



# Cómo proponer artículos a un editor científico

Crédito de la imagen: Suzanne Lee / Panos

## De un vistazo

- A los editores les interesa saber si investigó el tema y el medio
- Mantenga la propuesta corta, precisa, simple y adecuada al tipo de nota
- Sea amigable y flexible con el editor, y respete sus indicaciones

155

Shares 

Proponer con éxito una historia a un editor científico requiere de una amplia gama de habilidades, desde investigar al medio hasta comunicarse con su editor de una manera profesional.

En esta guía práctica hemos compilado el consejo de seis diferentes editores de ciencia con amplia experiencia en encargar piezas para un número diferente de medios de comunicación, incluyendo Science, BBC Focus Magazine, New Scientist, The Mail, Guardian y SciDev.Net.

Seguir las recomendaciones de esta guía le ayudará a aumentar las posibilidades de que sus historias sean

aceptadas por un editor. Algunas de las recomendaciones son específicas para periodismo científico, pero la mayoría son relevantes para otros tipos de periodismo también.



## Haga su tarea

### **Procure que su propuesta coincida con el contenido de la publicación**

Averigüe lo que la publicación quiere y necesita. Sin conocer las preferencias personales del editor, usted puede fácilmente descubrir el tipo de historias que el periódico o revista usualmente publica. Si no encuentra entrevistas del tipo ‘pregunta y respuesta’, no las proponga. Si usualmente publica opiniones o columnas, propóngalas.

### **Ajústese a su estilo**

Use un lenguaje que se ajuste al estilo de la publicación. Lea varias de sus historias para descubrir lo que más pueda acerca del estilo y los enfoques.

### **Sea único y original**

No proponga historias publicadas recientemente por otros medios, o que ya hayan aparecido en el medio al que envía su propuesta –siempre es bueno hacer una búsqueda de archivo para confirmarlo. Si otras historias publicadas coinciden con la suya, explique las características que harán que su pieza sea única y original.

### **Use las pautas de publicación**

Pida las pautas de publicación, y asegúrese de seguirlas con detenimiento. Por ejemplo, para ser considerado en *SciDev.Net*, una historia noticiosa debería describir un hallazgo nuevo y significativo, un progreso científico, una innovación tecnológica, una decisión o recomendación política, una declaración oficial o una acción política, entre otros.

### **Formule la propuesta de manera relevante**

En su propuesta, demuestre que conoce las secciones de la publicación y sugiera en dónde visualiza su historia. Por ejemplo, la sección de opinión de *New Scientist*.

### **Produzca piezas originales**

No proponga historias basadas en comunicados de prensa o aparecidas en grandes medios, porque por lo general se cubren internamente. Busque historias a partir de publicaciones más pequeñas o de conferencias sin comunicados de prensa.

### **Investigue la audiencia**

Las mejores propuestas tienen una frase que destaca por qué la audiencia querría leer esta historia. Para incluirla, debe averiguar las características de la audiencia del medio.

### **Contextualice la investigación**

Si su historia es sobre una nueva investigación, ¿cómo se enmarca dentro del conocimiento ya existente? ¿Representa un avance notable? ¿O entra en conflicto con alguna otra teoría?



