

UNIVERSIDAD NACIONAL DEL SANTA
FACULTAD DE EDUCACIÓN Y HUMANIDADES
ESCUELA ACADÉMICO PROFESIONAL DE
COMUNICACIÓN SOCIAL



“LA REDACCIÓN EN NOTAS INFORMATIVAS
EN PRENSA”

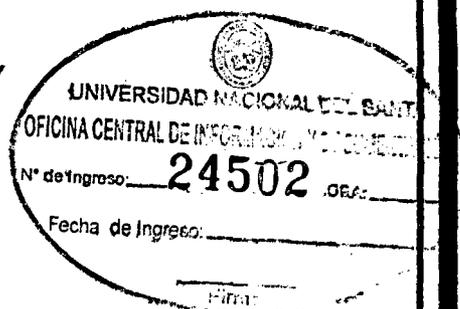
MONOGRAFÍA PARA OPTAR EL TITULO PROFESIONAL
DE COMUNICADOR SOCIAL

AUTOR:

Bach. JAVIER EDER PAICO OLAYA

ASESOR:

Lic. JAMES SOLIS GODOY



NUEVO CHIMBOTE - PERÚ

2012

Introducción

Según estudios internacionales realizados por la Asociación Mundial de Periódicos (WAN – siglas en inglés) y el Ministerio de Cultura de España la juventud peruana tiene poco interés en comprar y leer diarios, lo que afecta los ingresos económicos de estas empresas. Los motivos son muchos, van desde la pérdida del hábito de lectura en nuestros paisanos, pocos ingresos económicos, así como también la falta de estrategias para atraer lectores jóvenes como el desarrollo de temas que le gusten a esta generación, una mejor diagramación, una mejor campaña de marketing, entre otros. Sobre todo el factor más influyente es la denominada ‘cultura de pantallas’ que consiste en el nuevo proceso que utilizan los jóvenes para informarse a través de la televisión, el celular y sobre todo la Internet. A esta realidad también debemos añadirle que la redacción que utilizan los periodistas en prensa es poco atractiva hacia los menores de 25 años, quienes se han convertido en el público potencial de los diarios.

La WAN ha realizado una serie de recomendaciones, entre ellas mejorar la redacción, haciéndola más innovadora, creativa y sobre toda corta. Para esta última recomendación debemos tener en cuenta que la mayoría de notas que se publican en los diarios son informativas, por lo que decidí profundizar mi investigación en este tema escribiendo los siguientes capítulos:

Capítulo I: El periodismo informativo.

Capítulo II: Estructura de la nota informativa.

Capítulo III: El estilo de la nota informativa: