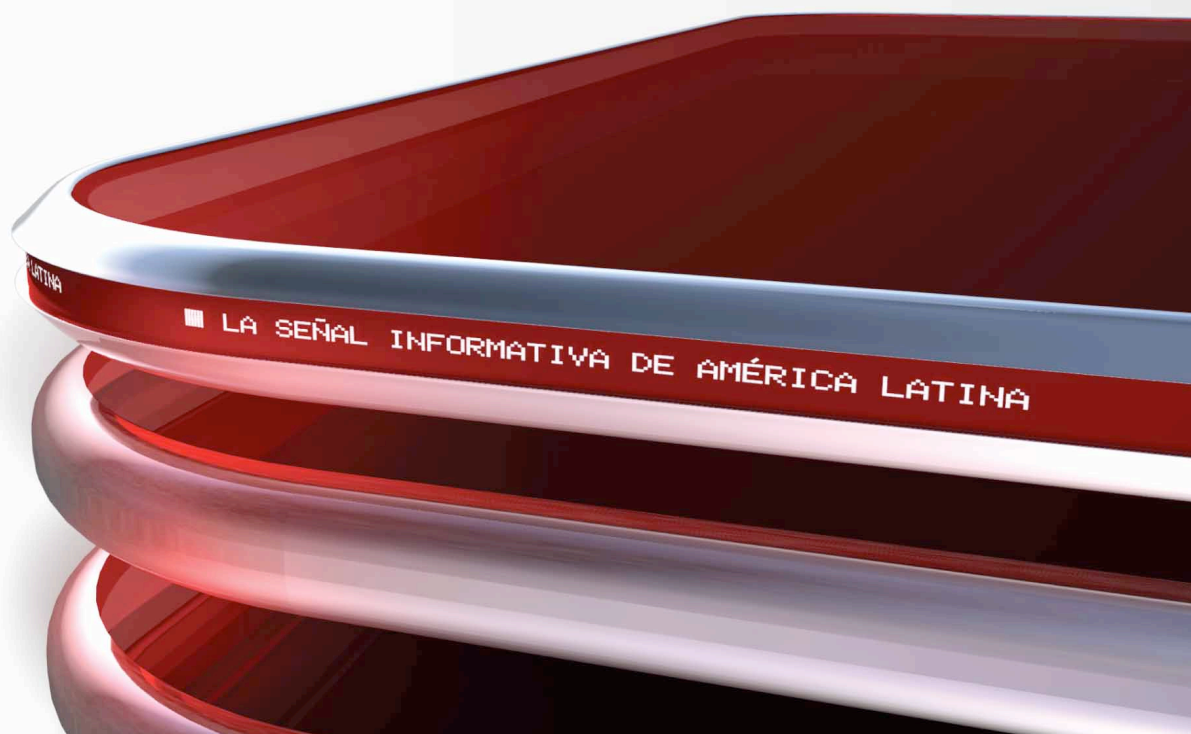


MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR.
NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB



“Participar activamente en el proceso de comunicación conlleva la necesidad de desarrollar un verdadero proceso de alfabetización en el lenguaje audiovisual”.

(Federico Fernández Díez y José Martínez Abadía)

Introducción. “Nuestro escribir para la web”

El lenguaje audiovisual y sus técnicas, al igual que cualquier otra forma de discurso mediático, exige un aprendizaje y una competencia constantes a aquellos que lo han hecho la base fundamental de su desenvolvimiento profesional. En respuesta a este hecho, el presente manual se hizo con el fin de ofrecer una guía básica para los reporteros, corresponsales, colaboradores y el personal de producción de noticias para el sitio web de teleSUR. Recoge las habilidades claves en el oficio, los buenos hábitos en la escritura, los principios y las normas de redacción de las noticias que aparecen en el sitio web del canal, así como la forma de contar las noticias en los medios interactivos, más conocidos como redes sociales.

