

J

@

**Ta**Cual

á

# MANUAL DE ESTILO

“”

1<sup>o</sup> edición  
MAY 2019

2<sup>o</sup> edición  
ABR 2023

## ▶ Índice

Principios editoriales	3	Legal	11
Conflicto de intereses	4	Privacidad	11
Sobre posibles beneficios	4	Publicidad	11
Trabajo por cuenta propia	4	Lenguaje Periodístico	12
Redes sociales	5	Normas generales	12
Plagio	5	Estilos	13
Rumor	5	Mayúsculas y minúsculas	14
Justicia	6	Expresión de cifras y símbolos	16
Errores	6	Títulos y sumarios	17
Perspectiva de género	6	Intertítulos	18
Selección de fuentes	7	Uso de comillas	19
Manejo de fuentes	7	Siglas	19
Pago a fuentes	8	Uso de la firma	19
Copia previa a entrevistados	8	Tratamiento	20
Origen étnico	9	Género	20
Niños	9	Personas LGBTI	21
Abordaje de violencia basada en género (VBG)	10	Títulos académicos y honoríficos	21
Respeto extremo por las víctimas	10	Personas con discapacidad	22
		Suicidio	22
		Luto	23
		Encuestas	23
		Internet	23
		Otras normas de publicación	24
		Sobre la Fuerza Armada Nacional	24
		Excepciones constitucionales	24
		Material multimedia	25
		Glosario de términos	26
		Fuentes consultadas	28

## ► Principios Editoriales

**TalCual** es un periódico con posiciones. Una plataforma informativa, de análisis y opinión. Está inspirado en el ejemplo ciudadano, el compromiso con Venezuela y el legado civil de Teodoro Petkoff, su fundador.

Es una empresa comprometida con el destino de Venezuela, atenta al desarrollo de las noticias y el devenir universal, que orienta sus esfuerzos a la búsqueda de la verdad. Es un medio de comunicación enfocado en la defensa de los derechos humanos, con enfoque de género, por y para la democracia.

**TalCual** es un proyecto editorial inscrito en los valores del progresismo y el pensamiento de la izquierda democrática. Tal circunstancia no lo ata a deberle obediencia a ninguna internacional política, bloque de propietarios de medios o liderazgo nacional o internacional alguno.

**TalCual** tiene como misión la transparencia informativa y ejercer una contraloría activa a los poderosos y el poder político. Su identidad editorial le compele a dar cabida a todas las corrientes de pensamiento. Este proyecto editorial acepta y fomenta la crítica y el debate público, y tiene en el ejercicio de la réplica una de sus cláusulas de conducta.

**TalCual** no practica las solidaridades automáticas. Uno de sus valores constitutivos es su independencia de criterios, su intransigencia frente a la censura, al veto informativo o la preeminencia de objetivos ajenos al interés público.

**TalCual** asumirá y desarrollará todos los géneros periodísticos. No asume la objetividad como un concepto estático, aséptico y descontextualizado: el registro de los hechos es el instrumento natural del periodismo para generar reflexiones de contenido, que puedan convertirse en patrimonio permanente de sus lectores y de la sociedad.

En función de estos principios editoriales, **TalCual** presenta este Manual de Estilo revisado y actualizado.

## ▶ Conflictos de intereses

En **TalCual** valoramos la integridad e independencia de los periodistas, por lo tanto, su vida personal, intereses, aficiones, convicciones y creencias no deben interferir en su ejercicio profesional.

Los periodistas, fotógrafos y editores deben abstenerse de ejercer cargos públicos, o de participar activamente en organizaciones o partidos políticos. También deben ser transparentes al comunicar con antelación su posible vinculación con otras empresas privadas.

Un periodista no debe escribir o citar en una nota a un familiar o socio, inclusive, si el pariente o pareja es un experto en el campo del que se trate. En caso de ser una información de interés, debe remitir la fuente a otro periodista o comunicarlo al editor.

## ▶ Sobre posibles beneficios

Los periodistas no deben usar su rol en **TalCual** para obtener beneficios privados a su favor o para otros. No recibirán pagos, regalos u otras ventajas para socavar su imparcialidad o independencia. Mucho menos aceptarán invitaciones u obsequios de las personas que sean objeto de un perfil o reportaje de investigación.

Cuando otra firma distinta a **TalCual** pague el costo del transporte u hospedaje de cualquier profesional que colabore con nosotros, debemos dejar claro la aceptación de dicha oferta está condicionada a que **TalCual** sea libre de informar lo que considere justo, y esto debe ser aclarado a los patrocinadores antes de ser ejecutado.

El personal no debe estar influenciado por consideraciones comerciales, incluyendo los intereses de los anunciantes en la preparación de contenidos informativos.

## ▶ Trabajo por cuenta propia

El trabajo independiente para otros medios debe ser comunicado a su editor, con antelación a la adquisición del compromiso y mientras este se mantenga.

## ► Redes sociales

Los periodistas de **TalCual** deben evitar hacer comentarios en sus redes sociales que atenten contra su credibilidad e imparcialidad en el ejercicio de su rol profesional y del medio.

Los periodistas no deben adelantar en sus cuentas de redes sociales contenidos, incluso audiovisuales, obtenidos en nombre de **TalCual**; por lo tanto, deben procurar darle la exclusiva al medio. En la medida en que estos profesionales hagan uso responsable de sus cuentas, en determinadas coberturas informativas y, previo acuerdo con el editor, desde la cuenta de **TalCual** podrán replicarse informaciones en caliente generadas en sus perfiles personales o hacerles mención en el post.

