jornadas, conferencias, cursos, libros y tesis doctorales. También con palabras extranjeras si su significado no resulta comúnmente conocido.

Todos los nombres científicos de plantas y animales irán en cursiva. Para citar correctamente a las especies el nombre, se compone de un nombre genérico y un epíteto específico que va en latín y en cursiva, en su defecto, entre comillas simples. El nombre siempre va en mayúscula y el epíteto en minúscula.

Ejemplo:

Draba lutescens o si no tenemos opción `Draba lutescens`

5. Estilo

Se llama estilo a la manera en que se escribe. Cada persona tiene el suyo particular, pero existen una serie de ideas concretas y comunes a todos los periodistas. Éstas se pueden resumir en las 3 C.

5.1. Claridad

Escribir con sencillez. Es necesario que el texto se entienda sin grandes esfuerzos. Para eso es necesario que quien redacta comprenda el acontecimiento y escribir las cosas con claridad, algo que tiene mucho que ver con el uso del lenguaje:

- Léxico accesible o sencillo.
- No utilizar tecnicismos.
- No utilizar extranjerismos.
- No utilizar vulgarismos.
- Usar párrafos cortos de cuatro o cinco líneas.
- Frases cortas, entre 15 y 20 palabras.
- Mantener el orden lógico de la frase.
- No abusar de las frases pasivas.
- No abusar de las oraciones subordinadas.
- Frases afirmativas mejor que negativas.

5.2. Corrección

- Escribir correctamente implica seguir las reglas y el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua.

5.3. Concisión

El mensaje deber ser lo más breve y preciso posible, utilizando los términos exactos sin añadir más. Existen una serie de reglas para ser conciso:

- Evitar las locuciones prescindibles o las perífrasis.
- Rechazar la ambigüedad.
- No utilizar ciertas muletillas.
- Evitar la abstracción.
- Utiliza palabras plenas con sentido total.
- Evitar los adjetivos calificativos.
- Escribir con verbos que indiquen movimiento.
- Evitar los verbos ser y estar.

Actividad.

Redacta una nota de prensa de tu proyecto con las recomendaciones y estructura de esta unidad. Debe contar con los siguientes elementos:

-Titular, entradilla y cuerpo de texto

-Una extensión máxima de un folio