



encuentro
agesic 2018

CONTINUIDAD DE
LA TRANSFORMACIÓN:
aprendizaje permanente

ESCRIBIR DESDE UN ORGANISMO



#agesic2018

El medio es el mensaje



Escribir en un organismo es:

- **Comunicar una idea** a través de una traducción fiel y responsable a un lenguaje comprensible.
- **Diseñar mensajes** de manera simple, cercana y con el menor ruido posible, respetando las características de cada público y de cada medio.
- **Crear contenidos** alineados a la estrategia institucional.
- **Fortalecer la imagen institucional** comunicando las ideas fuerza en cada pieza.
- **Repensar la jerga** de nuestros oficios. (El orden del discurso).



Construir el relato

- Escribir desde un organismo no es hacer periodismo.
- Nuestra voz es institucional.
- No hay carrera por el raiting.
- Debemos crear nuestra voz institucional.



Es contar una historia

- No trabajamos de forma aislada. Debemos conocer los momentos institucionales.
- Cada escrito será parte de la historia institucional y es un insumo para el futuro.
- A las “palabras no se las lleva el viento”.
- Cada **contenidista articula el saber histórico** de la institución con la visión del futuro plasmada en los planes.

Había una vez...

Una cuestión de elecciones

Elegir un estilo: definir tono, palabras, frases, enfoque, **isotopía**.

El nuestro: asertivo, riguroso en datos, fiel a la realidad, agrega valor, cercano y entendible.

Escribimos mejor por algo: si las personas nos entienden, tendrán más herramientas para ejercer sus derechos.



Escribir es traducir

- Las líneas estratégicas del organismo deben permear las notas.
- Las notas debe transmitir información sin “parecer” un discurso político.
- Cuando un concepto o palabra se naturaliza debemos buscar la manera de decirlo distinto.

Ejemplo:

“Correcto intercambio de trabajo con las demás instituciones”

Puede decirse:

“Trabajo colaborativo con otros organismos”.

Siempre se puede decir más simple.



Antes de empezar a escribir

- Organizar la información si tenemos muchas fuentes.
- Tener presente que la nota Web no debería superar una carilla de Word.
- Hacer un esquema de la estructura de la nota -qué quiero resaltar-.
- Si además de grabar cuando vamos a cubrir tomamos nota directamente en una notebook, ganamos tiempo -ya que no hay que desgrabar y al regresar a hacer la nota ya tenemos escrita la materia prima de la información.
- Elegir con habilidad qué vamos a citar de lo declarado por las autoridades que cubrimos. Muchas veces por cuestiones de espacio no podemos citar todo lo que dijeron.



Convertir el dato en idea

Los porcentajes, las cantidades o los nombres propios son importantes pero por sí solos no transmiten la idea. **Convertir el dato en idea** contribuye a que generemos valor en nuestros textos.

No es lo mismo titular:

“Comisión Mixta Uruguay-Rusia para la Contribución al Desarrollo de las Relaciones Económico-Comerciales” -Dato-.

Que:

“Iniciativa para fortalecer vínculo comercial entre Uruguay y Rusia” -Idea-.

No es lo mismo titular:

Reunión con la Canciller de la República de Corea, Kang Kyun-Wha” -Dato-.

Que:

“Uruguay y Corea dialogan por negociación comercial”. -Idea-.



Antes de empezar a escribir

Tener presente:

- Los conceptos estratégicos de nuestro organismo.
- Cómo voy a convertir **los datos en ideas**.
- Cuando entendí lo que voy a contar, puedo contar.

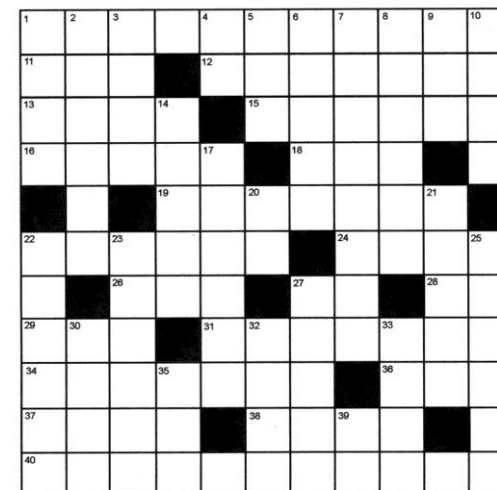


Empezar a escribir

- **Hablar en tercera persona.** Ejemplo: “Con estas acciones el Ministerio continúa promoviendo el vínculo fluido entre los países de la región”.
- **Evitemos,** siempre que no sea necesario, el **lenguaje coloquial.** Ejemplo: “Se trató de una actividad entretenida”.