Este manual busca orientar el trabajo del informador hacia el mayor rigor periodístico de manera que pueda ofrecer a la audiencia todos los elementos facilitadores del análisis y la comprensión de la información. En teleSUR buscamos crecer como referente informativo de los pueblos de América Latina y, para ello, debemos garantizar una información rigurosa, de interés público y con calidad. Por ser teleSUR un medio público, se le debe poner especial atención a que nuestros colaboradores garanticen, mediante su trabajo, el óptimo uso del idioma. Con ese propósito, aquí se ofrecen algunos lineamientos de corrección y estilo que ayudarán al reportero a no caer en términos trillados, ni en un mal empleo del lenguaje.

En teleSUR también le apostamos a darle un abordaje diferente a los temas noticiosos, especialmente a aquellos considerados sensibles y que impliquen la presencia de menores, violencia de género, accidentes, catástrofes, sucesos y fallecimientos de personalidades de alto rango, entre otros.

Este manual pretende, asimismo, contribuir a garantizar la visibilidad de la web de teleSUR www.telesurtv.net en los buscadores y, al mismo tiempo, cumplir de manera óptima con los objetivos de la página. El manual establece pautas, recomendaciones y reglas claras para que todos los contenidos sean encontrados rápidamente, leídos adecuadamente y reproducidos por terceros con el fin de realizar una labor informativa de alto impacto.

Aquí se habla de lo que actualmente representa el nuevo lenguaje de la comunicación de masas, es decir, el lenguaje multimedia, que no es más que la combinación de textos, videos, audios, fotos y aplicaciones para establecer una interacción con los usuarios a través de las redes sociales. Especial espacio se le dedica a la manera en la que hay que escribir mensajes para las diversas pantallas a las que va destinada nuestra información: desde un televisor hasta un ordenador, un teléfono móvil, una tablet o iPad, etcétera, y cómo esas noticias se pueden combinar con videos, audios, mapas, fotos, infografías, enlaces, etcétera.

Este manual abarca también el uso de las **redes sociales** en Internet a través de las cuales se abre la posibilidad de interactuar con otro público al que teleSUR está interesado en llegar. ¿Por qué? Por

tratarse de multimedios informativos, las audiencias en las redes sociales nos ayudan a generar un mejor producto en la pantalla y en la web. Las redes sociales son capitales importantes en la Señal de América Latina para la región y el mundo. Ya pasó el momento en que las redes eran sólo entretenimiento. Ahora, se están usando de manera profesional y los profesionales de teleSUR debemos darles ese valor. La comunidad de redes aprecia los contenidos de valor.

Una red social se va creando al compartir los mismos intereses y puntos de vista. Pero también cuando se tiene la posibilidad abierta al análisis y la reflexión en torno a los acontecimientos mundiales. Este es el objetivo principal de la participación de teleSUR en redes sociales y cada uno de nosotros puede aportar su profesionalismo y entusiasmo para hacer crecer el número de seguidores del canal a través del ecosistema digital en el que tome parte.

Es precisamente en la búsqueda de ese público que teleSUR decide dedicar el 80 por ciento de su contenido, en las redes, al acontecer noticioso y a informar: ¿Qué ocurre justo en el momento de la transmisión al aire? ¿Qué reportan nuestros corresponsales y desde dónde? ¿Qué noticias le dan la vuelta al mundo? ¿Qué dicen los analistas, los políticos, las organizaciones y las personas que entrevistamos en la calle acerca de esas noticias? ¿Qué seriado de notas hay que programar semanalmente? ¿Qué tuits se comentan en programas como Conexión Digital? En resumen, podemos decir que teleSUR establece prioridades respecto a la información que publica y que ésta guarda correspondencia con los temas de interés de sus espectadores.

El otro 20 por ciento del contenido que distribuye teleSUR a través de las redes se usa para promover el canal, con énfasis en: ¿Qué es teleSUR? ¿A dónde llega su señal? ¿Cuál es su programación? ¿Quiénes son sus anclas? ¿Dónde están hoy sus reporteros y qué eventos cubren? ¿Cuáles son las coberturas del día? ¿Qué temas abordan los programas del día? ¿Qué programa se transmite vía twittcam? ¿Qué artículo se recomienda leer en la web? ¿Qué imágenes enviaron los usuarios a la sección “Soy reportero” y cuál fue la más vista y/o la más comentada? ¿Qué hashtag pretende posicionar el canal cada día? ¿Cuál es la encuesta de la jornada en curso? ¿Cuáles son las aplicaciones móviles de teleSUR y cómo encontrarlas? ¿Cuáles son las aplicaciones (app’s) de teleSUR para Smartphone, iPads o tablets?

A partir de la interacción en las redes, teleSUR toma en cuenta lo que ya se ha vuelto un aforismo en estas plataformas de información: escuchar a la audiencia. teleSUR cuenta con expertos que atienden los comentarios publicados en redes sociales. Y lo hacen conscientes de que no se trata sólo de lucir los aspectos positivos del canal, ni de dar las noticias oportunamente, sino de escuchar y conversar. De ahí que lo que teleSUR publique siempre debe ser comprobable y posible de sostener.

En teleSUR se concibe la información como un servicio. Por eso, la práctica del periodismo a través de las nuevas plataformas, como Twitter, Facebook, Foursquare y muchas otras, recibe un amplio espacio en este manual.

También se incluye un Manual de Valores Periodísticos, el cual sirve como guía editorial para todas las dependencias del canal y que debe usarse como referencia principal para las definiciones periodísticas esenciales, sujetas a la misión de teleSUR, de ser un medio que promueve activamente la integración de los pueblos latinoamericanos.

1. Breve bosquejo sobre la evolución de la Internet

No hace falta ir muy atrás en el tiempo para percatarse de que, lo que hoy concebimos como Internet, se refiere al invento tecnológico de más rápida evolución y transformación de nuestra era. Desde sus inicios, Internet alude a un proceso de cambios que promete prolongarse indefinidamente en tanto que ofrezca nuevas aportaciones para facilitar la comunicación, la interacción social y el acceso a la información por parte del usuario. Un usuario que ya no es exclusivamente del ámbito militar, gubernamental o empresarial. Hoy, la Internet ha calado en lo más profundo de la cotidianidad del ciudadano común y corriente.

Mucho se ha recorrido desde sus inicios hasta el día de hoy. En 1996, existía la web 1.0. Entonces, había pocos usuarios y su interacción con la Internet era, en realidad, bastante pasiva. Los medios de comunicación conservaban su papel hegemónico en la generación de contenidos y los internautas sólo tenían acceso a su lectura. La Web 1.0 era una especie de librería en la que se encontraba la información, pero no era posible opinar al respecto, ni hacer contribuciones que la enriquecieran.

En ese momento, sólo 45 millones de personas entraban a Internet, había 250 mil sitios web y la mayoría de ellos pertenecían a empresas.

Los avances vertiginosos en este terreno dieron como resultado que, diez años después, emergiera una nueva versión: la Web 2.0, la cual trajo como consecuencia:

- Más de 1,000 millones de usuarios en Internet
- 80 millones de sitios web
- Una activa participación e interacción por parte de los usuarios, ya que más del 85 por ciento de los contenidos publicados en Internet son creados por ellos.

En pocas palabras, el lema de la Web 2.0 es compartir. El usuario se convirtió en un agente activo y ya no es sólo lector. Esto abrió un abanico de posibilidades para fomentar el intercambio de información y la colaboración entre usuarios. Los mismos visitantes pueden añadir comentarios o información a las páginas web. Éstas se usan para enlazar a los usuarios y cuentan con métodos rápidos y eficientes para compartir contenidos en forma de textos, videos y fotografías, entre otros. Además, abren al internauta nuevas maneras de obtener información, ya sea desde el ordenador, a través de suscripciones a sitios Web (periódicos o blogs online, por ejemplo), o por medio de dispositivos como teléfonos móviles, iPads y tablets, por mencionar algunos de ellos. Adicionalmente, le permiten al usuario mantener una participación activa en las redes sociales. Gracias a la Web 2.0, es posible recibir información continuamente y, al mismo tiempo, contribuir a la conversación sobre algún tema de discusión en particular y hacer la experiencia más enriquecedora.

El siguiente paso en la evolución de la red es la Web 3.0., también conocida como la web semántica. ¿De qué se trata en este caso? La idea se refiere a una web capaz de interpretar e interconectar un número mayor de datos, lo que permitiría un avance importante en el campo del conocimiento. El

término apareció por primera vez en el año 2006, en un artículo escrito por Jeffrey Zeldman, crítico de la Web 2.0 y asociado a tecnologías como AJAX.

La Web 3.0 es un neologismo que se utiliza para describir la evolución del uso y la interacción en la red a través de diferentes caminos. Ello incluye la transformación de la red en una base de datos, que persigue que los contenidos sean accesibles al público a través de múltiples aplicaciones non-browser. 3.0 es también el impulso para la proliferación de las tecnologías de inteligencia artificial, es la web semántica, la Web Geoespacial, es la Web 3D.

Hoy en día, todavía existe un debate considerable en torno a lo que significa la Web 3.0, y sobre cuál es la definición acertada. Algunos auguran una gran revolución tecnológica, la cual ocurrirá en el momento en que se logre generar una combinación efectiva entre la inclusión de contenido semántico en las páginas web y el uso de inteligencia artificial.

En términos prácticos, este pronóstico promovido por expertos en la materia apunta a que un navegador Web 3.0 podrá actuar como un asistente personal, ya que será posible programarlo para que aprenda acerca de las cosas que le gustan al usuario al mismo tiempo que éste realiza búsquedas de información en Internet. Cuanto más un internauta utilice el ciberespacio, más registros archivará el navegador acerca de él y sus preferencias y los procesos de búsqueda de información requerirán menos especificaciones para encontrar los resultados anhelados. De tal suerte, el aumento de la interactividad y de la movilidad son dos factores que muchos especialistas señalan como decisivos en esta nueva etapa de evolución tecnológica y mediática.

2. La información en teleSUR. Nuestro A, B, C, D

Toda noticia procesada por el sitio web de teleSUR debe apuntar hacia el abordaje de información relacionada con la educación y promoción de los valores de los pueblos y países del Sur. En este sentido, el canal ha establecido ciertas pautas que es importante hacerlas del conocimiento de cada uno de sus colaboradores:

- teleSUR configura, con autonomía, su propia agenda informativa de cada día
- Trabaja con independencia del camino marcado por otros medios de comunicación, incluidas las agencias. Una meta estratégica de teleSUR es ser fuente informativa. Esto significa ofrecer información relevante y novedosa, capaz de influir en las agendas informativas de otros medios de difusión
- teleSUR articula la agenda periodística acorde con las realidades, problemas y búsquedas de los pueblos y naciones de América Latina
- Evita la complicidad con las fuentes y mantiene prudente distancia con el periodismo de convocatoria
- teleSUR da prioridad a su compromiso de garantizar el derecho de los ciudadanos a la información, sin ocultarla o tergiversarla. Además, actúa independiente de cualquier conflicto de intereses que afecte este derecho
- La vocación de teleSUR es claramente social, al servicio de la comunidad, de sus valores y derechos

Para cumplir estos objetivos, el redactor de la web debe apegarse a los siguientes principios:

A. Veracidad: El principio de veracidad es irrenunciable y bajo ningún concepto se puede

transigir en su defensa. En teleSUR tiene cabida la información, la opinión, la interpretación, el enfoque, el debate, pero nunca la mentira o la desinformación.

B. Rigurosidad: teleSUR difunde los acontecimientos con la mayor rigurosidad, sin someterse a las presiones del poder político, económico o de cualquier otra índole, que pretenda orientar la línea editorial del canal.

El tratamiento de la información noticiosa se fundamenta en la fiabilidad y contrastación de las fuentes, la investigación y la contextualización. teleSUR debe rechazar los rumores y el anonimato, verificar el origen de los datos que presenta y ofrecer todos los elementos de juicio posibles para evitar darle un tono sensacionalista a la información.

C. Intencionalidad: teleSUR mantiene como lema: “**Nuestro norte es el Sur**”. teleSUR asume de forma abierta y transparente su gran compromiso con la unión e integración de América Latina. Se identifica con las luchas, esperanzas y búsquedas de los pueblos de América Latina y el Caribe y, en general, con las luchas de los pueblos y naciones en pro de su liberación de toda forma de dominio u opresión. En ningún caso ello supone que teleSUR abandone el ejercicio periodístico y la misión de informar veraz y oportunamente.

D. Inmediatez: teleSUR difunde los acontecimientos lo más rápido posible a partir del momento en que ocurren. Mientras la noticia esté en proceso de desarrollo, el canal la actualiza constantemente en provecho de sus usuarios.

3. Fundamentos del discurso en Internet.

En teleSUR, el proceso de generación de la información se nutre de los contenidos audiovisuales procedentes de sus corresponsalías en el mundo, así como de los elaborados por sus redactores en la sede central. Es prioritario para el canal narrar, lo antes posible, un hecho considerado noticioso, el cual debe ser enriquecido con nuevas aportaciones noticiosas conforme se desarrollen y se den a conocer los sucesos más recientes. Aunque la inmediatez juega un papel primordial en el desempeño profesional del teleSUR, no se debe pasar por alto el acto de corroborar la veracidad de aquello que se va a contar.

Por otra parte, también es imperativo conocer las particularidades del lenguaje multimedia. La combinación de texto, videos, audios, fotos, aplicaciones e interacción con los usuarios marca hoy la forma de contar las noticias en los medios interactivos. Por eso, para redactar textos a publicarse en Internet, es importante tomar en cuenta los siguientes principios:

- Elegir, en cada momento, los elementos más adecuados para construir el discurso acerca del acontecer: Definir si se hará uso del texto, imagen, sonido, gráficas, mapas o una combinación de todos estos recursos para narrar la noticia.
- Cada noticia se debe escribir como una unidad independiente. El lector debe poder comprender los hechos sin necesidad de recurrir a ningún otro texto.
- No se debe dar por sobre entendido ningún elemento noticioso, aunque haya aparecido en otras informaciones recientes o aparezca en otra noticia ubicada en la misma página. Siempre se debe ubicar a la noticia en su respectivo contexto.
- En la redacción de las noticias para la página web, el informador debe recurrir al uso de datos como antecedentes, historia, estadísticas, tendencias, entre otros recursos, para que la información sea clara y precisa.
- Las noticias deben ser directas e inmediatas.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- Tomar en cuenta que la información va dirigida a un público internacional, por lo que su alcance es global. El discurso debe ofrecer suficiente información de contexto que pueda ser entendida por la audiencia situada en los diferentes lugares geográficos y desde cualquiera de los 24 husos horario.
- Gran parte del trabajo de redacción para la web debe cumplir con el objetivo de que el lector encuentre lo que necesita con facilidad.
- Es muy importante mantener un ritmo armónico y una estructura de narración atractiva como parte del discurso en la web.
- Tomar en cuenta que los usuarios que acceden a sitios de Internet tienden a mirar primero el contenido del artículo y, luego, las fotos y gráficos.
- Evitar el uso de oraciones subordinadas. Los párrafos deben ser cortos.
- En internet el mensaje informativo se debe ofrecer en pequeñas piezas. Los artículos web deben ser cortos y precisos. Deben tener la mitad del tamaño de aquellos a publicarse en las ediciones impresas. En el caso de los artículos de opinión, es recomendable dividirlos en bloques de texto de no más de 500 palabras y ubicarlos en páginas diferentes del mismo sitio, mediante un enlace.
- Los títulos y subtítulos deben ser claros y concisos.
- Se debe evitar el uso de adjetivos calificativos, a menos que sean citas textuales.
- Siempre que se pueda, es recomendable utilizar los verbos en voz activa y en tiempo presente. Es una manera de acercar la acción al lector.
- Mencionar la fecha en la que ocurren los hechos. Se utiliza el “hoy” para dar la noticia del momento. En caso de que la información haga referencia a un suceso del día anterior, siempre que se trate de la misma semana, es preferible mencionar el día exacto en el que ocurrieron los hechos aludidos.
- A la hora de dar a conocer el número de protagonistas relacionados con algún suceso narrado, se debe expresar la cifra exacta. Hay que evitar el uso de expresiones como: “algunos”, “varios”, “numerosos”, “un grupo”, etcétera.
- No se debe recurrir al uso de la conjugación de ningún verbo en primera persona ni del singular, ni del plural.

