

# Tutorial para la creación y manejo de la tabla de intereses

Por: Alejandra Fonseca

En este tutorial, quiero presentarles una herramienta usada actualmente por periodistas de ciencia mexicanos, que ayuda no solo a planear nuestros textos, sino también a dar estructura a nuestra información, a tener claro nuestros objetivos, tanto editoriales como emotivos, a encontrar puntos clave que no deben faltar en nuestra investigación acerca del tema que queramos desarrollar, a organizar nuestras fuentes de información y hasta formular preguntas para una entrevista, en caso de requerir datos concretos que solo podamos obtener de un experto en el tema. Tocando el punto de las entrevistas, más adelante veremos *Consejos para planear y ejecutar una entrevista sin morir en el intento*.

La herramienta que quiero mostrarles es la *tabla de intereses ciudadanos*, desarrollado por Cecilia Rosen, periodista especializada en comunicación pública de la ciencia, con la idea de buscar un método de creación de contenidos que logren **satisfacer las necesidades de información del público**.



Fotografía de letraslibres.com

La tabla ayuda a lograr las características deseables en el contenido para internet: textos cortos, concretos, atractivos y con contenido útil. Aunque, debo admitir, que a pesar de parecer simple, la tabla es una herramienta retadora, porque deben poner en práctica al máximo su capacidad de síntesis, el conocimiento de su nicho, la empatía con su público y su capacidad de innovación e investigación.

En fin, quiero mostrarles cómo hacer uso de esta tabla para ayudarlos a evitar que caigan en vicios muy comunes al momento de crear sus contenidos: como **sobre saturar de información a nuestra audiencia** dándole toda la información posible acerca de un tema, un punto que ya había mencionado en los *Tips para escribir*, pero veo importante recalcar en él pues, la verdad, textos así ahuyentan al público en lugar de atraerlo.

Otra cosa que suele ocurrir es que **terminamos escribiendo para nosotros** mientras vamos avanzando en el desarrollo del tema, nos gana la pasión y comenzamos a divagar en asuntos que solo a nosotros nos importan y que no necesariamente tienen que ver con el objetivo principal de nuestro texto, o a lo mejor sí, pero nosotros somos los únicos que le encontramos sentido. No estoy diciendo que la audiencia sea estúpida y que por eso no podrán comprender lo que para nosotros es obvio, más bien hago esta observación porque puede ocurrir que cuando estamos clavados desarrollando el texto, comenzamos a **dar por hecho** cosas que no necesariamente pueda comprender el público.

También es muy común **perdernos en nuestros textos**. Nos gana la emoción y comenzamos el texto con un objetivo diferente al que tiene al final.

Y como estas, hay muchas otras razones por las que nuestros textos podrían no tener el éxito que deseamos. Por eso ahora es momento de que conozcan esta herramienta y comiencen a usarla.

## Primer paso: la *twit historia*

### 1

Lo primero es tener claro qué es elegir el tema, tener claro qué del tema queremos presentar a nuestra audiencia y respondernos por qué podría serle útil ésta información. Todo esto debemos expresarlo en un párrafo al que llamaremos “Twit historia”. Se inspira en las publicaciones de twitter en las que hay un límite de 140 caracteres que podemos usar. Evidentemente es muy difícil contar la historia con un solo twit, pero el objetivo en sí es describir lo que vas a contar de la manera más corta posible. Aquí es donde tienen que retar su creatividad y capacidad de síntesis. La recomendación es que imaginen que se encuentran a alguien en el elevador, van a pisos distintos y les pregunta de qué va su trabajo. Lo mejor es poder resumir la historia antes de que alguno baje del elevador. Como ejemplo para explicar cómo construir la tabla, usé la twit-historia para el último reportaje que hice para radio, no con fines narcisistas, sino porque es una tabla que conozco y eso me da practicidad al momento de explicar éste tema.

#### ***Título: Sin popote, ¿de verdad estamos bien?***

*México es el 12º consumidor mundial de plásticos (de todo tipo) y el primero en América Latina; recicla 3.3% de lo que genera y el resto, se queda en los rellenos sanitarios, tiraderos o es vertido al mar. En un intento por frenar el consumo de este material la SEMARNAT lanzó la campaña “Sin popote está bien”, una campaña nacional que se queda corta ante el serio problema de los plásticos de un solo uso, que es más grande que el de los popotes. ¿Qué otras acciones deberían estar ocurriendo a la par de la campaña para generar un cambio real?*

La twit historia sirve para tener claro el objetivo de nuestro texto, aquí debe estar plasmado el objetivo principal, al cual llamaré **objetivo editorial**. En mi caso, era mostrar que la campaña no está bien fundamentada y no generará un cambio real, pues el problema del plástico de un solo uso, en México y el mundo, rebasa por mucho al pequeño problema en el que se enfoca esta campaña, los popotes.