En las redes sociales de **TalCual** no compartiremos contenidos que no puedan ser comprobados. Los periodistas de este medio también deberían abstenerse de hacerlo en sus cuentas personales porque son la cara visible del medio.

## ► Plagio

No se debe usar o reproducir material de otras personas sin su debida atribución. La fuente de material publicado obtenida a partir de otra organización debe ser reconocida, incluyendo citas, imágenes y videos tomados de otros medios. Esta atribución debe ser colocada junto a la cita o material y no al final de un trabajo. En caso de que el material esté en línea, debe agregarse el enlace al sitio, para que los usuarios puedan acceder a la fuente original.

## ► Rumor

Los rumores no son noticia y nunca deben ser considerados para titular, destacar o encabezar una nota o video. Cuando el rumor sea utilizado por alguna persona o grupo contra otro, se podrá denunciar este hecho, pero sin citar las acusaciones difundidas.

## ▶ Justicia

Todo el mundo tiene derecho a ser escuchado y debemos garantizar esto. Mientras más graves sean las críticas o denuncias que estemos informando, mayor será la obligación de permitir al sujeto la oportunidad de responderlas.

Las personas señaladas en publicaciones de **TalCual**, de sentirse agraviadas, tienen derecho a manifestarlo y solicitar el derecho a réplica.

## ▶ Errores

La primera responsabilidad de los errores en notas y videos es de los periodistas, por lo tanto tienen la obligación de releer y revisar los materiales de su autoría antes de entregarlos para ser editados. Además, tienen el deber de cooperar y reportar a sus editores errores en sus contenidos que hayan sido advertidos por fuentes y lectores. Los errores significativos deben ser corregidos tan pronto como sea posible.

Cuando se incurra en algún error grave y el caso lo amerite, **TalCual**, una vez rectificada la falta, hará la aclaratoria pública y ofrecerá disculpas de manera explícita a los posibles agraviados. Esta información debe ser difundida con las mismas condiciones de jerarquización y distribución que se le dio a la nota que contenía el error.

## ▶ Perspectiva de género

Incluir el enfoque o perspectiva de género será un hecho transversal que permita cruzar las diversas fuentes y temáticas con abordaje periodístico.

Apuntar hacia un periodismo no sexista y que incorpore el enfoque de género implica entender que los sesgos los pueden generar hombres y mujeres. Por lo tanto, no será conceptualizado como un asunto de versus (hombres vs mujeres) ni de cuotas (tener mujeres para cumplir).

Incluir la perspectiva de género implica que en todas las noticias hay que revisar cómo son afectados de forma diferenciada los hombres y mujeres por un mismo hecho. Por ejemplo; lenguaje empleado, selección de imágenes, fuentes y tipos de pregunta que se utilizan para narrar esa realidad.

Para hacer una verificación básica habrá que preguntarse: ¿cuándo y cómo aparecen las mujeres y cuándo y cómo aparecen los hombres? ¿Si fuese un hombre lo diría de esta manera y viceversa: si fuese una mujer lo diría de esta manera?

El sexismo en la información se refleja cuando la construcción periodística reproduce o crea situaciones de discriminación e inequidad, que generalmente afecta a las mujeres.

## ► Selección de fuentes

La selección de fuentes revela la estructura social tradicional y dominante: muestra quiénes pueden acceder al debate público y quiénes no, quiénes son relevantes y quiénes no, quiénes tienen mayor plataforma y visibilidad y quiénes no. Será prioridad revisar esas opciones antes de estructurar una pauta periodística.

Los hombres predominan en el ámbito de lo público, y por lo tanto serán las fuentes de primera mano, sin embargo ¿hubo verificación y búsqueda de que realmente no haya disponibilidad de mujeres especialistas en los temas a abordar?

Para intentar equilibrar las vocerías será necesario evaluar si son temas que afectan a las mujeres y garantizar que las voces de las mujeres estén presentes. Ejemplo: indicadores que revelan cifras sobre mortalidad materna y que solo haya entrevistas con investigadores, médicos o sociólogos hombres.

El criterio no debe ser sólo cuantitativo, por tanto será práctica habitual por parte del equipo de redactores y reporteros ampliar la agenda con diversos tipos de mujeres como fuentes. Lo ideal será entrevistar a mujeres expertas en temas, pero no por cumplir una cuota sino por su idoneidad como fuente a entrevistar.

## ► Manejo de fuentes

Está prohibido el uso de fuentes anónimas. En caso extremo, la información suministrada anónimamente será el punto de partida del trabajo periodístico que debe dar como resultado la verificación de los hechos contados por esta fuente.

En caso de usar el recurso de la fuente con identidad bajo reserva, en el que el periodista conoce y tiene contacto con la persona, pero decide no revelar su identidad por temor a represalias, esto debe informarse en el texto o material. Sin embargo, todo dato o información aportada por una fuente en reserva debe ser confirmada, verificada o constatada.

Las fuentes deben ser contrastadas. Por cada contenido generado debe considerarse el uso de puntos de vista opuestos o complementarios.

Deben agotarse todas las posibilidades para obtener la versión de fuentes oficiales o de personas objeto de la nota periodística. No se puede dar a alguien por 'ilocalizable' porque un redactor no le haya encontrado.

En caso de que aún así no se logre, el periodista acotará en el contenido que intentó mostrar este punto de vista, pero el esfuerzo resultó infructuoso. Puede utilizarse la fórmula: 'El medio intentó, sin éxito, conversar con Fulano de Tal para que ofreciera su versión'.

Las dificultades que haya tenido un reportero para acceder a los datos no son de importancia. Se considerará su inclusión si añaden información al texto.

Los reporteros deben mantenerse al margen de lo que cuentan al público. Expresiones como "nuestro país" o "nuestra realidad" en textos informativos están fuera de lugar, puesto que nuestra audiencia es global y no solo incluye a venezolanos.

## ► Pagos a fuentes

**TalCual** no paga por historias, excepto a partir de fuentes independientes de buena fe y de información de gran valor. El editor jefe debe aprobar excepciones raras.

## ► Copias previas a entrevistados

En ningún caso, se debe ofrecer la aprobación de la copia como un método para asegurar entrevistas o cooperación. Ahora bien, se puede permitir que el entrevistado vea el material previamente, en caso de que tratemos temas de difícil comprensión o tratamiento y queramos estar seguros de



lo que interpretamos, pero debe aclararse a la fuente de información que es para evitar posibles errores.

## ▶ Origen étnico

No haremos mención del origen étnico o las creencias religiosas de las personas, a menos que la información sea pertinente para la historia.

## ▶ Niños

Hay que tener especial cuidado al entrevistar o mostrar menores de edad en videos y fotos. Los editores deben ser consultados sobre el uso de estos materiales, si fueron obtenidos sin el consentimiento de sus padres.

No deben publicarse imágenes en las que menores de edad puedan verse vinculados con hechos delictivos o en situaciones que les causen un daño moral. La legislación venezolana vigente prohíbe la publicación de nombres de niños y adolescentes que sean considerados sujetos activos o pasivos de hechos punibles. Es decir, ni víctimas ni victimarios. En caso de que prevalezca la decisión de publicarla por su valor informativo, deben ocultarse los rostros de los niños y esto debe estar autorizado por un editor.

En caso de que prevalezca el criterio editorial de publicar el testimonio en video de un menor de edad que pudiera afectar su seguridad o causarle un daño moral, se omitirá su nombre y aplicarán los efectos necesarios para ocultar su rostro y distorsionar su voz. **TalCual** implementará el uso de una carta de consentimiento informado para este tipo de entrevistas.

Una menor de edad no puede ser calificada como prostituta, pues es víctima de explotación sexual o se encuentra en situación de abuso o explotación sexual.

## ▶ **Abordaje de violencia basada en género (VBG)**

El abordaje de la violencia basada en género merece especial atención y tratamiento específico.

En general, las informaciones en las cuales las mujeres protagonizan una noticia están relacionadas con la violencia basada en género. No se utilizarán bajo ninguna circunstancia términos como “crimen pasional”, “móvil sentimental”, “ataque de celos”, “llevado por la ira”. El término adecuado preciso y que contiene el concepto de la mayor expresión de la violencia basada en género es femicidio o en algunas consideraciones feminicidio (\*).

Estos términos que se usan como sinónimos de la violencia de género ponen el fenómeno en un plano emocional, lo que minimiza su impacto social y sus dimensiones reales: es un problema de salud pública. Hay que evitar hacer énfasis en los celos, uso de drogas, alcohol, problemas económicos, arrebatos de ira o infidelidades porque esto solo se traduce en justificar que hay causas o razones para agredir o matar a una mujer. La prioridad es mostrar las consecuencias y las dimensiones que tiene la violencia basada en género en el hecho social.

Tampoco se recomienda utilizar como sinónimo el término “violencia doméstica” porque mantiene el problema como un asunto privado, del ámbito del hogar y no lo que es realmente: un fenómeno social y político que violenta los derechos de las mujeres.

## ▶ **Respeto extremo por las víctimas**

Debido a las dimensiones de la violencia de género y su impacto en la vida de las niñas, adolescentes y mujeres, además de sus familias, las noticias que involucren casos de VBG deben ser abordadas con especial atención.

Una mujer asesinada, agredida o violentada sexualmente es ante todo una persona, por lo tanto, el abordaje debe evitar la revictimización. Hay que proteger la identidad de la víctima, a menos que ella exprese de manera clara y afirmativa que quiere ser identificada.

No basta informar. Estudios e investigaciones sobre este abordaje señalan que cada vez que a través de medios masivos se cuentan noticias sobre violencia de género, las llamadas para solicitar ayuda se multiplican, por lo cual este tema implica una corresponsabilidad informativa y utilitaria.

Es necesario ofrecer alternativas, números de ayuda, vías de información y acompañamiento jurídico, psicológico e incluso de espacios seguros.

Reseñar femicidios representa la última etapa de la violencia de género, donde ya nada se puede hacer. Sin embargo, en todas las etapas previas es necesario informar otros casos en los cuales el resultado no haya sido fatal. Por ejemplo, proponer temas en los cuales las mujeres salieron adelante, denuncias de las deficiencias del sistema, historias de organizaciones o mujeres líderes que ayudan a salir a otras del ciclo de violencia.

## ▶ Legal

Las actuales leyes sobre difamación y desacato en Venezuela son complejas. Las consecuencias de acciones judiciales en contra del medio pueden ser perjudiciales para nuestra reputación y costosas de llevar adelante. Los periodistas deben familiarizarse con el estado actual de la ley y buscar la formación en los casos que lo ameriten. Los juicios o amenazas iniciados contra **TalCual** deben ser reportados de inmediato.

## ▶ Privacidad

Creemos en el respeto a la privacidad de las personas. Debemos evitar intromisiones en su vida privada, a menos que el objeto de la noticia sea de interés público. En estos casos, se debe consultar a un editor sobre el valor del aporte y las consecuencias que pueda generar.

Las grabaciones de conversaciones privadas se usarán en las informaciones solo cuando el material difundido evidencie situaciones ilícitas de interés general, en las que estén involucrados funcionarios públicos.

## ▶ Publicidad

No aceptaremos publicidad de venta de armas, prostíbulos ni aquella que denigre la imagen de mujeres y hombres.

Los contenidos editoriales no responderán a intereses publicitarios y esto debe ser transparente para los anunciantes. Se publicarán notas enviadas por clientes, solo cuando sean noticia y debe procurarse agregarle valor. Siempre debe prevalecer el contenido editorial por encima del publicitario.

Nos reservamos el derecho de admitir publicidad pagada con dinero proveniente de fuentes no identificadas, bajo sospecha o investigación.

## ▶ Lenguaje periodístico

### Normas generales

- **TalCual** debe procurar escribir en lenguaje sencillo, directo, comprensible. Esto no descarta el uso del lenguaje coloquial y atrevido, siempre que no llegue a ser vulgar.
- Un texto informativo debe explicarse en sí mismo. Debe estar concebido de manera que el lector no necesite recordar los antecedentes para comprender la información que se le ofrece.
- Debe procurarse escribir párrafos cortos, siguiendo el orden natural del idioma: sujeto, verbo y predicado. Evite los incisos largos, porque tienden a confundir. Se debe seguir la recomendación de Tomás Eloy Martínez: en cada línea, un dato; en cada párrafo, una idea.
- El redactor evitará expresiones como ‘al parecer’, ‘podría’, ‘no se descarta’ o similares. También deben evitarse adjetivos imprecisos como muchos o pocos. Estas expresiones deben ser sustituidas por los datos y las correspondientes comparaciones que aporten suficiente información para inferir si fue poco o mucho.
- Debe evitarse copiar el lenguaje, muchas veces especializado, de los abogados, economistas, médicos, funcionarios públicos e intelectuales. El uso de palabras eruditas no refleja una mejor escritura, sino la incapacidad del redactor de explicar los hechos a su audiencia.
- Descartamos las palabras que puedan ofender. Usemos groserías solo cuando sea absolutamente necesario para los hechos que se narran o para retratar a un personaje. Cuanto más fuerte sea la grosería, más debemos pensar acerca de su uso. No deben ser utilizadas en titulares, a menos que sea pronunciada por un declarante y aporte a la información.

- Si se decide incluir una grosería o frase malsonante, debe hacerse de forma completa. Ejemplo: “Es un hijo de puta”. No debe usarse “Es un hijo de p”.

- Los defectos de dicción o de construcción idiomática de un entrevistado —por tartamudez, por ser extranjero o causa similar— no deben ser reproducidos. Sólo cabe hacerlo en circunstancias muy excepcionales, pero siempre que no ponga en ridículo a esa persona. Se preferirá hacer mención de este defecto en la entradilla que precede a toda entrevista, de la manera más breve y respetuosa posible.

- El abuso del uso del gerundio empobrece el vocabulario. Cuando lo utilice, asegúrese de que el tiempo verbal que está narrando es el del presente continuo y que no puede ser sustituido por otro.

Un uso correcto: Salió corriendo de la casa cuando escuchó la explosión.

Un uso incorrecto: La conductora estrelló su vehículo contra el kiosco, siendo trasladada al hospital. En este caso, debe escribirse: La conductora estrelló su vehículo contra el kiosco y fue trasladada al hospital.

- Se deben evitar los eufemismos y procurar llamar las cosas por sus nombres.

- Evaluar en el uso del discurso oficial ciertos términos utilizados por los funcionarios. Por ejemplo, “siembra” por muerte o fallecimiento de una personalidad, reajuste de precios por aumento de precios.

- En **TalCual** se excluirán de los nombres de los ministerios venezolanos la denominación “para el Poder Popular”. Ejemplos: Ministerio de Educación, Ministerio de la Defensa, Ministerio de Turismo.

- Es necesario mostrar las filiaciones políticas de funcionarios electos, como alcaldes, gobernadores y diputados. Esto ayuda a los lectores en la comprensión de un hecho o decisión política. En el caso de diputados, es importante reflejar el estado por el cual fue electo. Ejemplo: Luis Eduardo Martínez (Acción Democrática-Aragua), Jesús Suárez Chourio (PSUV-Apure).

## Estilos

- El nombre de **TalCual** se escribirá en negrita y cursivas en la web, con las primeras tres letras en rojo y el resto en negro. La de otros medios de comunicación escritos solo irán en cursivas. También

se escribirán en cursivas los nombres de publicaciones periódicas y los medios de comunicación en línea. Los nombres de canales de televisión se escribirán en letra redonda.

- Las palabras en otro idioma irán en letra cursiva, hasta que sean incorporadas al castellano.
- Los títulos de libros, películas, obras de teatro, cuentos y artículos irán en letra cursiva. Títulos de canciones irán en letra redonda con comillas.
- Después de dos puntos se escribe minúscula, a menos que sea una cita textual o pensamiento en estilo directo.

Ejemplos: Maduro sobre corrupción en el chavismo: “Hemos dado el primer golpe poderoso”

CNE: Elecciones serán en diciembre

El Metro como respuesta: renace la estación perdida del oeste de Caracas

## Mayúsculas y minúsculas

Irán en mayúscula inicial

- Los nombres de estados, organismos, asociaciones, departamentos, cuando se coloquen sus denominaciones completas. Por ejemplo: Ministerio de Relaciones Exteriores o Gobernación del Estado Miranda. Irán en minúscula cuando se refiera a estos con el nombre incompleto, por ejemplo: El ministerio aprobó...
- Las leyes o resoluciones, una vez aprobadas. Mientras sean proyectos de ley, se expresarán en letras bajas, por ejemplo: El proyecto de ley de matrimonio igualitario. Una vez aprobado y sancionado en la Asamblea Nacional, se escribirá: La Ley de Matrimonio Igualitario.
- Nombres de divinidades: Dios, Jehová, Mahoma.
- Nombres de grupos familiares o dinastías derivadas de estos: los Maduro, los Rodríguez, los Obama.
- Los alias o sobrenombres, pero el artículo que lo acompaña va en minúscula. Ejemplo: “el Picure”, “el Conejo”, “la Pulga”.

- Las regiones geográficas: los Andes, los Llanos, el Mediterráneo. En estos casos, el artículo va en minúscula.
- Las áreas geopolíticas, zonas integradas por varios países que constituyen una zona geopolítica, deberán escribirse en mayúscula, inclusive, si están compuestas por dos nombres: América Latina, Cono Sur, Medio Oriente, Europa del Este.
- Cuando el artículo forma parte del nombre. Ejemplos: La Habana, El Salvador. Hay casos contrarios en los que el artículo suele escribirse erróneamente en mayúscula y no corresponde porque no forma parte del nombre, como la Candelaria, que es parroquia Candelaria, o los Estados Unidos. En estos casos, lo recomendado es suprimir el artículo.
- Los puntos cardinales (Norte, Sur, Este y Oeste), cuando se refiere a su concepto original, por ejemplo: La brújula marcaba al Norte cuando ocurrió el accidente. Cuando se refiera a una zona de la ciudad, irá en minúscula: Ellos venían del oeste de la capital.
- La inicial de la primera palabra de cualquier obra o creación: un libro, canción, obra de teatro o filme: Los miserables, Los otros, El libro de la selva. En el caso de creaciones en inglés, se respetará la forma de escribirlas en la lengua correspondiente. Ejemplo: Top Gun, The Scarlet Letter.
- Los nombres de festividades religiosas (Carnaval, Semana Santa) y de las vírgenes (Virgen de La Pastora, Virgen del Valle).
- Eventos o grandes acontecimientos. Por ejemplo, los Juegos Olímpicos, la Feria del Libro.
- La Constitución, que no lleva apellidos (ni “nacional” ni “bolivariana”, etc).

#### Irán en minúscula

- Los cargos y títulos de personas, a excepción del Papa y el Presidente de la República, y en estos casos, solo cuando no vayan acompañados del nombre propio. Por ejemplo: la alocución del presidente Manuel Gallo; el evento fue encabezado por el Papa.
- Los días de la semana.
- Los meses del año.

- Los gentilicios. Por ejemplo: zuliano, italiano, estadounidense.
- Los nombres de religiones. Ejemplo: judaísmo, catolicismo, budismo.
- Los apellidos sólo cuando comienzan con preposiciones y artículos, y se escriben junto al nombre. Por ejemplo: Ángel di María. Se escriben en mayúscula si no van acompañados del nombre de pila: Di María.
- La palabra estado para referirse a entidades geográficas. Ejemplo: El estado Falcón. El único Estado que va en mayúscula es cuando se refiere a la institución nacional. Por ejemplo: Los cuatro poderes del Estado venezolano.
- Para casos que no estén considerados en este manual, puede consultar el portal Fundeu.

## Expresión de cifras y símbolos

- Irá solo en letras del cero hasta el número nueve. El resto será expresado en números.
- La hora debe expresarse así: 8:00 a.m. (en minúscula) o “las ocho de la mañana”. Nunca, 8 am u 8 de la mañana.
- Solo llevan punto las cantidades por encima de mil (1.535, 8.569).
- La coma se utiliza para marcar las décimas o centésimas en una cantidad escrita con números. Ejemplos: 10,5
- Los años no llevan punto. En cuanto a los artículos que le anteceden, se priorizará el “de” por encima de “del”. Ejemplo: “En el referendo de 2004”, “La Constitución de 1930” o “La Constitución del año 1930”.
- Los ordinales correspondientes a 11 y 12 son undécimo y duodécimo (no ‘decimoprimer’ ni ‘decimosegundo’), y que la partícula avo no indica orden de secuencia, sino las partes en que se divide una unidad (‘piso decimosexto’, y no ‘dieciseisavo’).
- Los porcentajes se expresarán siempre con el símbolo % en títulos, sumarios y textos, porque son más directos. Se priorizará la omisión del artículo (un, el) antes de la cifra.



- Si se van a expresar variaciones, cada cifra debe llevar el respectivo signo o palabras que acompañen el monto. Ejemplo: Entre 40% y 65% de los encuestados... Entre 720 millones y 960 millones de dólares...
- Bs se escribe sin punto, debido a que representa el símbolo de la moneda, no la abreviatura de la misma, y antecede al monto.
- Las expresiones sobre el tipo de cambio o la producción petrolera deberán hacerse de la siguiente forma: 25 bolívares por dólar 25 Bs/\$, 760 mil barriles diarios de petróleo (b/d) 760 mil b/d.
- La palabra millardos no se utilizará en **TalCual**.
- Para facilitar una mejor comprensión del lector, a menos que el texto lo requiera, se simplificarán las cifras grandes. En lugar de escribir 170.703.832.000,50 bolívares es preferible expresar 170.703 millones de bolívares. Este tipo de cifras se expresarán una primera vez en el texto con el monto expresado en números y la moneda expresada en letras (5.100 millones de dólares). En referencias posteriores se puede usar \$5.100 millones.

## Títulos y sumarios

- Serán concretos, en lenguaje directo. Los titulares en noticias responden a la entrada y, en ningún caso, establecen conclusiones que no estén dentro del texto.
- Debe procurarse titular en tiempo presente, pero tener especial cuidado de colocarlo en pasado en casos de protestas que hayan cesado o sucesos acabados.
- Evite los títulos obvios o que no aportan. No desaproveche la oportunidad de informar y de atraer interés de la audiencia.
- La noticia que precisa un título largo o muy matizado no ofrece muchas garantías de resultar atractiva.
- Las siglas usadas dentro de los titulares deben ser conocidas suficientemente por la audiencia para reflejarse. ONU por Organización de Naciones Unidas, CPI por Corte Penal Internacional, PSUV por Partido Socialista Unido de Venezuela.

- Titular con una pregunta es opción cuando queremos brindar a la audiencia un texto que resuelva varias interrogantes o explique en forma detallada algún suceso en particular. El texto, al igual que cualquier otro contenido periodístico, deberá estar alimentado por fuentes documentales y fuentes vivas.
- Debe evitarse incluir dos ideas en el título.
- Se evitarán los títulos que oculten a los responsables de las acciones: No es correcto “Acuerdan paro de transporte en Mérida”. Se recomienda: “Gremios del transporte acuerdan paro en Mérida”.
- No debe entrecomillarse en el título información que no haya sido dicha textualmente por la fuente, y que aparezca de igual manera incluida en el desarrollo de la noticia.
- Se evitará la negación en los verbos. En su lugar, se incluirán palabras que recojan esa negación. Por ejemplo: Fracción parlamentaria de AD no se reunirá este lunes. Mejor es: Fracción parlamentaria de AD suspende reunión de este lunes.
- Los sumarios deben ser complementarios al título. No repita palabras que mencionó en el título (excepto por exigencias de SEO) y agregue datos atractivos que inviten a leer el resto del contenido. No llevan punto final.

## Intertítulos

- Sirven para dividir una información. Podrán escribirse de dos a cuatro palabras, preferiblemente.
- El texto que acompañe al intertítulo deberá tener una extensión de por lo menos tres párrafos. No se recurrirá al intertítulo para anunciar solo un párrafo.
- Luego de escribir un intertítulo, el párrafo que sigue comienza desde el principio con una idea nueva, relacionada con el intertítulo que lo anuncia. Nunca el texto será continuidad de lo que dice el intertítulo, ni mucho menos del párrafo anterior.
- Los intertítulos nunca deben repetir el contenido del título, ni de una leyenda.

## Uso de comillas

- Las citas entrecomilladas deben ser fieles. No se debe alterar su contexto ni el significado.
- Cuando una cita encierra otra, la primera llevará comillas dobles, y la segunda, simples. En el caso de que el principio o el final de las dos citas sea el mismo, sólo se usarán las comillas dobles.

## Siglas

- Se colocarán todas en mayúscula cuando posea hasta cuatro letras. Aquellas que contengan cinco letras o más irán en altas y bajas. Ejemplo: PSUV, Pdvsa.
- La primera vez que se mencione la institución o iniciativa se colocará el nombre completo con las siglas entre paréntesis. Después, se podrán usar las siglas solas.
- No deben pluralizarse las siglas. Por ejemplo, lo correcto son las ONG, las OLP.
- Cuando se refiere a las siglas de Estados Unidos o Derechos Humanos, estas van sin puntos. Ejemplo: EEUU decidió extraditar.

## Uso de la firma

- La firma es un elemento especial del reportero. Dentro de un texto informativo aporta credibilidad, especialmente en informaciones comprometidas o polémicas. En estos casos, el periodista debe asumir plenamente la responsabilidad de lo que publica.
- El verdadero valor de una firma se ubica en las noticias obtenidas o elaboradas por medios propios, así como crónicas y reportajes.
- No se firman las notas de prensa, a menos que el periodista solo utilice fragmentos y aporte valor agregado, las noticias elaboradas a partir de otros medios o textos de agencias.
- El reportero está en el derecho de solicitar que se retire su firma de un texto o reportaje por razones de seguridad o desacuerdos con el resultado final de un producto periodístico.

## ► Tratamiento

Somos un medio dictado por la premisa Claro y Raspao, por lo tanto tenemos como mandato utilizar un lenguaje adecuado, preciso y que denomine con exactitud los hechos que reflejamos.

En el enfoque de género, el uso del lenguaje sirve para denominar las diferencias socioestructurales. Reproducir un lenguaje sexista perpetúa estereotipos, por lo tanto llevaremos como norma evitar reproducir sesgos de género discriminatorios y excluyentes.

Pensar en los sesgos implícitos del lenguaje nos permite identificarlos, ampliar vocabulario, reflexionar sobre conceptos y enriquecer el lenguaje.

### Género

- Favorecemos el uso del lenguaje inclusivo con palabras o frases que se refieran a todos los géneros. Por ejemplo: personal, comunidad, gente, ciudadanía, alumnado o estudiantes, docentes, personal médico. Si el espacio en la construcción del texto lo permite también se pueden usar los artículos diferenciados antes del sustantivo (las y los).
- En cuanto al uso del plural, el lenguaje ha establecido que se utilice el masculino para agrupar ambos géneros, y puede usarse para referirse a colectivos (los bioanalistas, los estudiantes de Derecho, los panaderos, etc).
- Será preferible utilizar ambos términos madres y padres, en lugar de solo el genérico: padres; algo similar ocurre al hablar de niños y niñas, tal como lo denomina la legislación venezolana, o en todo caso la infancia. La visibilización de esta diferencia ayuda a minimizar brechas de género en diferentes ámbitos.
- Debemos usar las adaptaciones al género femenino aceptadas por el Diccionario de la Real Academia Española para cargos, profesiones, oficios y títulos; por ejemplo: La expresidenta Dilma Roussef, la ingeniera Juanita Chacón, la médica Patricia Solórzano.
- El prefijo ex funciona como todos los demás prefijos: se escribe unido a la palabra siguiente (expresidente), pero separado cuando precede a una expresión formada por varias palabras que tienen un significado unitario (ex primer ministro).