3.1 Características del lenguaje informativo en los medios interactivos.

La redacción del discurso para la web cuenta con los siguientes recursos, cuyo empleo debe ser de competencia tanto de los redactores y corresponsales, como de los colaboradores de teleSUR.

- **Interactividad:** Los recursos interactivos permiten la implicación activa del usuario y abren nuevas posibilidades de lectura. Es un nuevo modelo de relación, mismo que favorece el diálogo con los lectores y permite conocerlos mejor
- **Multimedia:** Las informaciones desplegadas en la web deben incluir el empleo de textos, audios, imágenes, videos, gráficos, mapas y animaciones, ya que enriquecen el acercamiento entre el canal (y la realidad que proyecta) y el usuario. Dado que el lenguaje multimedia invita al público a involucrar todos sus sentidos en la lectura de los discursos transmitidos, las noticias publicadas por teleSUR deben tender progresivamente hacia una mayor integración multimedia.
- **Hipertexto:** Es la nueva frontera tecnológica de la escritura y supone la competencia, por parte

de los colaboradores de teleSUR, de una nueva gramática. Permite organizar la información en unidades de sentido, o nodos, que se relacionan entre sí a través de enlaces o links. Cada nodo puede contener información textual, sonora o visual o una combinación de todos estos elementos.

3.2 Las cinco “Cs” del sitio Web de teleSUR

A fin de que nuestros colaboradores consigan enfocar su atención en los aspectos fundamentales a la hora de redactar una noticia, a continuación se indican las cinco “Cs” estipuladas como parte de los fundamentos de la correcta redacción de noticias y a los que la organización Sputham apela en su guía de estilo:

1. **CLARIDAD.** Escribir con claridad es fundamental: un texto bien escrito es aquel que resulta fácil de leer, fácil de escuchar, apela a la lógica, va a lo específico y no a lo general.
2. **CORRECTO.** Escribir sin faltas de ortografía, conjugar los verbos en los tiempos y personas correctos, evitar el uso de gerundios y demostrar el dominio de un amplio acervo léxico.
3. **COMPRENSIBLE.** Escribir en lenguaje sencillo y directo para que sea de fácil comprensión. Para ello, es importante que en el cuerpo de la nota se aclaren las respuestas a las preguntas de rigor: qué, quién, cuándo, dónde, por qué y para qué.
4. **CONCISO.** Prescindir de palabras o información innecesarias, escribir oraciones cortas.
5. **CONSIDERADA.** Hacer un uso apropiado del lenguaje de acuerdo al público objetivo. Lo mismo aplica en el caso de la definición del tono y el grado de formalidad o de informalidad. Asimismo, no se debe recurrir al uso de jergas o lenguaje coloquial, ni al empleo de palabras que no expresen el sentido preciso del discurso mediático en cuestión.

3.3 Los Contenidos de la web

El elemento de mayor importancia en cualquier sitio web lo constituyen **LOS CONTENIDOS**. Por eso, debemos crear y mantener un contenido de calidad en términos informativos. Debe ser original, actualizado, atractivo, veraz y bien documentado.

Los contenidos en la web pasan por los géneros periodísticos habituales -que también se han tenido que adaptar a las nuevas tecnologías-, pero también se han incorporado otros espacios con particularidades propias. En la web deben prevalecer las noticias obtenidas o elaboradas por el equipo de corresponsales, colaboradores y redactores del canal. Estos son las principales fuentes de información de este medio digital. No obstante, el canal también puede procesar y reseñar otros contenidos que, sin aparecer en las emisiones de los noticieros diarios, tienen trascendencia informativa.

La economía de palabras debe ser uno de los lineamientos fundamentales a seguir en el momento de redactar. Así se favorece el estilo directo de expresión y se evita la proyección de interpretaciones sobre lo acontecido que tiendan a desvirtuar el contenido de la página y la imagen del canal.

