

**Manual de estilo Periódico El Pulso**

**Trabajo de grado para optar por el título de comunicador – periodista**

**Ana Ximena Gallego Bedoya**

**Asesora**

**Tatiana Betancur Jaramillo**

**Corporación Universitaria Lasallista  
Facultad de ciencias sociales y educación**

**Comunicación y periodismo**

**Medellín**

**2012**

## Tabla de contenido

Objetivos .....	7
Objetivo general .....	7
Objetivos específicos .....	7
Justificaciones .....	8
Impacto científico y tecnológico .....	8
Impacto social y económico .....	9
Marco teórico .....	10
Diseño metodológico .....	17
Indicadores y análisis de resultados .....	18
Análisis de encuesta .....	18
Recomendaciones .....	23
Conclusiones .....	24
Bibliografía .....	26
Apéndices .....	27

## Tabla de gráficos

Gráfico 1 ¿Le entregaron el manual de estilo?.....	18
Gráfico 2 ¿Conoce el manual de estilo?.....	19
Gráfico 3 Consulta el manual de estilo .....	20
Gráfico 4 Percepción del manual .....	21
Gráfico 5 Recomendaciones .....	22

## **Tabla de apéndices**

Apéndice A Encuesta.....	26
Apéndice B Manual de estilo anterior.....	28
Apéndice C Manual de estilo periodístico actual (pdf)	

## **Resumen**

Reconociendo la importancia de un manual de estilo periodístico para un medio de comunicación como es la prensa, por razones como uniformidad, identidad, practicidad y ejemplificación en el lenguaje escrito, la practicante de comunicación y periodismo del Periódico El Pulso, a raíz de una investigación cualitativa guiada por los periodistas del medio, en la cual evidenciaban el desconocimiento de la existencia de dicho manual, y la falta de información en el mismo, decide reestructurar el manual existente en el medio, con el fin de abarcar un mayor número de temas y establecer, propagar y perpetuar un manual de estilo eficaz para los futuros periodistas, es el resultado de éste trabajo lo que se verá reflejado en este documento.

## **Abstract**

Recognizing the importance of a journalistic style manual for media such as the press, for reasons such as uniformity, identity, practicality and modeling in the written language, communication and journalism practitioner of The Daily Pulse, following an investigation guided qualitative environmental journalists, in which evidence the ignorance of the existence of the manual, and the lack of information in it, decided to restructure the existing manual in the middle, in order to cover a wider range of topics and establish, propagate and perpetuate an effective style guide for future journalists, is the result of this work will be reflected in this document.

Palabras claves: Manual, estilo, escritura, periodístico, códigos.

Existen tantas formas de contar una noticia como periodistas existen.

Si bien el lenguaje informativo y noticioso es claro, conciso y objetivo son muchos los enfoques que pueden darse de un tema y más aun son las palabras, conectores, géneros periodísticos y estilo de escritura que se usan a la hora de relatar.

Los medios consientes de ello, han creado una línea común entre sus colaboradores que los hace diferentes de los demás, una estandarización de su lenguaje y proceso a la cual se le denomina estilo.

El estilo de un medio es algo que se va formando a través de los años, en el acontecer mismo de la información, de la estructura, e ideología del medio, pero que con el tiempo se establece y generaliza, permitiendo la posibilidad de reglamentarlo y ejemplificarlo, en este momento entraríamos a hablar de un manual de estilo.

Con base en la importancia de la uniformidad en el lenguaje usado por los periodistas de un medio, especialmente el escrito, nace éste proyecto de crear un manual de estilo para el Periódico El Pulso, que si bien era evidente y reconocible su carácter propio desde hace ya 14 años, no existía un documento que perpetuase en el tiempo y sirviese de guía para los nuevos periodistas que ingresaran al medio.

Y es este el trabajo que se logró en seis meses de práctica con ayuda de los periodistas y que busca estandarizar el proceso de escritura y búsqueda de la información, abierto, como todos los medios al cambiante día a día del acontecer noticioso.

## **Objetivos**

### **Objetivo general**

Reestructurar el manual de estilo del periódico El Pulso, de San Vicente Fundación, con el objetivo de establecer bases y normas de escritura, manejo de la información, marca y terminología que sirvan de guía a periodistas y demás vinculados con el periódico

### **Objetivos específicos**

Realizar un proceso de contextualización con manuales de estilo de otros periódicos a fin de comprender la teoría y los principales aspectos a figurar en un manual.

Identificar a través de un análisis en ediciones de los últimos 2 años, los géneros periodísticos, extensiones, sesiones y tipos de imagen que más se presentan, a fin de establecerlos como base del manual de estilo.

Extraer de entrevistas realizadas a los periodistas del periódico El Pulso la terminología usada en salud, que por algún motivo pueda ser limitada y sus acepciones y restricciones.

Elaborar una cartilla impresa con el manual de estilo del periódico a fin de que sea más exequible para los periodistas que lleguen.

## **Justificaciones**

### **Impacto científico y tecnológico**

Hace tiempo que los periódicos dejaron de ser única expresión de determinada ideología política y trascendieron a dar una mirada y un manejo de la información tan propio como el mismo periódico.

Ahora es posible reconocer, por la forma de escritura, titulación y estilo, un artículo perteneciente a un medio determinado y es aquí donde comenzamos a hablar de estilo periodístico.

Éste sin duda ninguna es formado con el tiempo, el tipo de información, de lectores y de periodistas; pero una vez existente es posible enmarcarlo en un manual de estilo de periodístico, y es esta precisamente la propuesta: La reestructuración del manual de estilo del Periódico El Pulso.

En esta importante labor se hace necesaria la conjugación de dos saberes: por un lado el periodismo, pues es preciso un proceso de reportería, investigación, conocimiento de términos, géneros y lenguaje periodísticos, que permita la precisión, con argumentos y opiniones propias de las fuentes en un sector como el de la salud; y por otro, la comunicación, entendida como el proceso social más importante que impacta a todos los públicos, hace necesaria la interacción con el público objetivo, el uso claro del lenguaje y la elaboración del manual físico.

Es ésta conjugación sin duda, la que, a mi modo de ver, hace totalmente pertinente este proyecto en la formación de una comunicadora, periodista.

## **Impacto social y económico**

Además de la información, los periodistas son el motor de un periódico, de ellos depende la calidad, claridad y pertinencia de los artículos y por ello se hace necesario orientarlos en el manejo de la información.

De ésta tarea se hace cargo un manual de estilo, de solucionar las dudas que se pueden presentar en el ejercicio de escritura sobre aprobaciones y manejo de los temas, el lenguaje, y de las mismas imágenes, que muchas veces no pueden ser solucionados por el editor en el preciso momento en que se escribe; Al contar con el manual de estilo hablamos de inmediatez, de reglas claras y supresión de una figura encargada de solucionarlas.

Por otro lado está el público objetivo: Los lectores, que pueden ser orientados acerca del tipo de información y manejo de la misma que encontrarán en el medio, del profesionalismo y la orientación ética e ideológica que encontraran en él, y por medio de ésta decidir si es, o no el medio de su predilección o si se siente identificado.

De éste modo se convierte el manual de estilo en un proceso social, integrador de públicos, que define su ideología, valores y estilos y lo presenta a sus lectores como indicio de una tendencia establecida y como muestra de respeto y seriedad.

## **Marco teórico**

Tan importante como un diccionario de la real academia de la lengua española, uno de sinónimos y antónimos o un código legal, a la hora de escribir, es el manual de estilo para los periodistas de un medio de comunicación.

Un manual de estilo constituye una guía, con usos, normas y criterios para la redacción, consecución de las noticias y ética de los periodistas, su implementación permite publicar siguiendo una uniformidad de estilo, una diferenciación de otros medios y una resolución de dudas para los periodistas.

Los libros de estilo se utilizan en general por cualquier rama del conocimiento, medio o publicación que requiera estables bases y lineamientos comunes.

Es frecuente ver manuales de estilo en publicaciones estudiantiles, médicas, políticas, de organizaciones, de derecho, publicistas, entre otros, siempre con el ánimo de crear un mensaje más coherente, correcto y eficaz.

Dentro de los manuales de estilo se establecen reglas ortográficas, de tipografía, manejo de gráficos, Con el fin de que cada publicación tenga unos criterios uniformes, rígidos e integros que perduren en el tiempo.

Estos finalmente se convierten en normas de los redactores de la publicación.

En este caso nos limitaremos a hablar de los manuales de estilos periodísticos.

“son necesarias fuentes de guía y consulta, accesibles y claras, adonde pueda recurrir todo el que desee hablar y escribir con propiedad y corrección, muy especialmente el que escribe para el publico” (Llerena, (1991)

El primer libro de estilo periodístico del cual se tiene conocimiento es “Manual de estilo de selecciones”

Dice Alberto Gómez Font, Los en su libro, “libros y manuales de estilo”: “*Manual de Selecciones (Normas generales de redacción)*, preparado bajo la dirección de Jorge Cárdenas Nanneti y publicado el año 1959 en La Habana por *Selecciones del Reader’s Digest*, S. A. Es el primer libro de estilo de un medio de comunicación en español en los Estados Unidos (y en el mundo) del que tenemos referencia. Está destinado a lograr una buena traducción del inglés — idioma original de la revista— al español y contiene además una serie de normas gramaticales y ortográficas de gran utilidad, que coinciden casi totalmente con las que años después aparecerían en el *Manual de Estilo* de la Agencia EFE (Madrid: Castalia, 1978) y en otros libros similares, tanto en los Estados Unidos como en Hispanoamérica y España.

En la introducción, el autor indica claramente los objetivos del libro: La absoluta corrección gramatical y el empleo exclusivo de giros típicamente castizos son indispensables.

Debido a su inmensa circulación, *Selecciones* tiene en este punto una responsabilidad mucho más grande que la de cualquier otra revista en español. Rogamos prescindir de toda clase de anglicismos y galicismos. Tampoco convienen los regionalismos que no se entienden fuera del país de origen, por ejemplo: vitrina por escaparate, casquillo por herradura, pibe por niño, ameritar por merecer, etc.

Además, el autor abre una puerta a las palabras nuevas —los neologismos— e indica que hay muchas que son indispensables aunque la Academia no las haya recogido aun en su diccionario.

Uno de los capítulos más interesantes es el titulado ‘Palabras engañosas’, que consiste en una lista de palabras inglesas que aparecen con frecuencia mal traducidas, con la correspondiente explicación para cada una.”

### **Características de los manuales de estilo**

“Casi todos los libros o manuales de estilo tienen las mismas características: constan de dos partes bien diferenciadas; la primera dedicada a establecer las normas y los criterios puramente periodísticos y la segunda es una guía para lograr que el español usado en las noticias sea lo más correcto posible. En esta segunda parte es habitual que se incluyan apéndices con listas de abreviaturas, siglas, topónimos y otros materiales específicos del medio de comunicación para el que se haya redactado el manual.

Otro tipo de manuales de estilo son los concebidos como un diccionario, es decir, sin las divisiones ni los capítulos tradicionales, sino en forma de lista de la *a* a la *z* en la que se incluyen explicaciones que apenas ocupan un renglón y otras que pueden abarcar varias páginas” agrega Gómez Font.

### **Tipos de manuales de estilo**

Estos son los dos tipos que señala Agustina Boldrini en su blog corrección de textos:

#### **Libros de estilo de la prensa gráfica**

En cuanto a lo ético, se señala cuál debe ser el comportamiento de un profesional de prensa y cómo abordar el tratamiento de las fuentes informativas. En cuanto a lo estético, se marcan los elementos gráficos de la página y cómo deben emplearse. También se establecen normas de estilo de redacción, que fijan la extensión de oraciones, párrafos y notas; criterios de titulación, y el tipo de lenguaje que se prefiere (llano, complejo, directo, literario). Este conjunto de acuerdos plasmados en el manual de estilo busca conseguir la uniformidad del producto gráfico.

Cuando digo uniformidad, no me refiero a que todos los periodistas tienen que escribir exactamente igual. Estoy convencida de que a la hora de hablar de estilo, debemos distinguir entre el estilo del medio y el del redactor. Yo considero que el estilo de un medio es aquello que permite que el producto tenga una identidad propia, porque en un medio en el que participan muchos redactores, quienes tienen su estilo propio que dejará su huella en el texto, es sumamente necesaria la presencia de un libro de estilo que vele por la unidad del conjunto.

### **Libros de estilo de las editoriales**

En lo referido a lo ético, se establecen los derechos y deberes de un escritor; puede contener la Ley del Libro, algunos criterios del derecho de autor y los objetivos de la editorial. En cuanto al punto de estético, se describen las características que mantendrá el diseño gráfico del sello editorial (partes del libro, epígrafes, tipografías, tamaño de la letra). También podrán contener distintos apartados específicos según los textos que trabaje la editorial; por ejemplo, si se trata de un sello que publica especialmente textos académicos, podrá tener un apartado destinado a las formas de citar. El objetivo de los manuales de estilo de las editoriales es que todas sus publicaciones mantengan rasgos comunes, para que el lector pueda distinguir rápidamente un libro de este sello y diferenciarlo del resto, por ejemplo, en una librería.

Por último, una consideración con respecto a la escritura digital. Por tratarse de un campo en el que los errores llevan la delantera, considero de suma utilidad que los medios digitales elaboren manuales que guíen la vorágine comunicacional que no cesa de publicarse y republicarse. Estamos en tiempos en los que la velocidad gana protagonismo, lo que genera que en la Internet se lean escritos con muchos errores, lo que atenta contra la calidad de los productos. Sería preferible que la noticia salga unos minutos más tarde, pero con un excelente

uso del idioma; ahora, si esto fuera “imposible”, invito a que se lean y elaboren manuales que permitan pulir dudas.

### **Acerca de otros manuales de estilo**

El periódico El País de España, se refiere a la creación de su manual de estilo como un ritual en numerosas reclamaciones al Defensor del lector; Además se plantea que la presencia de dicho manual da fe a la labor del periodista en la depuración y en la comunicación de elementos informativos

“El compromiso de información de un periódico se sustenta en el respeto a sus lectores. Sólo haciendo explícitos los principios que animan la labor de redacción, el público tendrá elementos para juzgar una tarea cotidiana, compleja y siempre delicada. Once ediciones del Libro de estilo de EL PAÍS sostienen este compromiso”. Dice Jesús Cebiro, en el Prólogo del manual de Estilo periódico El País de España, 1996

En el manual de estilo de éste periódico s destacan algunos principios como responsabilidad Profesional Tratamiento de la información y de la publicidad y su contenido está enfocado en los géneros periodísticos, elementos de titulación, tipografía, fotos y gráficos, tratamientos, nombres y signos ortográficos como elementos para direccionar y mejorar la laboral habitual del periodista.

Por otro lado es importante mencionar el manual de estilo de la presidencia de la república de Colombia, realizada desde la Secretaría de Prensa y al igual que el anterior maneja desde su contenido características para el lenguaje periodístico como claridad, brevedad, precisión , sencillez y fluidez, también congregan los factores que se atribuyen a la información y a la noticia para utilizar verbos apropiados, citar fuentes y enmarcarlas en factores de novedad, proximidad, interés, contexto y oportunidad.

“En el trabajo informativo desde el gobierno nacional, es especialmente importante promover el bien de las personas en sociedad, y en definitiva, el bien común. La comunicación política debe estar regida por el respeto

a los ciudadanos, la veracidad de los hechos, la responsabilidad y el servicio”. Argumenta la Secretaría de prensa, de la Presidencia de la República de Colombia, marzo 2009

En un contexto más cercano el periódico El Colombiano tiene como fundamentos en su manual de estilo que la información que contengan todos sus artículos sea clara, fluida, sencilla y precisa; bajo estas reglas basan sus publicaciones para que el periódico siga llegando a todo tipo de público.

En los tres ejemplos citados se evidencia que los manuales de estilo marcan las pautas y el direccionamiento estratégico de los medios y por eso todos coinciden en un tratamiento de la información que sea coherente con el público y con su razón de ser, se atribuyen a estos manuales las características principales de las noticias que permanecen constantes aquí y en España.

Un manual de estilo cuenta la historia de un medio y aunque resulta invisible para muchos lectores, el sólo hecho de identificar cómo se titula, cómo se escribe y en general cómo es el tratamiento de la información hacen parte de las características que se atribuyen al manual, que alguna vez el medio decidió redactar para hacer más profesional la labor del periodista y dar un valor agregado a los lectores.

Asimismo los nuevos medios electrónicos se han visto en la necesidad de crear un manual de estilo que contenga lineamientos para las publicaciones, en una actividad que propende por mejorar la calidad de los artículos digitales, se destaca la labor del manual “Estilo” creado por Fundéu BBVA para los nuevos medios desarrollados en internet y que tiene como fin colaborar con el buen uso del español en la web.

Se evidencia el gran aporte de estos documentos a la actividad comunicativa y la necesidad de integrarlos a los diferentes medios como herramienta de trabajo y como elemento

diferenciador. En un momento donde el aceleramiento de la oferta obliga a los medios a tener un estilo como elemento de identidad.

## **Diseño metodológico**

Esta es una investigación de tipo cualitativo ya que se enfoca en comprender fenómenos humanos y sociales apoyados en entrevistas, revisión documental y observaciones.

La investigación, será apoyada por los periodistas, la editora y la directora comercial del Periódico El Pulso.

Como técnica e instrumento de recolección de datos se hará un modelo de encuesta, entrevista y observación.

La encuesta consta de 5 preguntas, destinadas a para evidenciar el conocimiento del manual de estilo actual, su aplicabilidad y percepción del mismo por parte de los periodistas.

Además tendrá un espacio para escribir sugerencias y recomendaciones con respecto a la creación de un nuevo manual de estilo a fin de tenerlas en cuenta en el producto final.

Así mismo, por medio de la observación y de las entrevistas semiestructuradas a algunos periodistas, se complementaran los resultados de la encuesta, pues es evidente que los individuos transmiten sus puntos de vista, percepciones y conocimientos con sus compañeros y sus grupos cercanos.

## Indicadores y análisis de resultados

### Análisis de encuesta

Con el fin de evidenciar el conocimiento y la aplicabilidad del manual de estilo del periódico El Pulso, creado en 2007, se aplicó una encuesta a cada uno de los periodistas con los siguientes resultados:

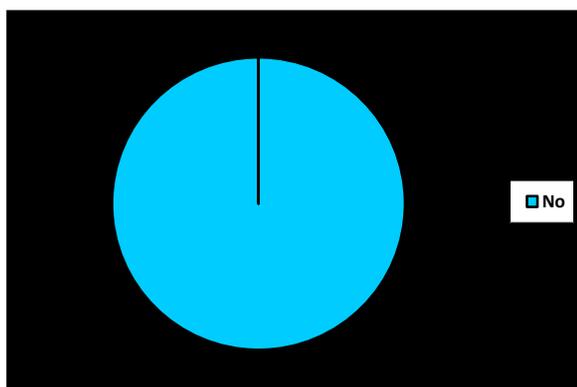
Número de periodistas del periódico: 7

Número de periodistas encuestados: 7

Pregunta 1: ¿Cuándo entró a trabajar al periódico El Pulso le entregaron o dieron a conocer el manual de estilo?

Sí      No

**Gráfico 1 ¿Le entregaron el manual de estilo?**



A ninguno de los periodistas les entregaron al inicio de su labor el manual de estilo, por un lado porque no es una costumbre al vincular periodistas, pero por otro, porque su creación es

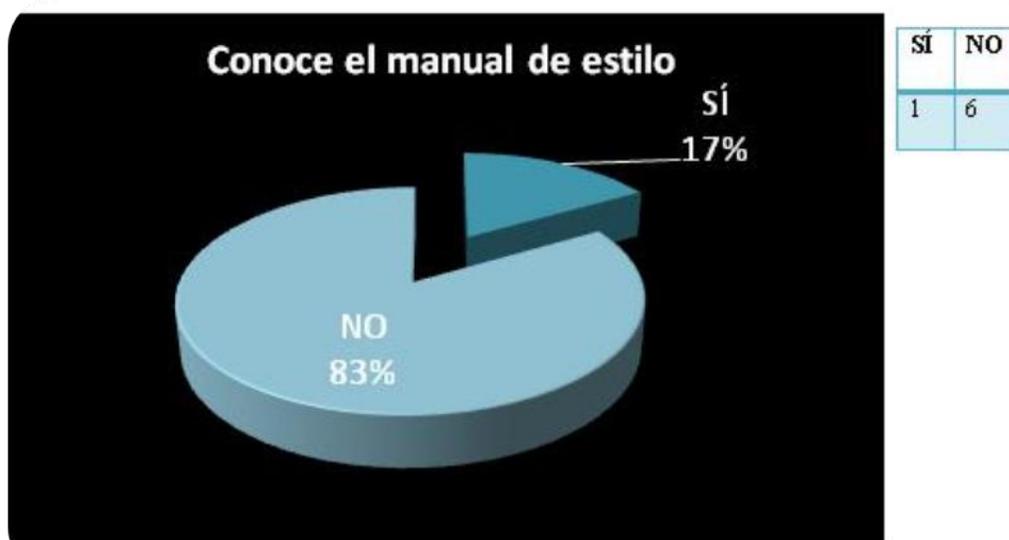
relativamente nueva, data del año 2007, en el cual muchos de los periodistas trabajan incluso ahora.

2. ¿Conoce el manual de estilo del periódico?

Sí No

**Gráfico 2 ¿Conoce el manual de estilo?**

Es preocupante que solo uno de los periodistas tenga conocimiento de la existencia del



manual de estilo, más aun sabiendo que ese 17% corresponde a una sola persona, la editora, quien fue autora del manual de estilo actual.

3. Consulta el manual cuando tiene alguna duda de estilo de lo que está escribiendo?

Sí No

(La pregunta aplica para una sola persona)

### Gráfico 3 Consulta el manual de estilo



Esta pregunta fue aplicada a una sola persona, que era quien conocía el manual y argumenta no recurrir a él, debido a que al ser la autora, conoce completamente lo que hay allí estipulado.

- 4.Cuál es su percepción del manual de estilo actual

- Es muy completo
- Es bueno
- Está un poco incompleto

(La pregunta aplica para una sola persona)

**Gráfico 4 Percepción del manual**



En esta pregunta se evidencia que hay una conformidad pero que evidentemente el producto puede mejorar.

5. Como periodista que temas considera que el Periódico El Pulso deba contener en su manual de estilo? (Incluya por favor aquellos que nos hacen diferenciadores de otros periódicos)

Entre las sugerencias más representativas están:

- No debe ser una camisa de fuerza
- Ayudas de tipo gramatical
- Evidenciar que es un medio crítico y analítico
- Siglas del sector de la salud
- Géneros periodísticos más usados

- Manejo de imágenes



Gráfico 5 Recomendaciones

Todas estas sugerencias y recomendaciones fueron tenidas en cuenta a la hora de reestructurar el manual de estilo.

## Recomendaciones

Para que exista un adecuado proceso del flujo informativo y un acompañamiento y retroalimentación al proceso de aprendizaje del practicante o las personas que conforman el periódico se hace necesaria la presencia tanto del director como del editor, una presencia formativa y encaminadora, ya que los resultados son conjuntos no deberían manejarse como procesos individuales sino grupales como medio que somos.

Al momento de contratar un nuevo periodista, es importante que se le dé a conocer la dinámica de funcionamiento del periódico, de los artículos que escribe y el estilo que se utiliza dentro de la organización además, pedirle cumplir con cada uno de los ítems que se dan a conocer en el manual de estilo.

Dar la posibilidad de que las personas vinculadas con el periódico aporten sus opiniones y sugerencias para el mejoramiento del mismo, tener en cuenta además los cambios que se van dando en el medio con el tiempo y las nuevas exigencias del público, para estar en constante cambio, evolución y a la vanguardia.

Hacer un seguimiento a los lectores, ya que si bien es un público especializado: El sector de la salud, las necesidades informativas pueden variar con el tiempo, se hace importante cuidar, escuchar y cultivar los lectores a fin de suplir sus necesidades.

Entregar, o enviar el manual de estilo a cada uno de los periodistas actuales y a los futuros, y propagar su difusión para crear una identidad y estandarizar el proceso de escritura, debido a que dicho manual puede existir, pero si no se comparte no se lleva a cabalidad el objetivo.

## Conclusiones

El manual de estilo realizado para el periódico El Pulso contribuye de manera adecuada al buen ejercicio de la labor periodística, tanto de los periodistas vinculados como de las personas encargadas de producir información dentro del mismo, ya que ayuda a estipular patrones y estilos diferenciadores necesarios para las organizaciones.

Para elaborar este producto fue necesario conocer a fondo las necesidades de la organización y el impacto que se lograría con el manual de estilo, teniendo en cuenta que fue pensado únicamente para solventar una necesidad que allí se identificó.

Es fundamental plantear los objetivos previos a la ejecución del manual de estilo puesto que son la base inicial, después de seguir pasos a paso los objetivos específicos se puede concluir que se logró restaurar el manual de estilo del periódico El Pulso, de San Vicente Fundación, estableciendo bases y normas de escritura, manejo de la información, marca y terminología que sirven de guía a periodistas y demás vinculados con el periódico.

Se logró por medio de la visualización y análisis de manuales de estilo de otras organizaciones obtener información complementaria que contribuyera a la reestructuración del manual de estilo de El Pulso, logrando un producto mucho más completo y oportuno para el público al cual va dirigido.

Después de la elaboración de las entrevistas a los periodistas de El Pulso se logró recolectar una gran cantidad de información que se convirtió en el soporte temático del manual de estilo a elaborar; puesto que ellos son nuestro público objetivo y las personas que a diario deben llevar estas normas y requisitos en la escritura de los textos que elaboran.

En conclusión el manual de estilo del periódico El Pulso logra impactar tanto en nuestro público objetivo como en otros periódicos especializados que requieren de información precisa y especializada de área definida. Su implementación es fundamental para el buen funcionamiento de la organización.

## Bibliografía

- Gómez Font, Alberto (2005). Los libros y manuales de estilo, Madrid, España
- Círculo De Periodistas De Bogotá. (2006), código de ética, Bogotá, Colombia
- El Colombiano Ltda Y Cía S.C.A, (2003), Manual de estilo y redacción del Colombiano, Imprelibros S.A, Medellín, Colombia
- Diario El País De España, (1997), Libro de estilo diario El País, Madrid, España.
- Periódico El Tiempo, (1995), 3ra edición Manual de redacción El Tiempo, Santafé de Bogotá, Colombia
- Asociación Colombiana Para El Desarrollo De Personas Con Discapacidad Ascopar, (2001), Guía de estilo periodístico para informar sobre discapacidad, ministerio de comunicaciones, Bogotá, Colombia
- El Tiempo, (1995), siglas de ley 100, recuperado de <http://www.eltiempo.com/archivo/documento/MAM-367711>
- Presidencia De La República,(2009), manual de estilo secretaría de prensa, Presidencia de la república recuperado de [http://web.presidencia.gov.co/publicaciones/2009/manual\\_estilo.pdf](http://web.presidencia.gov.co/publicaciones/2009/manual_estilo.pdf)

## Apéndices

### Apéndice A Encuesta

**Con el fin de conocer su percepción como periodista del Periódico El Pulso, responda por favor las siguientes preguntas acerca del manual de estilo del periódico:**

1. ¿Cuándo entró a trabajar al periódico El Pulso le entregaron o dieron a conocer el manual de estilo?

Sí  No

2. ¿Conoce el manual de estilo del periódico?

Sí  No

Si respondió sí en la pregunta anterior, responda las preguntas 3 y 4, sino continúe con la

5

3. ¿Consulta el manual cuando tiene alguna duda de estilo de lo que está escribiendo?

Sí  No

- 4.Cuál es su percepción del manual de estilo actual

- d. Es muy completo
- e. Es bueno
- f. Está un poco incompleto

5. Como periodista que temas considera que el Periódico El Pulso deba contener en su manual de estilo? (Incluya por favor aquellos que nos hacen diferenciadores de otros periódicos)

---

---

---

---

---

---

---

*¡Muchas gracias!*

## **Apéndice B Manual de estilo anterior**

### **MANUAL DE ESTILO PERIÓDICO EL PULSO**

El Manual de Estilo es una guía para los periodistas, que orienta la presentación y elaboración de los artículos para ser publicados. Es un deber de todo profesional de la información hacer un uso adecuado del lenguaje, más si se trata del escrito. Es de suyo que el periodista deba conocer las reglas fundamentales que orientan el lenguaje castellano o español. El trabajo periodístico debe destacarse por un valioso contenido y una excelente presentación, porque el lector, el ciudadano que accede a esa información merece respeto, tanto en la veracidad de las noticias como en el tratamiento lingüístico del mismo.

Este documento que servirá de guía para El Pulso, estará en permanente construcción. Se pretende, inicialmente, brindar unos elementos que orienten el trabajo de los periodistas que colaboran en el medio. Cualquier aporte que hagan para el mejoramiento de este documento será de gran valor, para el ejercicio profesional que en él se desarrolla.

#### **1. Instrucciones generales y procedimiento**

Para el cumplimiento del cronograma establecido para El Pulso, los periodistas colaboradores deben seguir las indicaciones que el editor les presente. Vale recordar que el

periódico tiene una circulación mensual y ello genera una dinámica propia (procedimiento) que es importante tener en cuenta.

El primer paso es la reunión del Comité Editorial donde se evalúa el periódico anterior y se toman las decisiones sobre las temáticas que se van a trabajar para el próximo número. A continuación, el editor, los periodistas y los colaboradores están en la tarea de investigar los temas y redactarlos. Una vez entregados los informes el editor evaluará los contenidos y el manejo estilístico de los mismos, para aprobar o mejorar algunos de ellos. Luego viene la fase de diseño e impresión, para entregar el periódico a los suscriptores y lectores, en los primeros días de cada mes.

## **2. Entrega de material**

El editor comunicará a los periodistas los temas que deben trabajar y la extensión de sus trabajos, así como el tiempo con que cuentan para realizarlos. En el plazo fijado por el editor, los periodistas deben entregarle lo siguiente:

- La extensión de los trabajos son: 6000 caracteres para una página; 3000 caracteres media página. Una columna: 1725. Los textos deben ser entregados en arial 11 puntos. El editor cuenta además con un **Manual de Diseño y Pauta Editorial**, que está a disposición de los periodistas y colaboradores.
- Las noticias o informes deben ser titulados de acuerdo con los parámetros ofrecidos en este manual.

- El periodista debe entregar un titular o resumen de primera página. El editor está en la libertad de definir si va en primera o no.
- De igual manera, el periodista debe preparar una entradilla del informe que prepare, excepto si es noticia.
- El periodista debe suministrar información al editor, sobre la foto que necesita para ilustrar su informe y, además, debe preparar el pie de foto respectivo.
- Si el texto está apoyado por gráficos, deben entregar al editor los textos levantados de los mismos, así como la muestra del gráfico, para orientación del diseñador.
- En el momento de entregar, el editor confiará que el texto ha sido releído por el periodista.
- El periodista debe presentar dos o tres alternativas de titulares.
- Si encuentra dificultades con las fuentes o en el tratamiento de los temas debe consultar con el editor, para la respectiva orientación.
- El periodista debe tener conocimiento sobre los diferentes géneros periodísticos, con el fin de utilizarlos alternativamente en El Pulso.
- Si el periodista entrega varios artículos, El Pulso sólo dará crédito al que considere que ofrezca mayor y mejor información, pero reconocerá su trabajo profesional.

### **3. El estilo periodístico**

El lenguaje periodístico, sin ser demasiado simple, debe ser lo suficientemente claro, de manera que permita lograr comunicar sus contenidos a un número mayor de personas. Sin embargo, el tratamiento del lenguaje debe caracterizarse por ser directo, es decir, que conserve la estructura básica de la composición de textos en español: sujeto, verbo y predicado. Otras

características del lenguaje periodístico son: la coherencia, la fluidez , el interés, la precisión y la sencillez.

Las oraciones que se construyan deben ser cortas, pero no abreviadas. Es recomendable alterar oraciones breves de 12 a 15 palabras, con oraciones de 25 a 35 palabras. Por su parte, los párrafos también deben caracterizarse por su brevedad, con un máximo de 50 a 60 palabras, (unas 10 o 12 líneas). Hay que procurar que exista una uniformidad en su extensión. Estos parámetros no constituyen una camisa de fuerza, por el contrario, son indicaciones generales que orientan el trabajo periodístico.

Es recomendable que los periodistas utilicen conectores adecuados, para coordinar el flujo de las ideas, entre un párrafo y otro. De igual manera, debe tener en cuenta que el párrafo de entrada o *lead*, contiene la información fundamental sobre el tema que se desarrollará en la noticia o en el informe periodístico.

Una de las reglas que se tendrá en cuenta en EL PULSO, es que en ningún momento se iniciará una noticia o un informe con citas de una frase. Solo se utilizará en caso de ser necesario para el enfoque del informe. El lector tiene todo el derecho de conocer los aspectos esenciales de la noticia, trabajo que le corresponde al periodista.

El periodista deberá evitar: el uso de groserías o palabras malsonantes, el gerundio por las dificultades que se presentan en su manejo, si no existe claridad en las reglas que lo rigen es preferible evitar su uso; otra de las normas a tener en cuenta, para ser más exactos, es la de

evitar palabras como: *varios, un grupo, algunos, numerosos o muchos*. Estas palabras deben ser sustituidas por un dato concreto y, por último, no empezar párrafos con números.

Es recomendable no utilizar expresiones como manifestaron a El Pulso o según supo El Pulso. Esto será necesario para informaciones exclusivas o excepcionales. No es recomendable que se dé la impresión de que cuando habla el redactor está hablando el periódico.

El manejo de las atribuciones es de sumo cuidado, por eso el periodista debe hacer un uso adecuado de las comillas, abrirlas y cerrarlas en el lugar que le corresponde. Entre comillas debe ir lo absolutamente textual e imprescindible.

#### **4. Siglas y acrónimos**

En cuanto a las siglas y acrónimos, debe tenerse en cuenta que no son abreviaturas, sino nombres nuevos. La primera se refiere a un término compuesto por las iniciales de los nombres propios como ONU, DAS, OTAN, entre otras. Por su parte, los acrónimos son palabras que se logran combinando sílabas de un nombre colectivo, como Interpol, Satena o Incora.

Por ser consideradas palabras nuevas, las siglas y acrónimos se escriben todos sin puntos después de cada letra. Estas palabras no tienen plural. Las siglas van todas en mayúsculas, los acrónimos solo la primera letra.

Las siglas y acrónimos más utilizados en el sector de la salud son:

**ARS:** Administradora de Régimen Subsidiado.

**CNNSSS:** Consejo Nacional de Seguridad Social en Salud.

**EPS:** Entidad Promotora de Salud.

**ESE:** Empresa Social del Estado.

**Fosyga:** Fondo de solidaridad y garantía.

**IPS:** Institución Prestadora de Salud.

**POS-S:** Plan Obligatorio de Salud Subsidiado.

**SGSSS:** Sistema General de Seguridad Social en Salud.

**Sisben:** Sistema de Identificación de Beneficiarios de Subsidios.

**Supersalud:** Superintendencia Nacional de Salud.

**UPC-S:** Unidad de Pago por Capitación Subsidiada.

**DSSA:** Dirección Seccional de Salud de Antioquia.

## **5. El uso de números**

Sobre el manejo de los números se escriben en letras entre el cero y el nueve, además aquellos con los que se inicia una frase. Los múltiples de 10 hasta 100, se escriben indistintamente en números o letras. También se podrán escribir palabras miles, millones y billones, cuando reemplazan 3, 6 o 12 ceros, si ello favorece la lectura, como 237 millones, en lugar de 237'000.000.

Cuando se escriben cifras, se utiliza un punto para separar los millares 10.00, el apóstrofo para los millares 1'000.000 o el doble apóstrofo para los billones 1''000.000'000.000, la coma solamente para los decimales 10,55 y 1,6.

## **6. Signos tipográficos y ortografía**

Para una correcta presentación de los artículos que serán publicados en El PULSO, tenga en cuenta las siguientes indicaciones.

- **Comillas:** utilizar las dobles (“”) para las citas textuales y la simple (‘) cuando va cita dentro de la cita. Además, cuando se copia un texto con varios párrafos, se abre comillas al principio de cada uno y se cierra sólo al final del texto.
- **Bastardilla:** se utiliza la bastardilla en los siguientes casos: títulos de libros, obras de arte, obras de teatro, poemas, nombres de películas o programas de televisión; nombres de revistas, periódicos, estaciones radiales o de televisión

Es recomendable evitar el uso de extranjerismos, pero cuando se haga indispensable su utilización, debe ir ubicada entre comillas, no en bastardilla.

- **Negritas:** las negritas se usan así: en las preguntas de las entrevistas que se manejen a modo de *ping-pong*, en los créditos de los periodistas y colaboradores, en las firmas de la correspondencia que llegan a las cartas al director, en aquellas palabras que se quieran destacar por parte de los periodistas o colaboradores.
- **Puntos y comas:** son los signos de mas utilización, por eso al momento de emplearlas debemos tener el mayor de los cuidados. Aquí destacaremos casos diferentes a las del uso normal, del cual debe tener conocimiento el periodista. Va entre comas, una frase secundaria que se quiera destacar a manera de paréntesis, siempre y cuando tenga una hilación directa con la frase principal. De igual manera, si la frase secundaria tiene una hilación diferente a la idea principal, debe ir entre paréntesis o entre rayas. Ejemplo: “las comillas se usan ( en el Capítulo X hablamos de los puntos) para abarcar...”

Cuando la oración termina con cierre de paréntesis, raya o comillas, el punto se colocará inmediatamente al final de tales signos. Sobre el manejo de los puntos suspensivos, debe aclararse que son sólo tres (...) y se usan: al final de una frase para indicar que esta queda trunca donde aparecen los suspensivos; al comienzo de una frase para indicar que no se transcribe la primera parte, en este caso, la palabra inicial debe ir en minúscula a menos que exija el uso de la mayúscula por derecho propio. En la mitad de una frase, colocándolos entre paréntesis para indicar que se ha suprimido algún pasaje innecesario o no pertinente. También después de la letra inicial de una palabra indecente que no se deba transcribir. Es importante tener en cuenta que después de los puntos suspensivos no va punto, a no ser que haya un cierre de comillas, raya o paréntesis. Tampoco se pone punto después de cierre de interrogación y de signo de admiración.

- **Paréntesis y rayas:** se utilizan indistintamente para abarcar frases secundarias que no tengan hilación con la principal, porque cumplen el mismo propósito. Los paréntesis se pueden utilizar para encerrar una región geográfica, siglas y acrónimos cuando es la primera vez que se mencionen. También cabe en este grupo, los guiones, que se usan para unir dos palabras, como económico-social.
- **Signos de interrogación y admiración:** es de anotar que cuando se utilizan estos signos deben ser usados tanto el de apertura como el del cierre. Después de abrir con alguno de estos signos, no necesariamente se empieza con mayúscula la palabra siguiente, lo cual depende del contexto. Ej: “Juan preguntó: ¿Vendrás hoy?”. “Si te le pido, ¿vendrás hoy?”.

