
REDACCIÓN PARA LOS MEDIOS

Nombre de la Asignatura:	Redacción para los medios
Semestre:	IV
Nro horas semanales:	4 h (2T, 2 P)
Materia de evaluación continua	

INTRODUCCIÓN

La lógica que impone el uso de la sintaxis y la redacción en cualquier idioma necesita amoldarse a los requerimientos propios de un medio de comunicación masivo. La inmediatez de la prensa escrita, el efecto impactante del anuncio televisivo y la relativamente pausada transmisión del mensaje publicitario requieren de una serie de habilidades en cuanto a la expresión de las ideas en función del medio que será utilizado para transmitirlos. A través de esta asignatura, el estudiante de Comunicación Social se pondrá en contacto con técnicas específicas de redacción que le permitirán familiarizarse con los manejos del lenguaje cuando es utilizado en los medios audiovisuales, periodísticos y publicitarios.

OBJETIVO GENERAL

Ofrecerle al estudiante las técnicas de redacción que necesita para la transmisión correcta, concisa, clara y confiable de información a través de los diferentes medios de comunicación social.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS

- 1.- Utilizar correctamente el castellano como vehículo de transmisión de información y conocimientos, a través de la técnica, el formato y el lenguaje de los diferentes medios de comunicación.
- 2.- Conocer las normas que rigen el estilo y la redacción para los medios, y saber diferenciarlas de las normas generales de la gramática de la lengua española.
- 3.- Tener conciencia de la importancia de la concisión, la claridad, la corrección y la fiabilidad de la lengua en su profesión.
- 4.- Hacer una lectura crítica de los textos publicados en los medios de comunicación del país.
- 5.- Desarrollar, con una base académica, su propio estilo en la redacción de textos para los medios.

CONTENIDO DEL PROGRAMA:

UNIDAD I: EL ESTILO PERIODÍSTICO

- Concepto de Estilo periodístico. Orígenes de la técnica redaccional del periodismo. Associated Press. Redacción para el público promedio.
- Características generales: concisión, claridad y objetividad. Belleza y armonía. La

redacción impersonal: la supresión de toda referencia al periodista. La redacción en positivo sobre lo negativo.

- Estructura del texto periodístico informativo: La jerarquización de la información. La síntesis. Las preguntas clásicas del periodismo. Redacción del lid. Tipos de lid. Extensión y contenido. El cuerpo. El segundo párrafo como complemento del lid. La cola. Propuestas modernas en la estructura de la noticia. La independencia del párrafo (eliminación de frases copulativas al principio). El titular o encabezado. Reglas de redacción del título, antetítulo y sumario. Extensión, el verbo como centro del título. La afirmación sobre la negación. Errores estructurales más comunes: la enumeración, la falta de ilación (fragmentación), la editorialización.
- Estilo periodístico:
 - 1.- Sintaxis: sujeto-verbo-complementos directo, indirecto y circunstancial. Las oraciones subordinadas: reglas de uso periodístico. Extensión de la oración. Voz activa y voz pasiva. Conversión de la voz pasiva en impersonal. El falso impersonal. El verbo: Utilización de los tiempos verbales y sus significados en España y en América Latina. Perífrasis verbales. Preposiciones. Locuciones prepositivas. Errores más frecuentes (separación del sujeto y el verbo con una coma). Errores sintácticos anglicados y galicados (supresión del artículo, queísmo, dequeísmo, eliminación del que, uso anglicado del posesivo, uso del “y/o”, c). Posición del adjetivo y el adverbio en la frase. El gerundio, preposición “a” + verbo, condicional del rumor, condicional e imperfecto del subjuntivo, el impersonal “haber”. (deber/deber de, verbos defectivos) .
 - 2.- El manejo de la atribución de fuentes: La cita de atribución directa e indirecta. El encomillado. El verbo “decir” y otros verbos de atribución, diferencias entre ellos.
 - 3.- Léxico: Reglas generales para el uso del léxico. Recursos literarios y redacción periodística. La concisión y la pobreza del lenguaje. Falsas acepciones. Frases explicativas incidentales, referencias geográficas, perífrasis, uso de polisílabos, sinónimos y antónimos, parónimos. Referencias temporales. Uso de títulos de cortesía y protocolo. Vicios lexicales: redundancias de palabras, de raíces y conceptuales, cacofonías. Neologismos: reglas para la correcta formación de nuevas palabras. Anglicismo, galicismo, y barbarismo. Extranjerismos necesarios (préstamos y términos especializados). Tecnicismo. Manejo periodístico de cifras, porcentajes, medidas y monedas. Traducción de índices e indicadores en información. Siglas y acrónimos. El lugar común. El léxico como vehículo del juicio de valor, a través del adjetivo y el adverbio. El léxico sexista, racista y vulgar. Arcaísmos, modismos y localismos. El eufemismo. Errores más comunes de léxico en los medios de comunicación.
 - 4.- Ortografía: Transcripción de términos en lenguas no latinas: el cirílico, el hebreo, el árabe, el chino. Nombres. Toponimia. Gentilicios. Uso de las mayúsculas y minúsculas.
 - 5.- La jerga del periodismo especializado. Lenguaje especializado: económico, político, científico, deportivo, cultural, juvenil, etc.
- Los géneros de opinión: Formulación de tesis. La argumentación. La contextualización. La posibilidad del narrador en primera persona. Las características de los titulares.
- La redacción de los géneros periodísticos en función de lo estético: Elementos paragrafícos del texto (uso de bastardillas, negritas, subrayados, mayúsculas). Elementos sintácticos del diseño gráfico. Adaptación de lo escrito a los códigos del diseño gráfico.