- Las mujeres que aparezcan en el contexto de historias sobre hombres deben ser identificadas con sus nombres completos y no por su relación con la figura masculina. No debemos referirnos a ellas solo con la coletilla de “la esposa de...”, por ejemplo.

## Personas LGBTI

- Hay que tener especial cuidado al informar sobre temas asociados con la población LGBTI, porque hay una tendencia a estigmatizarlos con el lenguaje. En principio, no debe comunicarse sobre las preferencias sexuales de una persona si esta información no es relevante en la noticia.
- LGBTI es una abreviatura de personas “lesbianas, gays o gais, bisexuales, transexuales e intersex”. Utilice las siglas en titulares y sumarios, pero detalle lo que significa en los primeros párrafos o minutos de un video. Use LGBTIQ o LGBTIQ+ (la q corresponde a personas queer) solamente en las citas, nombres de organizaciones formales o eventos, cuando corresponda.
- En caso de que sea relevante para la historia, use la palabra “gay” si se refiere a los hombres atraídos por personas de su mismo sexo, y “lesbiana” para las mujeres que les gustan las personas de su mismo sexo. Es preferible usar esta por encima de “homosexual”, que hace referencia a un contexto clínico o a la actividad sexual. En titulares en los que el espacio es limitado, “gay” también es aceptable para describir a ambos.
- En el caso de entrevistar a personas gays, lesbianas y, especialmente en los casos de personas trans, se recomienda consultarles cómo prefieren ser identificados y con qué pronombres: él o ella.

## Títulos académicos y honoríficos

- No se usarán los términos “señor”, “licenciado”, “doctor”, “profesor” o “bachiller” antepuestos al nombre de cada persona mencionada o citada, a menos que tenga un claro valor informativo.
- Se preferirá el uso de las denominaciones profesionales específicas (médico, docente, abogado), ocupación (estudiante, ama de casa, profesor universitario, etc) u oficio (carpintero, transportista, panadero).

Por ejemplo: “El médico le recetó tomar acetaminofén” en vez de “El doctor le recetó tomar acetaminofén”.

- Es correcto escribir “El psicólogo Lino Suárez recomienda drenar el estrés haciendo ejercicios”. Es incorrecto redactar “El licenciado Lino Suárez recomienda drenar el estrés haciendo ejercicios”.
- Se suprime todo tipo de tratamiento honorífico: Su Santidad, Su Excelencia, Su Alteza Real. En estos casos, se usarán sus nombres acompañados de sus cargos.

## Personas con discapacidad

- La discapacidad de una persona no debería ser mencionada en una nota, a menos que esto sea relevante en el contexto del hecho noticioso. Y en estos casos, se recomienda poner el énfasis en las personas y no en las discapacidades. Se debe decir “personas sordas”, “personas con discapacidad” o “persona con Alzheimer”.
- Cuando se les va a comparar no se debe llamar a sus opuestos “personas normales”, sino “personas sin discapacidad”.
- Al describir a una persona que posee una discapacidad, se debe utilizar un lenguaje neutral. No todas sufren, son víctimas, están postradas o afectadas. Tampoco son héroes. Sencillamente, se debería mencionar el verbo “tener”. Por ejemplo: Lila Martínez tiene una distrofia muscular.
- En vez de “enfermos mentales”, se recomienda utilizar los términos genéricos “discapacidad intelectual”, “personas con enfermedad mental” o “personas con problemas de salud mental”. Mucho mejor si se especifica la discapacidad concreta; por ejemplo: “niño dentro del espectro autista”, “persona con síndrome de Down” o “persona con trastorno bipolar”.

## Suicidio

- No publicaremos informaciones sobre suicidios de gente común y debemos tener especial cuidado de difundirlo cuando se trate de personas públicas. En todos los casos debe consultarse con el editor.
- Deben considerarse los sentimientos de los familiares, especialmente, en el uso de imágenes y en la descripción del método de suicidio.
- En caso de que los editores decidan publicar un suicidio por su relevancia, es necesario añadir algunas recomendaciones de expertos o líneas de ayuda psicológica.

## Luto

- En las notas luctuosas u obituarios de personajes reconocidos, debe informarse la causa del fallecimiento, siempre que se tenga.
- Las personas deben ser tratadas con sensibilidad durante períodos de dolor y trauma. Antes de exponer a un pariente en duelo, hay que preguntarse cuánto valor le agrega esto a la información.

## Encuestas

- Publicaremos resultados de encuestas hechas por empresas o instituciones de reconocida credibilidad.
- Deben contar con la ficha técnica: institución que hizo la encuesta, fecha precisa en que se realizó, ciudad o ciudades en las que se efectuó, segmento de la población encuestada, número de personas a las que se entrevistó, margen de error y, de ser posible, quién pagó por el estudio.
- Las encuestas deben ser complementadas con información propia del medio que aporte contexto adicional.

## Internet

- Deberá verificarse la autenticidad de toda información que se extraiga de Internet. Cada sitio web o perfil de un medio social puede ser considerada como una fuente de información, y como tal debe ser citada en la noticia dándole la misma rigurosidad de una fuente viva.
- El periodista debe buscar siempre la fuente original de la noticia y usar su buen criterio al momento de dar credibilidad a cada sitio web. En estos casos, deben aplicarse los protocolos conocidos y las herramientas disponibles en línea para verificar tanto la autenticidad de los usuarios, que se usan como fuentes de información, como del material gráfico y audiovisual que difundan.

