



BASES DEL CONCURSO

1. Objetivos

- * Promover el interés de los estudiantes en temas relevantes y actuales.
- * Fomentar el desarrollo de habilidades periodísticas y de investigación como: recopilar información, analizar datos, entrevistar fuentes y redactar reportajes.
- * Estimular el pensamiento crítico y la reflexión.
- * Reconocer y premiar el talento para la comunicación efectiva y los hallazgos periodísticos.

2. ¿Quiénes participan?

El concurso está dirigido a escolares de 3.º, 4.º y 5.º de secundaria de colegios de todo el Perú.

3. Temáticas a elegir

- * Cuidado del medioambiente
- * Emprendimiento
- * Cultura
- * Innovación

4. Dinámica del concurso

- * Los estudiantes que deseen participar pueden inscribirse a través del formulario situado en la [web del concurso](#)
- * El reportaje deberá enviarse al correo comunicacion.mkt@usil.edu.pe hasta el 28 de junio de 2024 a las 11:59 p. m.
- * El reportaje debe ser original, inédito y estar escrito en español.
- * El reportaje ganador se hará público en los canales de difusión de la Universidad San Ignacio de Loyola y será publicado en Infomercado, medio de comunicación digital especializado en economía, negocios y emprendimiento.
- * Se realizará una charla informativa el 22 de mayo, a las 5 p. m., vía Zoom (opcional).

5. ¿Cómo debes presentar tu reportaje?

- * Debes enviar tu reportaje en formato Word con fuente Times New Roman 12 e interlineado 1.0.
- * Tu reportaje puede tener un mínimo de 800 y máximo de 1500 palabras.
- * Cada reportaje debe incluir una fotografía.

Importante: Debes elegir una de las 4 temáticas que contempla el concurso. Además, debes decidir qué enfoque darle a tu reportaje, puede ser positivo o negativo.

6. Cronograma

Charla informativa (vía Zoom)	22 de mayo 5:00 p.m.
Plazo de entrega	28 de junio
Premiación	19 de julio 5:00 p. m. USIL, campus 1 (Av. La Fontana 550, La Molina)

USIL se reserva el derecho de modificar las fechas por motivos de fuerza mayor. De ser el caso, se informará oportunamente a los participantes.

7. Rúbrica de evaluación

Investigación y contenido	<ul style="list-style-type: none"> * Información recopilada y profundidad de la investigación. * Relevancia y pertinencia de los datos y fuentes empleadas. * Claridad y coherencia en la presentación de la información. 	5 puntos
Creatividad y enfoque	<ul style="list-style-type: none"> * Originalidad y creatividad en el enfoque del reportaje. * Capacidad para abordar el tema desde diferentes perspectivas. * Uso de recursos visuales. 	5 puntos
Calidad periodística	<ul style="list-style-type: none"> * Buena estructura y organización del reportaje. * Uso adecuado del lenguaje y la gramática. * Capacidad de redacción. 	5 puntos
Impacto y relevancia	<ul style="list-style-type: none"> * Profundidad y análisis de las implicaciones y relevancia del tema abordado. * Capacidad de generar interés y conciencia en el público lector. 	5 puntos

El reportaje ganador será aquel que obtenga la mayor puntuación en la suma total de todos los criterios de evaluación. Los resultados son irrevocables.

8. Jurado

El jurado evaluador está compuesto por reconocidos periodistas:

- Fátima Saldonid**
Periodista y docente de la carrera de Comunicaciones. Cuenta con más de 25 años de experiencia en áreas de prensa, gestión cultural e imagen institucional.
- Sandra Bustamente**
Docente a tiempo completo de la carrera de Comunicaciones. Ha ocupado el puesto de redactora en el diario Expreso, la ONG Save The Children, Argos Productos Editoriales, entre otras organizaciones.
- Daniel Jacobo**
Docente de la carrera de Comunicaciones, magíster en Periodismo y Comunicación Multimedia

9. Premios

<p>Primer lugar</p> <p>Publicación del reportaje en Infomercado</p>  <p>Tablet</p>	<p>Segundo lugar</p>  <p>Smartwatch</p>	<p>Tercer lugar</p>  <p>Kit de la facultad</p>
--	---	--

----- Imágenes referenciales -----

10. Consideraciones

- * El participante se compromete a presentar un reportaje completamente original.
- * Las organizaciones convocantes, USIL e Infomercado, se reservan el derecho de socializar los trabajos ganadores a través de espacios web y otros que consideren convenientes. Asimismo, los ganadores autorizan el uso de su imagen, en la entrega de premios, para los fines de la organización, en relación con la promoción del concurso, y la divulgación por toda clase de medios de comunicación social.