Las segundas palabras

No digamos: “En el día de ayer tuvo lugar el evento”, si podemos decir: “El evento se realizó el **14 de mayo**”.



Contenido estándar: Noticia

Más allá de que la noticia tenga como destino el papel o los formatos digitales, es habitual que tengan una misma estructura:

Título: “gancho” del contenido. Debe llamar la atención.

Copete: debe dar cuenta de qué queremos contar.

Desarrollo: Ampliamos lo expresado en el copete.

Pero más importante que la estructura es definir CUÁL ES EL VALOR NOTICIOSO DE LA INFORMACIÓN:

Dónde radica la novedad.

Dónde radica el beneficio para las personas.

¿Cuál es el enfoque que debo darle a la nota para que esta sea efectivamente una noticia ya sea para los medios, o para los medios de interés para la ciudadanía?

¿Puedo desde una mirada nueva, dar otro enfoque a una información habitual?

¿Tiene que ver con la actualidad? ¿Es importante por su novedad o por su magnitud? ¿Se refiere a la resolución de un conflicto? ¿Es poco común o imprevisible? ¿Tiene valor educativo? ¿Es su valor aportar emoción?

Cargos y nombres de autoridades

El cargo de las autoridades debe ir en minúscula si va acompañado del nombre. Ej: el ministro Rodolfo Nin Novoa.

Si no va acompañado del nombre porque lo nombramos en un párrafo anterior, el cargo va en mayúscula. Ej: “...en este sentido, el **Ministerio** comentó que...”

Existe el género femenino para los cargos. Ejemplo: Presidenta, Gerenta, Ministra.



Esas pequeñas palabras: las siglas

Si la nota se publica en nuestro propio sitio, debemos nombrar al organismo por su sigla: MRREE.

La sigla Jutep, por ejemplo, **debe escribirse con la inicial en mayúscula y el resto en minúscula** porque es un acrónimo, es decir, una sigla que puede leerse y tiene más de cuatro letras. Las siglas de otras dependencias u organismos que superen la cuatro letras y puedan leerse, como por ejemplo: Mides, deben escribirse con inicial mayúscula y el resto en minúscula.

Se escriben en mayúscula las siglas de que deben deletrearse: CGN, CND, OPP, ODS, DGI, URCDP, UAIP, MRREE.

Errores frecuentes

Abuso de sinónimos: No digamos “finca”, si podemos decir primero “casa”; no digamos “soluciones habitacionales” si podemos decir “viviendas”. No digamos “se celebró” si podemos decir “se realizó”.

Redundancias: No digamos “lapso de tiempo determinado” si podemos decir “lapso”; no digamos “continúan vigentes al día de hoy”, si podemos decir “continúan vigentes”; no digamos “volvemos a reiterar” si podemos decir “reiteramos”.

Usemos el lenguaje inmediato -que no significa coloquial-. Evitemos “arribaron” si podemos decir “llegaron”; evitemos “partió rumbo” si podemos decir “viajó”; evitemos “el evento tendrá lugar”, si podemos decir “el evento se realizará”.

No usemos referencias temporales inmediatas: “hoy”, “ayer”, “mañana”, “el año pasado”, “el próximo año” son expresiones que pierden vigencia al momento de cumplirse la fecha indicada.



Errores frecuentes

El mismo / la misma: son figuras anafóricas (es decir, refieren a algo anterior dicho en el texto). Para eso hay otras figuras: éste, ésta, su, sus.

Ejemplo:

“El objetivo de este viaje fue concientizar sobre la importancia de estos países en relación con Uruguay y su vínculo con **los mismos**.”

Lo correcto:

" El objetivo de este viaje fue concientizar sobre la importancia del vínculo de Uruguay con estos países”.





Veo, luego leo

¿Cómo leen los internautas?

1. Navega, está de paso
2. Tiende a escanear
3. Deja los contenidos por la mitad
4. Explora
5. Busca y elige al azar
6. La F imaginaria



Escritura web

Sobria:

- Estilo austero, con pocos adjetivos.

Concisa:

- El visitante tiende a leer poco.
- El verbo.

Ojeable:

- Uso de títulos y subtítulos.
- Párrafos cortos.
- Copetes.



Vamos a ver cómo es

Se adecua a la lectura Web

Es funcional a las expectativas del lector



Decir, decir, decir

La idea es dicha 3 veces de 3 maneras distintas. (Copete, ampliación y cierre).

Jerarquizar la información. La idea es dicha con 3 niveles de detalle distintos.

Cada párrafo debe entenderse por sí solo.



El titular

- Es el elemento principal del contenido
- Debe captar la atención de los lectores
- Determina que el lector lea o no la nota
- Debe ser breve y sin punto
- Eventualmente se suprimen los artículos



Dos clases de títulos

1. Denotativos

Brindan información objetiva, austera y descriptiva.

Ejemplo: “Mujica conoció a la banda Aerosmith”.



...Dos clases de títulos

2. Connotativos

Metáforas y doble sentido.

Remiten a otros significados, relacionados o no con la información.

Son nombres de libros, películas, refranes o juegos de palabras.

Ejemplo: “Va por barrios: 150 familias de Casabó tienen nueva casa”.



Titular con astucia

- TITULAR ANZUELO. Se utiliza para enganchar aludiendo a información sorprendente de la nota.
“Conocer mi derecho a la protección de dastos me cambió la vida”.
- TITULAR REVELACIÓN. Cuenta el proceso, por lo general empieza con la palabra “cómo”. *“Cómo el Estado está facilitando sus servicios .*
- TITULAR PREGUNTA. Apela a las preguntas que puede hacerse el público definido. *¿Cuáles son los pasos para obtener tu Cédula Electrónica?*
- TITULAR CALL TO ACTION. Indica al lector qué debe hacer. Conozca, descubra, sorpréndase, etc.
“Conocé tu derechos sobre datos paersonales.
- TITULAR ENUMERACIÓN. Se da idea de nota breve, concisa y dinámica. “Hacé el trámite en tres pasos”.
- TITULAR TESTIMONIO. Se elige una frase impactante de los discursos para abrir la nota y se entrecomilla. *“Trabajamos por la transformación con equidad”.*

Copete

Es el primer párrafo de la nota.

En Web aparece dos veces: antes y después de hacer clic en el contenido.

Debe resumir de qué se trata de la nota.

Buena práctica: en los organismos tendemos a incluir en el copete formalismos como los nombres de los organismos involucrados o detalles del lugar donde ocurrió el hecho. Esa información puede ir en el desarrollo de la nota.

Si bien la “vieja escuela” dice que el copete debe responder a las 5 W, a veces es más efectivo concentrarse en el “qué pasó”.



La pieza que faltaba

Las 5 w

What (Qué)
Who (Quién)
Where (Dónde)
When (Cuándo)
Why (Por qué)



Principio quieren las cosas

Copete con “poco gancho” a mejorar:

El día 25 de mayo en la ciudad de Seúl, el Ministro de Relaciones Exteriores, Rodolfo Nin Novoa, fue recibido por la Canciller de la República de Corea, Kang Kyun-Wha.

Mismo copete mejorado:

Corea del Sur y Uruguay iniciaron negociaciones comerciales con el Mercosur, lo que supone un mercado de trescientos millones de habitantes.



Cuando el texto es muy largo

Crear bloques.

Párrafos cortos y uso de viñetas.

Crear una versión para imprimir
(sin banners, links, fotos).

En los archivos de descarga indicar:
tamaño, tipo e ícono de archivo.



Repaso antes de publicar

Pensar el titular -Convertir el dato en idea-
Escribir el copete.
Desarrollar la nota.
Escribir el remate.

Revisar:

- ¿Dije lo que quería decir?
- ¿Puedo decirlo más simple?
- ¿Hice valoraciones innecesarias?
- ¿Fui redundante?
- ¿Es consistente la información?
- ¿Incorporé las ideas fuerza?
- ¿Cité la fuente?
- ¿Corregí la ortografía?



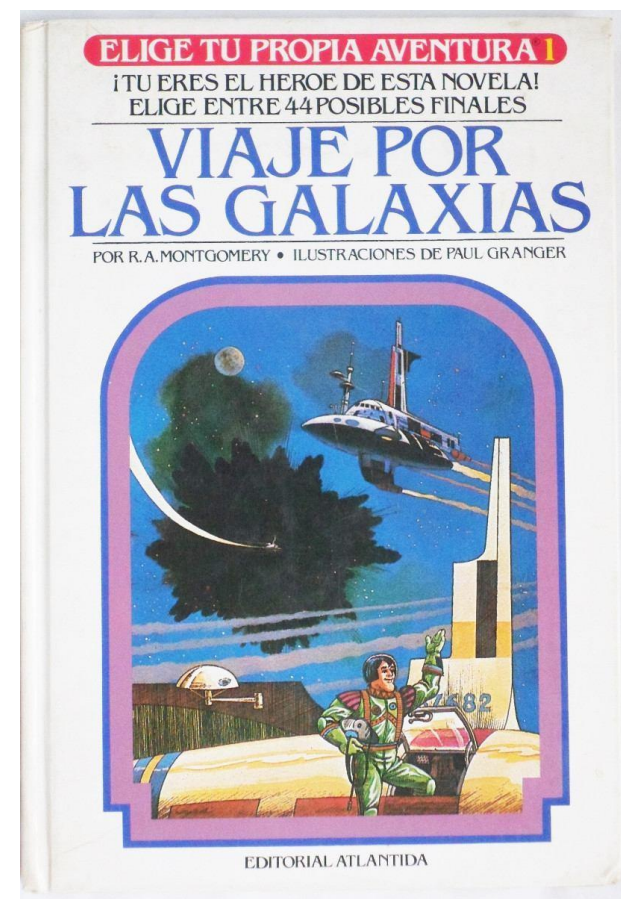
El link

1. Relaciona contenidos a la interna o externa de la página.
2. Debe estar correctamente descripto para que el usuario lo siga.
3. En general usa el modo imperativo:

Descargar Convenio entre UCE y Agesic (correcto)

Si deseas ver el documento haz clic aquí
(incorrecto)

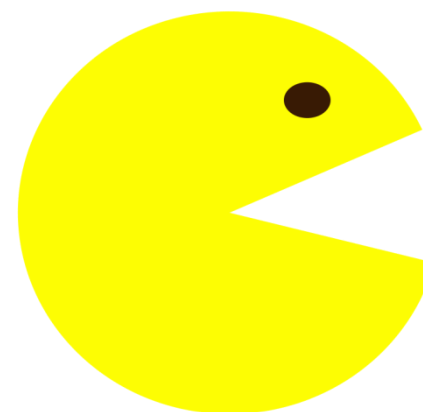
4. Incluirlo en el texto cuando haya referencias



Ejercicio

En el siguiente texto:

1. Crear un título “Anzuelo”.
2. Mejorar el copete con énfasis en el “qué”.
3. Enunciar correctamente el link de descarga.
4. ¿Ves más errores?



Agesic participó del lanzamiento de Facebook como nuevo canal de atención a la ciudadanía

El pasado 10 de octubre el Director Ejecutivo de Agesic, José Clastonik participó junto a otras autoridades del lanzamiento de un nuevo canal de atención ciudadana. El evento tuvo lugar en la sala de actos de torre ejecutiva y transcurrió de 10 a 11 horas.

En el marco de las iniciativas de atención a la ciudadanía Agesic a través del Programa Atención a la Ciudadanía, disponibiliza la red social Facebook para comunicarse con el Estado, pudiendo realizar consultas por parte de las personas.

Atención a la Ciudadanía es una excelente iniciativa que impulsa la transformación digital con equidad, promoviendo la inclusión.

Facebook es una red social muy buena que tiene muchos usuarios y es la más importante en Uruguay, siendo una de las aplicaciones más descargadas en dispositivos móviles y uno de los sitios en los que los habitantes de Uruguay están más tiempo.

Gracias a todo esto el área de Atención a la Ciudadanía de Agesic disponibiliza este nuevo canal de atención, recibiendo en el mismo consultas sobre trámites y servicios del Estado.

[Para acceder a la página de Atención a la Ciudadanía hacé clic aquí.](#)

“Escribir es un oficio que se aprende escribiendo”.

Simone De Beauvoir

¡¡¡Muchas gracias!!!

Carolina Bello