Se debe hacer un uso adecuado de los enlaces, los titulares, los sumarios, las negritas, las cursivas, etcétera. A esto le dedicaremos un espacio más detallado en un capítulo posterior. Ya se trate de una noticia esperada (que no esté en previsiones) o de un acontecimiento relevante que altere el ritmo del día, teleSUR se debe enfocar en la información relevante de última hora. Los informadores de **www.telesur.tv.net** deben ser especialmente cuidadosos con los datos que proporcionen en casos sensibles que involucren imágenes de niños en situación de vulnerabilidad, accidentes de gran

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

magnitud, catástrofes, fallecimientos de personajes destacados, atentados terroristas o cualquier otro acontecimiento de esta naturaleza. Asimismo, se deben ofrecer solamente datos contrastados y fiables y, en ningún caso, difundir acerca de sospechas o rumores, ni alentar el alarmismo.

La información debe actualizarse a medida que se genere una más fresca y esto debe hacerse constar para el conocimiento del lector.

El sitio www.telesur.tv debe poner a disposición de su audiencia todos los elementos con los que cuente para transmitirle la información de manera clara y facilitarle el análisis y comprensión de la misma. El informador de teleSUR no sólo debe ofrecer el “qué” de la noticia, sino también los “porqués” y elegir, en cada momento, la mejor forma para narrarla.

Las imágenes son, en sí, un contenido per se importante, pues promueven el posicionamiento y la accesibilidad al sitio. No obstante, se debe hacer un uso óptimo de imágenes a fin de no aumentar el peso de la página. Asimismo, siempre hay que acompañarlas de etiquetas y textos descriptivos.

4. Géneros periodísticos de mayor presencia en el sitio web de teleSUR. Espacios que garantizan nuestra exclusividad.

Se trata de aquellos géneros que se utilizan regularmente en la página web de teleSUR, pero que pueden dar paso a nuevos, en la medida en que crezcan las necesidades informativas de la audiencia.

4.1 La nota informativa

Es el relato de un acontecimiento concreto que responde a las 5 preguntas clave y que contiene, además, elementos de contexto para situar al lector. A este tema le dedicaremos un espacio significativo.

Las cinco preguntas clave son:

1. ¿Qué?: Es el hecho en sí, lo acontecido de inmediato o lo que está por acontecer
2. ¿Quién?: Es la persona a la que hay que identificar por su nombre, cargo, título, méritos o papel en la sociedad. Puede tratarse de una colectividad o grupo de personas a las que debemos identificar por su filiación o procedencia.
3. ¿Cuándo?: Es el momento en que sucede el evento o el hecho. Por lo general es “hoy” y si el hecho tiene mucha relevancia histórica deberá decirse la hora en que ocurrió. No olvidar nunca que la noticia de hoy es historia mañana
4. ¿Dónde?: Es el lugar, la comunidad, el país, la ciudad y, cuando así lo amerite, hasta la calle donde ocurren los hechos. A veces, incluso, es conveniente mencionar la distancia, en kilómetros, en la cual se encuentra alguna comunidad respecto a la capital del país donde se lleva a cabo la noticia. Cuando se trate de la capital de alguna nación, se debe expresar de acuerdo al siguiente ejemplo: “La marcha de protesta realizada por las madres de los jóvenes desaparecidos tiene lugar en Buenos Aires, Argentina”.
5. ¿Por qué?: Responde a la causa del hecho, pronunciamiento o acción del cual se narra.

Hay una sexta pregunta que también puede aportar mucha información.

6. ¿Cómo?: Es la circunstancia o circunstancias que envuelven o provocan un hecho, acción o

declaración.

En la elaboración de las noticias se debe utilizar el ángulo noticioso más destacado, el cual debe responder a una o varias de las preguntas anteriormente mencionadas.

Cuando hay que destacar **”¿quién?”**:

La organización nacionalista vasca ETA se atribuyó hoy el estallido de un poderoso artefacto que provocó al menos 10 heridos e importantes daños en un banco cercano al Ministerio de Justicia en Madrid.

Cuando hay que destacar **”¿qué?”**:

Un poderoso artefacto estalló hoy en un banco cercano al Ministerio de Justicia en Madrid y provocó al menos 10 heridos e importantes daños, en un atentado que reivindicó la organización nacionalista vasca ETA.