## Cómo construir la tabla de interés

# 2

Después de la twit-historia, vamos a llenar la tabla de intereses.

Esta se compone por 4 columnas

| <b>Interés ciudadano</b>  | <b>Punto de información</b>  | <b>Fuentes</b>   | <b>Preguntas</b>  |
|---|--|--|---|
| <p>Aquí hay que poner el tema del que queremos hablar como principal interés. A partir de él es conveniente ponernos en los zapatos de nuestra audiencia y formular de 3 a 5 preguntas que el público podría hacerse respecto al tema y que al responderlas, se cumpla nuestro objetivo editorial. Organiza cada pregunta en un renglón dentro de ésta columna de la tabla.</p> | <p>En esta columna hay que enumerar la información debemos buscar para responder a las preguntas.<br/>Ojo: no debe ir la respuesta a las preguntas, sino una lista de información que no debe faltar para responder a cada pregunta. Es básicamente lo que ponen en el buscador de google cuando están haciendo una investigación. Esta columna está íntimamente relacionada con las palabras clave de su texto.</p> | <p>Aquí va la bibliografía de donde pueden obtener cada uno de los puntos de información: libros, páginas de internet (links), revistas, entrevistas, etc.</p> | <p>En ocasiones, la investigación no les va a dar toda la información que necesitan para responder a los intereses ciudadanos que plantearon inicialmente y tendrán que hablar con expertos en el tema. Aquí vayan poniendo una lista de lo que necesiten preguntar para obtener los datos que les falten</p> |

En el video adjunto explico cómo se construye la tabla.

Siguiendo esos pasos y continuando con el ejemplo anterior, la tabla para mi reportaje quedó así:

| Interés ciudadano   | Punto de información  | Fuente   | Pregunta   |
|---|---|--|--|
| ¿Qué tan grande es el problema del desecho del plástico en México?  | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Cuánto plástico se genera y consume en el país</li> <li>• Lugar mundial que ocupa México en la producción y/o consumo de plásticos de un solo uso.</li> <li>• <b>No hay cifras oficiales, en el país, acerca de la producción de plásticos en México que ayuden a contrastar la cantidad de consumo.</b></li> <li>• Cantidad de residuos sólidos generados anualmente y el porcentaje que corresponde a plásticos.</li> <li>• Cuántos popotes de fabrican en México</li> </ul> | <p>Artículo web Greenpeace:<br/> <a href="http://www.greenpeace.org/mexico/es/Noticias/2017/Octubre/Que-tan-plastico-eres/">http://www.greenpeace.org/mexico/es/Noticias/2017/Octubre/Que-tan-plastico-eres/</a><br/>           Artículo web SEMARNAT:<br/> <a href="https://www.gob.mx/sinpopote/articulos/por-que-deci-r-no-al-uso-del-popote-156991">https://www.gob.mx/sinpopote/articulos/por-que-deci-r-no-al-uso-del-popote-156991</a></p> <p>Entrevistado: Miguel Rivas, doctor en Biología por la UNAM y director de campaña de Greenpeace.</p> | <p>¿Cuánto plástico se fabrica en México?<br/>           ¿Cuánto plástico se recicla?<br/>           ¿Cuánto plástico se reutiliza?<br/>           ¿Cuánto plástico se desecha?<br/> <b>¿Se conocen estas cifras? ¿De todos los plásticos que se desechan cuántos son de un solo uso?</b><br/>           ¿Cómo le hacen para tratar el 5% de los popotes que sí se reciclan?</p> |
| ¿Cómo impacta en el ambiente el uso de plásticos?   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Islas de basura.</li> <li>• Los plásticos de un solo uso en los océanos tardan más en desintegrarse.</li> <li>• Mala gestión de residuos sólidos en los países = basura en los océanos.</li> <li>• Cuánto aporta México al problema de plásticos en los mares.</li> </ul>  | <p>Redes sociales e infografías de Ocean Cleanup</p> <p>Libro: Basuras marinas, plásticos y micro-plásticos. Ecologistas en acción</p>   | <p>¿Se conoce cuántos plásticos vierte México a los mares, océanos o en general a los cuerpos de agua?<br/>           ¿Qué tipo de impactos provocan en el ambiente el desecho de plástico en México?</p>  |
| ¿Por qué el gobierno se ha enfocado en el popote?   | <ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Las razones expuestas en la campaña.</b></li> <li>• Los popotes entran en la clasificación de plásticos de un solo uso.</li> <li>• Por un lado tenían que empezar.</li> <li>• Mala comprensión del problema de los plásticos de un solo uso por el gobierno y la sociedad civil</li> <li>• <b>¿de dónde sacaron esos datos si no existen datos oficiales?</b></li> </ul>  | <p><a href="https://www.gob.mx/sinpopote/articulos/campana-sin-popote-esta-bien">https://www.gob.mx/sinpopote/articulos/campana-sin-popote-esta-bien</a></p> <p>Noticia VanguardiaMx: Prohibir los popotes no es la solución. ANIPAC<br/> <a href="https://vanguardia.com.mx/articulo/prohibir-los-popotes-no-es-la-solucion-industria-del-plastico">https://vanguardia.com.mx/articulo/prohibir-los-popotes-no-es-la-solucion-industria-del-plastico</a></p>  | <p><b>Puede ser una pregunta para alguien de ANIPAC o a los mismos diseñadores de la campaña, si es posible.</b></p>   |
| ¿Realmente la campaña contra el uso del popote ofrece la solución al problema del uso de plásticos que hay en México? | <ul style="list-style-type: none"> <li>• Aspectos a considerar en la creación de una campaña de comunicación que busque concientizar y generar cambios en hábitos de consumo.</li> <li>• Evaluación de la campaña: ¿qué es necesario evaluar?</li> </ul>  | <p>Libro SEMARNAT:<br/> <a href="https://view.publitas.com/secrete/nuestro-ambiente-si-n-popote/page/6-7">https://view.publitas.com/secrete/nuestro-ambiente-si-n-popote/page/6-7</a><br/>           Nota SinEmbargo:<br/> <a href="http://www.sinembargo.mx/05-07-2018/3438355">http://www.sinembargo.mx/05-07-2018/3438355</a></p>   | <p>¿Esto realmente soluciona el problema de la contaminación por plástico? ¿Por qué se elige el popote en vez de otro producto como unicef, por ejemplo?</p> <p>Cualquier diría que aunque la campaña contra los popotes no resuelve el problema, al menos "es algo",</p>  |

|  |   |   |  |
|--|---|---|--|
|  | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Acciones que se pueden lograr con la campaña. ¿Podría resultar contraproducente?</li> <li>● En este contexto diferentes empresas se promulgaron en contra del popote ofreciendo soluciones que solo agrandarían el problema.</li> <li>● Cómo deben ser las campañas ambientales.</li> <li>● Pros y contras de la campaña de SEMARNAT.</li> </ul> | <p>Noticia El Financiero:<br/> <a href="http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/boing-se-despide-de-los-popotes-y-transformara-su-envase">http://www.elfinanciero.com.mx/empresas/boing-se-despide-de-los-popotes-y-transformara-su-envase</a></p> <p>Libro:<br/> <a href="https://oceanconservancy.org/wp-content/uploads/2018/07/Building-A-Clean-Swell.pdf">https://oceanconservancy.org/wp-content/uploads/2018/07/Building-A-Clean-Swell.pdf</a></p> <p>Nota Verne:<br/> <a href="https://verne.elpais.com/verne/2018/07/11/mexico/1531262414_419456.html?id_externo_rsoc=FB_MX_CM">https://verne.elpais.com/verne/2018/07/11/mexico/1531262414_419456.html?id_externo_rsoc=FB_MX_CM</a></p> <p>Entrevistado: Miguel Rivas, doctor en Biología por la UNAM y director de campaña de Greenpeace.</p> <p>Infografía Facebook Xpresion</p> <p>Noticia Milenio: Boing<br/> <a href="http://www.milenio.com/negocios/pascual-va-por-diminucion-de-uso-de-popotes-en-sus-bebidas">http://www.milenio.com/negocios/pascual-va-por-diminucion-de-uso-de-popotes-en-sus-bebidas</a></p> <p>Noticia CrónicaAmbiental:<br/> <a href="https://www.cronicaambiental.com.mx/boing-popotes/">https://www.cronicaambiental.com.mx/boing-popotes/</a></p> <p>Nota ADN40:<br/> <a href="http://www.adn40.mx/noticia/finanzas/nota/2018-07-05-10-21/adios-a-los-popotes-en-los-jugos-de-boing/">http://www.adn40.mx/noticia/finanzas/nota/2018-07-05-10-21/adios-a-los-popotes-en-los-jugos-de-boing/</a></p> | <p>“un primer paso” para disminuir el uso del plástico. ¿Estás de acuerdo con eso?</p> <p>La entrevista con Barahona está agendada para el jueves 30 de agosto</p> <p>Las campañas ambientales por sí solas ¿tienen la capacidad de cambiar la percepción y actitud de las personas ante el uso de los plásticos de un solo uso? ¿Cuáles son los pros y contras de la campaña de SEMARNAT en este sentido?</p> |
| <p>¿Qué acciones deben tomarse entonces para reducir el consumo de plásticos de un solo uso en México?</p> | <ul style="list-style-type: none"> <li>● Generar una conciencia amplia e integral de todos los actores involucrados.</li> <li>● Campañas ambientales con enfoque de sistema complejo.</li> <li>● Normas de producción, manejo, recolección y reciclaje, de residuos plásticos por parte de empresas, gobierno y sociedad civil.</li> </ul>  | <p>Entrevistado: Miguel Rivas, doctor en Biología por la UNAM y director de campaña de Greenpeace.</p>  | <p>¿Hay normas de manejo de residuos de las empresas que usan envolturas plásticas en sus productos? ¿Si las hay, son eficientes? ¿Qué es lo que deberían hacer las empresas para mitigar este problema?</p>   |