- **Mayúsculas y minúsculas:** estas son las indicaciones generales para el uso de estos elementos. Siempre irá con mayúsculas la letra inicial de las siguientes palabras:
  - a) Nombres propios de personas.
  - b) Instituciones como Estado, República, Gobierno, Ejército, Fuerzas Armadas, Iglesia, cuando son sujeto de la oración.
  - c) Organismos públicos como Defensoría del Pueblo, Ministerio de Salud, Senado, Cámara
  - d) Partidos políticos cuando son sujeto de la oración.
  - e) Nombres de ciudades, municipios, veredas, departamentos, ríos, mares, países, volcanes y otros accidentes geográficos.
  - f) Nombres de hospitales, teatros, iglesias, si forman parte integral del nombre de la entidad.
  - g) Premios y condecoraciones como Premio Nobel, entre otros.
  - h) Título del primer mandatario del país: Presidente, Emir, otro. Se omite la mayúscula cuando el título antecede el nombre propio del titular.
  - i) Título de un dignatario cuando se utiliza en lugar de un nombre propio.
  - j) Nombres de acontecimientos deportivos. Ej: Juegos de la Salud.
  - k) Títulos de obras de arte o literatura, sólo irá en altas la primera letra: (*Del amor y otros demonios*).
  - l) Todos los apodos.
  - m) Nombres científicos de animales, especies y plantas.

Los siguientes casos irán con minúscula.

- a) Títulos y dignidades cuando van seguido del nombre completo de la persona que lo tiene: el director del Hospital Universitario San Vicente de Paúl, doctor Julio Ernesto Toro Restrepo.
- b) Nombres de los cargos personales genéricos como director, rector, ministro, gobernador, alcalde, juez.
- c) Nombres de estaciones del año, meses, días de la semana, puntos cardinales, razas, sectas y notas musicales.
- d) Los gentilicios.

## **7. Titular**

Esta es una de las partes más importantes de la información. Los titulares se destacan porque: son inequívocos, concretos, no son sensacionalistas y de fácil comprensión. Es una especie de gancho que debe motivar a los lectores a continuar la lectura de la información o contener la información esencial para las personas que no tengan interés en leer el texto.

Una de las limitaciones que tienen los titulares es de índole técnico, (no debe sobrepasar ocho palabras), hecho que obliga a utilizar frases comprimidas.

Los elementos que conforman un titular son: antetítulo, título y entradilla. Son tres elementos que deben contener información diferente una de la otra, de manera que puedan aportar a una primera información lo más completa posible del texto trabajado.

Las características de un antetítulo son: sirve de complemento del título. Agrega elementos circunstanciales, explicativos o de análisis. Debe ser una frase que aporte algo

diferente del título, pero manteniendo la independencia de este. Técnicamente es una línea que antecede el título y su tipología tiene un puntaje menor que este.

Los antetítulos no deben ser referenciales o enunciativos. De igual manera, deberán tener con un el título una relación gramatical indisoluble que los haga aparecer como una sola frase o una sola idea.

Por su parte, las características del título son: oración que condensa la información de manera veraz, coherente, atractiva y lo más compleja posible. La lectura del título debe dar una idea completa del contenido del texto.

Gramaticalmente, el título debe tener un verbo activo, que puede quedar tácito, y deberá en lo posible, conservar los artículos.

Los títulos deben expresar concretamente los hechos y no debe abarcar dos o más noticias cuando carezcan de un elemento común que permita presentarlas conjuntamente.

La entradilla consta de varias frases que complementan lo dicho en el antetítulo y en el título. Por diseño, la entradilla está ubicada en un lugar próximo al título. Debe contener los datos más importantes que se merezcan destacar, alimentados de diversas partes del texto. Como regla fundamental: no repetir la información del antetítulo, título, pie de foto, ni el párrafo de entrada. El estilo de redacción deberá ser fluido y formar una unidad bien estructurada con el antetítulo y el título.

## **8. Fotografías y pie de fotos**

El principal factor para publicar una foto es que aporte información. En la selección de fotos debe existir el cuidado de escoger la apropiada, teniendo en cuenta que el periódico pasa

por las manos de muchas personas. Las fotos o ilustraciones que se publiquen y que sean reproducción de otros textos o enciclopedias, deben tener el cuidado de darles el crédito respectivo.

Cuando se utilicen fotos de archivo debe existir el cuidado de seleccionar la que más se aproxime al contenido del texto y dar como crédito que es un foto de archivo. En aquellos temas delicados o sensibles, debe evitarse las fotos que muestren la cara de la persona, menos si está comprometida en algún asunto como que se declare enfermo de una enfermedad como el SIDA, entre otras.

Por su parte, el pie de foto es el texto que acompaña una fotografía y excepcionalmente otras informaciones gráficas. Deben ser informativos, pero independientes del texto que lo acompañan. También deben ser breves y completos. Los textos deben aportar aquellos elementos que pueden pasar inadvertidos al lector. Los pie de fotos ampliarán la información visual y agregará detalles que no figuren en el titular de la noticia.

Los pie de foto no deben redactarse como un título. Solamente en las entrevistas y en las páginas especiales en donde el texto ocupa toda la página, se pueden utilizar los pie de foto con frases extractadas del texto acompañante.

### **Bibliografía:**

Manual de Redacción. El Tiempo. 3ª. Ed. 1995. Santafé de Bogotá.