## ▶ **Otras normas de publicación**

### **Sobre la Fuerza Armada Nacional**

- La Fuerza Armada Nacional será identificada por las siglas FAN, en función de la identificación constitucional que posee.
- Los cuatro componentes que conforman la FAN serán nombrados respetando su nomenclatura constitucional (Ejército, Armada, Aviación y Guardia Nacional).
- En el caso de la milicia, se escribirá en minúsculas porque no es un cuerpo armado contemplado en la Constitución.

### **Excepciones constitucionales**

Ante excepciones constitucionales, se evaluará el uso de calificativos o designaciones según el marco legal nacional e internacional vigente.

## ▶ **Material Multimedia**

- Las narrativas multimedia (fotos, fotogalerías, sonidos, audiogalerías, infografías, visuales para redes sociales y reportajes multimedia) se rigen por los mismos principios editoriales y las normas éticas previstas para los textos.
- Las piezas multimedia pueden ser publicadas de manera autónoma o como complemento en un reportaje multimedia. Sin embargo, en el primer caso, deben ir acompañadas de un título y sumario que resuma de qué trata.
- Cuando formen parte de un reportaje multimedia, nunca deben repetir de manera idéntica lo que se ha informado en el texto o en otro tipo de narrativa, sino, al contrario, complementarlo.



- En caso de fotografías de personas, debe procurarse la identificación en las leyendas de todos los que aparecen y, si es posible, de sus roles o cargos.
- Las fotoleyendas no deben repetir información que ya esté contenida en títulos, sumarios o destacados. Tampoco debe repetirse la misma leyenda en todas las imágenes de una fotogalería.
- No se publicarán imágenes explícitas de cadáveres, por respeto al fallecido, sus familiares y a los lectores. Habrá excepciones con fotos desagradables cuando añadan información en temas relevantes, para la investigación penal del caso, por ejemplo, y siempre que sea autorizado por el editor.
- El lenguaje visual o audiovisual puede ser un aliado o un enorme elemento que replique violencia simbólica. Por tanto, el uso de imágenes, musicalización, montaje, estrategias y herramientas narrativas audiovisuales que apelan a la emoción deben contemplar si el planteamiento reproduce estereotipos.

¿La selección de la foto es realmente informativa e indispensable? ¿Muestra a las mujeres violentadas o en estado vulnerable que la revictimiza o la expone?

¿Es informativo e indispensable musicalizar notas sobre femicidio o violencia contra las mujeres?  
¿Se respeta la protección de identidad o elementos como el uso de la voz o señas particulares que la expongan en la producción de un contenido audiovisual?

## ► Glosario de términos

**Chequeo de datos o fact checking:** Es una metodología del periodismo a través de la cual se busca determinar la veracidad de hechos o datos.

**Crónica:** Definida por Gabriel García Márquez como “la novela de la realidad”. Es un relato donde se debe respetar estrictamente la realidad.

**Desinformación:** Es la diseminación coordinada de información engañosa que busca impactar el comportamiento de la ciudadanía, en particular cómo vota en elecciones, o cómo actúa en otros ámbitos públicos.

**Entradilla o lead:** Es el primer párrafo que sigue al titular y que presenta en pocas líneas las claves más relevantes de la noticia.

**Entrevista:** Permite al periodista entrar en el campo del análisis y la profundización en los temas y personajes que aborda. No se relega solo al pregunta-respuesta para obtener información.

**Editorial:** Es un texto expositivo - argumentativo refleja la opinión del medio de comunicación sobre un hecho relevante.

**Fuentes:** Cualquier entidad, persona, hecho o documento que provee de información al periodista.

**Nota de prensa:** Información ofrecida y enviada a los medios por parte de empresas o particulares sobre algún suceso específico, cuestiones o eventos que protagonizarán.

**Noticia:** Es el relato de un acontecimiento de actualidad que suscita el interés del público. El periodista tiene la responsabilidad de contrastar cómo se han producido esos acontecimientos o hechos.

**Noticia falsa o fake news:** Es una información deliberadamente falsa con el objetivo de impactar o causar zozobra en la ciudadanía.

**Off the record:** Fuentes de información que requieren o piden explícitamente al periodista permanecer en el anonimato. En algunos casos, la fuente pide que no se publique el dato aportado, pero sirve de base a investigaciones del reportero y contrastar con otras fuentes.

**Reportaje:** Consiste en la narración de un hecho, con una extensión mayor que la de la noticia y en la que el autor profundiza en los antecedentes, causas, circunstancias y repercusiones de lo acontecido. Puede ser publicado en radio, vídeo, escrito e incluso por fotografía.

## ► Fuentes consultadas

### **Consejo de Redacción**

<https://consejoderedaccion.org/formacion/que-es-la-desinformacion-y-como-combatirla>

### **Diccionario periodístico**

<https://www.aprendeperiodismo.com/diccionario-periodistico-mejor-glosario-periodismo/>

### **Fundación Gabo**

<https://centrogabo.org/gabo/contemos-gabo/10-lecciones-de-gabriel-garcia-marquez-sobre-cronica-y-reportaje>

### **Fundéu RAE**

<https://www.fundeu.es/dudas/>

### **La prensa, un recurso para el aula. Análisis de la prensa. Géneros periodísticos**

[https://fhu.unse.edu.ar/carreras/periodismo/Periodismo%20cientifico/Analisis\\_generos\\_periodisticos.pdf](https://fhu.unse.edu.ar/carreras/periodismo/Periodismo%20cientifico/Analisis_generos_periodisticos.pdf)

### **Manual de Géneros Periodísticos. Segunda Edición. Universidad de La Sabana, 2011**

<https://books.google.co.ve/books?id=Ak0zv4wk6NAC&printsec=frontcover&hl=es#v=onepage&q&f=false>