## La tabla como guía

### 3

La primera recomendación es que comiences a escribir un texto donde, ahora sí comiences a responder las preguntas que planteaste en tus intereses ciudadanos y donde desarrolles cada punto de información. Lo siguiente es comenzar a escribir nuestro artículo y **plantear la narrativa** para contar la *twit*-historia, mucho más desarrollada.

Juega con la estructura de la información de la tabla de intereses para que encuentres la narrativa que más se acerque a lo que quieras contar y que dé sentido a tu objetivo editorial. Esto ya depende mucho de la creatividad de cada quien. Sin embargo, tener nuestra información organizada en la tabla, nos permite ir jugando con los datos y se pueden cambiar las “piezas” de lugar, sin que perdamos de vista el objetivo editorial al que planeamos llegar desde el principio.

Aprovecha la *twit*-historia para escribir una entrada impactante y enganchadora al inicio de tu texto.

Usa la tabla como guía para saber qué información te está faltando o cuál está de sobra. Regresa a la tabla siempre que sientas que tu texto ya está tomando un rumbo distinto al que querías llevarlo o cuando te hayas olvidado de tu objetivo editorial principal.

Los intereses ciudadanos pueden ir cambiando mientras vamos avanzando en nuestra investigación. Sin embargo, ten cuidado de no cambiar el sentido de la historia que quieras contar.

Las preguntas de la columna 4 nos sirven de guía para realizar entrevistas.

Cuando hayas terminado tu texto y hayas dejado pasar 2 días para la última revisión, lee tu texto junto con tu tabla de intereses para realizar mejor el ejercicio editorial.

Les comparto como quedó mi historia final para cerrar con el ejemplo que he estado usando para este tutorial.

## REFERENCIAS

- 1.- Rosen F., A. Cecilia. Tesis de Licenciatura. *Análisis de la cobertura periodística del cambio climático en 2001 desde un modelo de funcionalidad. El periodismo de ciencia en la prensa escrita nacional y extranjera*. FCPYS-UNAM. 2018.
- 2.- Experiencia en creación de contenidos dentro de la Unidad de Comunicación del Instituto de Física de la UNAM, 2013-2018.
- 3.-Taller de Periodismo Ambiental: *Gestión Ambiental Urbana*, organizado por el Fondo para la Comunicación y la Educación Ambiental y la Cooperación Alemana para el Desarrollo Sustentable en México (GIZ). Puebla, Pue. 2017.
- 4.- Experiencia en la creación de reportajes radiofónicos para el proyecto *Hábitat Ciencia*, de la Red Mexicana de Periodistas de Ciencia y Radio Educación. Proyecto avalado por Conacyt. 2018.