## Ajuste el contenido

<b>Resume</b>	Proponga una historia emocionante e irresistible. ¿Puede resumirla en una oración? Tiene más posibilidades de ser aceptada si tiene un título fuerte, aún si la idea aún no está totalmente desarrollada
<b>Limite el tema</b>	Sea específico: proponga una idea de historia, no un tema general.
<b>¿Por qué es noticia?</b>	Si va a proponer noticias, es importante que defina claramente por qué su historia es noticiosa. Proponga siempre noticias nuevas y exclusivas, y explique qué las hace tales.
<b>Construya su propuesta con base en otras noticias</b>	Procure que su historia sea relevante a la luz de lo que ya es noticia. Por ejemplo, una historia sobre nutrición en hospitales de Ruanda es interesante, pero ¿por qué debería ser publicada ahora? Una historia sobre la nutrición en hospitales de Ruanda, basada en el último reporte de la OMS o bien tras el cambio de liderazgo en el ministerio de salud local, es una propuesta mucho más fuerte.
<b>Use fuentes variadas</b>	Incluya alguna información sobre quiénes serán sus fuentes, demostrando que consultará las independientes y aquellas que están involucradas con la historia. Muchos editores quieren ver por lo menos dos fuentes, una de las cuales por lo menos debe ser independiente de la fuente principal.
<b>Cuide los detalles</b>	Asegúrese de la calidad y la precisión. Corrija la ortografía, no escriba mal los nombres y use adecuadamente las mayúsculas y las minúsculas en su propuesta.
<b>Manténgalo corto</b>	Los editores son personas extremadamente ocupadas, así que las propuestas cortas y concisas tienen más posibilidades de ser exitosas.
<b>Manténgalo simple</b>	Evite la jerga. Usar palabras como ‘grupos de interés’, ‘apalancamientos’ y ‘diálogos sostenibles’ en su propuesta pueden desinteresar al editor.
<b>¿Quién es usted?</b>	Si es su primera experiencia en proponer una historia a un editor, incluya información sobre usted, sus áreas de interés y su experiencia. Provea hasta tres enlaces a trabajos previos o, si es un nuevo escritor, explique brevemente por qué usted es la persona indicada para cubrir esta historia..



## Comuníquese con el editor

<b>Sea amigable y flexible</b>	Sea amigable, esté disponible y busque consensos durante el proceso de edición. Sea sensible y flexible a la retroalimentación que le brinde el editor. Esto asegurará una mayor calidad en la pieza y será más adecuada para el medio.
<b>Respete el acuerdo de extensión del artículo</b>	No intente negociar la extensión de la pieza. El editor tiene un límite de palabras y presupuesto, y le corresponde administrarlo. Una vez que haya entablado una buena relación con el editor, está bien pedir un poco más de espacio, pero solo con una argumentada justificación.
<b>Manténgalo informado</b>	Mantenga al editor al día acerca del desarrollo de la historia, especialmente si hay retrasos. Perder la fecha límite sin una notificación dañará la relación.
<b>Respete el contrato</b>	Cuando escribe como periodista independiente, el editor esencialmente lo que hace es comprar un servicio. Si usted falla en entregarlo, invalida el contrato y el editor tendrá motivo para no pagarle.
<b>Siéntase libre de recordar</b>	Persiga a los editores que no han respondido un correo electrónico en 24 horas, pero no exagere. Un editor agradecerá su recordatorio si genuinamente lo han olvidado, pero recuerde que están trabajando también con muchas otras historias.
<b>¿Correo electrónico o llamada telefónica?</b>	Recuerde que los editores reciben cientos de correos electrónicos al día. Algunos prefieren llamadas, especialmente si la historia ya ha sido encargada, lo que puede conducir a una mejor relación laboral. Pero otros prefieren los correos electrónicos, así que averigüe sus preferencias.
<b>A veces una reunión es mejor</b>	Algunos editores prefieren los encuentros cara a cara. Si se está poniendo en contacto por primera vez, trate de agendar un encuentro personal, pues de esta manera tendrá una mejor idea de lo que ellos buscan exactamente. Esto puede ser particularmente útil para piezas grandes como artículos especiales.
<b>Tenga el tono adecuado</b>	No trate con condescendencia a los editores. Ellos también son profesionales.



## Pula su propuesta

<b>Respete las fechas límite</b>	Su editor trabaja bajo la presión de plazos dentro de su propio medio. Las fechas límite que le han indicado existen por una buena razón –respételas.
<b>Sea realista</b>	Si usted es poco experto, en lugar de enviar su propuesta a una publicación muy reconocida, contacte una que no lo sea tanto; así podrá empezar a construir su portafolio.
<b>Enfóquese en el encargo que le han hecho</b>	No cambie el ángulo de la historia o su alcance una vez que la propuesta ha sido acordada, sin notificar al editor. Si cree que de repente ha descubierto una historia mucho mejor, no dude en llamarlo y proponer el cambio –podrían agradecer el

	nuevo enfoque..
<b>Una propuesta por publicación</b>	No formule propuestas de una misma idea para varias publicaciones al mismo tiempo. Los editores se molestarán si ven la misma idea en una publicación rival.
<b>Idioma</b>	No proponga historias en un idioma particular a menos que sea lo suficientemente bueno para escribir en ese idioma. Está bien si no es un hablante nativo, pues los editores pueden arreglar su gramática y estilo. Pero deben ser capaces de entenderle.