- Redacción para medios cibernéticos (internet): Redimensión de la pirámide invertida. Redacción de textos por capas. El hipervínculo.

Bibliografía específica:

- Associated Press en Español (1998) *Manual de Estilo*.
- Bello, A. *Gramática de la lengua castellana*. México. Editorial Nacional.
- Cadenas, R. (1998). *En torno al lenguaje*. Caracas: Monte Avila Editores.
- El País (1998). *Libro de Estilo de El País*. Madrid, España. Ediciones El País.
- El Tiempo (2000). *Manual de Redacción*. Bogotá. Casa Editorial El Tiempo.
- Grijelmo, A. (1999) *El estilo del periodista*. Editorial Taurus.
- Martínez Albertos, J. L. y Santamaría, L. (1998) *Manual de estilo*. Sociedad Interamericana de Prensa.
- Martínez Albertos, J. (1998). *Redacción Periodística*. Editorial ATE.
- Márquez Rodríguez, A. (1976). *La comunicación impresa. Teoría y práctica del lenguaje periodístico*. España: Ediciones Centauro.
- Real Academia Española. *Esbozo para una nueva gramática española*.
- Scanella, P. *El lid: fórmula inicial de la noticia*.
- Tejedor, B. (2000). *Redacción y Estilos: teoría y praxis*. Caracas, UCAB.

Dedicación en tiempo: 60 %

UNIDAD II: LA REDACCION PARA MEDIOS AUDIOVISUALES

- Redacción para la lectura en medios audiovisuales (radio y televisión). Oralización de la lectura. Extensión de la oración Extensión del párrafo. La cita indirecta. El enlace. La ratificación. La muletilla. La regla de oro: una idea, un párrafo. El anuncio o “titular” radiofónico y televisivo. La prosodia: La transcripción. la pronunciación del inglés, el francés, el portugués, el italiano, el alemán. Otras lenguas. Cifras (transcripción de números romanos). Los números ordinales. Errores comunes: La redundancia entre lo dicho y lo visto
- Redacción publicitaria: Síntesis y sintaxis. El aspecto creativo, novedoso, impactante. El eslogan: reglas de redacción. El estilo en la redacción del mensaje instrumental.

Bibliografía específica:

- Comparato, D. (1986) *El guión*. Buenos Aires: Editorial Garay.
- Feldman, S. (1997) *Guión argumental, guión documental*. España: Editorial Gedisa.
- Field, S. (1997) *Prácticas con cuatro guiones*. España: Plot Ediciones.
- Hilliard, R. (1997) *Guionismo para radio, televisión y nuevos medios*. México: Editorial Thomson.
- Martínez de Badra, E. (1997) *El guión: fin y transición*. Caracas: Edit. UCAB.
- Rivers, W. (2000) *Periodismo para Radio, Televisión y Prensa*. México: Editorial Pax. Tejedor, B. (2000) *Redacción y Estilos: Teoría y praxis*. Caracas: UCAB
- Scanella, P. (1996) *El lead, fórmula inicial de la noticia*. España.

Dedicación en tiempo: 40 %