## Adapte la propuesta para el multimedia

<b>Dele dirección al formato</b>	Asegúrese de escoger una historia que funcione como pieza de multimedia. Audio, video y fotografías le agregan perspectiva y una dimensión humana a su pieza, así que debe ser capaz de transmitir este aspecto a través de la captura de las imágenes correctas, sonidos ambiente o simplemente permitiendo que la voz de sus entrevistados expresen su personalidad y puntos de vista. Así que cuando proponga una historia para multimedia, argumente las razones por las cuales debería ser contada en un formato en particular. Si no está seguro, no la proponga.
<b>Cubra los detalles</b>	Describa el detalle de su material: cuáles efectos visuales, sonidos e incluso equipo pretende utilizar. Los editores tendrán diferentes requerimientos de calidad, pero muchos querrán ver lo que usted opine sobre imágenes y sonido.
<b>Manténgase directo</b>	Mantenga la historia lo más simple posible: una estructura fuerte y directa es primordial en producción multimedia, de lo contrario la audiencia se distraerá. Las imágenes y el sonido deben funcionar para que la historia sea más fuerte, pero fallarán si su narración es confusa.
<b>Use el equipo ideal</b>	No proponga piezas multimedia si no tiene el equipo básico para elaborarlas. Por ejemplo, fotografías tomadas con su celular usualmente no tienen la calidad requerida, y dictáfonos no son lo suficientemente buenos como para grabar sonido de alta calidad.



## Checklist de la propuesta periodística



**Detalles de contacto** – asegúrese de incluir sus detalles de contacto al inicio.



**Tiempo y ubicación** – ¿Cuándo y dónde se destapó, o sucederá, la noticia? ¿Hay un embargo?



**Línea resumen** – facilite el trabajo del editor al proveer un interesante resumen que podría ir en el título de un correo electrónico.



**Título sugerido** – resuma la idea del artículo o sugiera un titular.



**Resumen de 100 palabras** – resuma el concepto en no más de 100 palabras. Incluso podría sugerir una entrada. Use lenguaje enérgico para que su propuesta se destaque entre las demás.



**Enfoque** – si tiene un enfoque que cree que haría única la historia, asegúrese de explicarlo claramente. Por ejemplo, ¿qué preguntas contestará su pieza?



**Investigación** – provea enlaces para hacer investigación, como una referencia rápida.



**Comunicado de prensa/artículos de revista científica** – si la historia está basada en alguna de estas fuentes, provea los enlaces o documentos adjuntos.



**Contenido de página** – si es apropiado, sugiera recuadros, diagramas o gráficos.



**Entrevistados** – enliste a los científicos y expertos que planea entrevistar.



**Portfolio** – incluya ejemplos de su trabajo previo.



**Véndase** – incluya el enlace a su propia página web, o cite sus calificaciones, para convencer al editor de por qué debería contratarlo.



**Si se le encarga un artículo, obtenga un acuerdo por escrito** – ¿Pagan una tarifa plana por artículo o tienen una tarifa por palabras? ¿Cuáles son los términos de pago? ¿Cuándo es la fecha de cierre? ¿Cuáles son otros términos y condiciones?

*Esta guía práctica es una compilación de los consejos de los siguientes colaboradores:*

**Inga Vesper:** Editora de noticias en *SciDev.Net*. [@keeping\\_cool](#)

**Jheni Osman:** Antiguo editor de *BBC Focus Magazine*, y ahora escritor científico, autor y presentador independiente. [@jheniosman](#)

**Lou Del Bello:** Periodista multimedia y productora en *SciDev.Net*. [@LouDelBello](#)

**Martin Enserink:** Editor colaborador para la revista *Science*, especializado en enfermedades infecciosas, salud global y pobreza. Edita la mayoría de las coberturas europeas de *Science*. [@martinenserink](#)

**Miço Tatalović:** Antiguo editor de noticias de *SciDev.Net*, ahora editor de ciencias de la vida y ambiente en la revista *New Scientist*. [@MTatalovic](#)

**Sarah Wild:** Editora científica en *Mail & Guardian* en Sudáfrica. [@sarahemilywild](#)

[La versión original de este artículo se publicó en la edición global de SciDev.Net](#)