Cuando hay que destacar **”¿cuándo?”**:

Desde la medianoche del 1 octubre, los mexicanos vieron reducidos aún más sus ingresos al entrar en vigor un nuevo impuesto a los alimentos y medicinas propuesto por el Gobierno del Presidente Enrique Peña Nieto y aprobado por el Congreso.

Cuando hay que destacar **”¿dónde?”**:

Los alrededores del Congreso de México son escenario, hoy, de fuertes enfrentamientos entre policías armados y ciudadanos inconformes con los resultados que dieron como ganador a Enrique Peña Nieto, del Partido Revolucionario Institucional (PRI).

Cuando hay que destacar **”¿por qué?”**:

Para aumentar la recaudación fiscal, el Congreso de México aprobó, hoy, la reforma hacendaria propuesta por el Presidente Enrique Peña Nieto, la cual contempla nuevos impuestos a medicinas y alimentos.

Cuando hay que destacar **”¿cómo?”**:

Con gases lacrimógenos la policía dispersó, hoy, una manifestación popular contra la reforma hacendaria que dispone nuevos impuestos a medicinas y alimentos, en México.

4.1.1 Aspectos básicos en la elaboración del libreto de una historia para la televisión

La redacción de un libreto o una historia para la televisión exige al periodista prestar especial atención a los siguientes principios:

- No se debe escribir ni una línea sin saber antes de lo que trata la imagen que complementa la información.
- El libreto debe contener aquellos elementos que añadan y aporten información a lo que la imagen narra. Escribimos para las imágenes y no al revés. Algunos expertos aconsejan describir las imágenes con las que se cuenta, antes de iniciar a redactar un libreto. Éste debe ser corto y hacer alusiones muy generales. Hay que dejar que las imágenes hablen por sí solas y complementarlas con las palabras precisas.
- Se debe definir el enfoque de la historia con base en el compromiso periodístico del canal.
- En la mayoría de los casos, es suficiente redactar una oración completa con sujeto, verbo y predicado, para la voz en off.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- Ser buenos narradores de historias. Para ello, hay que escoger las palabras con precisión y, en la medida de lo posible, evitar el uso de los adjetivos y gerundios. Eliminar las redundancias y evitar caer en demasiadas cifras y números es otro de los lineamientos a seguir.
- Lo ideal es contar las historias a través de las vivencias reales de la gente. Un ejemplo de ello es la manera en la que un enviado especial de teleSUR a la Prefectura de Sendai, la zona más afectada por el tsunami de 9 grados, en el 2011; narra la situación de un hombre que busca en Kesenuma, entre los escombros de lo que había sido la casa de sus padres, el álbum de fotos de la familia. Un álbum familiar que su madre, la cual se encontraba en un refugio, rogaba se recuperara, aunque fuera lo único que se rescatara de entre sus pertenencias perdidas. A través de ese dilema personal, que parece trivial, el espectador es capaz de vivir la angustia del personaje de esta historia, independientemente de que este tipo de situaciones pudieran parecerle muy lejanas a su propia realidad. Además, a la par que sigue de cerca la experiencia personal de este hombre, el espectador también se puede percatar, simultáneamente, de lo que implica sobrevivir a una tragedia, así como conocer las revelaciones sobre una zona devastada por un fenómeno de la naturaleza.
- Usar verbos en tiempo presente la mayor de las veces posible. Los verbos activos le imprimen fuerza al sujeto de la acción.
- Redactar un lead atractivo que enganche al espectador y le confiera sentido a la historia. La claridad y la brevedad en esas 30 o 40 palabras son decisivas y pueden marcar la diferencia entre perder o ganar a un espectador.
- Re-escribir el libreto las veces que sean necesarias hasta tener un texto en el cual no se diga nada que los televidentes ya sepan o que las imágenes evidencien con elocuencia. Hay que narrar los hechos con suma claridad.
- Hacer uso de las pausas porque dan tiempo para la óptima interpretación del libreto por parte del público, además de que ayudan a dar énfasis a lo narrado.
- Escribir para el oído. Un maestro decía: "Prueba el tamaño de tus palabras en tu boca antes que en el papel".
- Definir la estructura de la nota. Un borrador o esquema de planeación para trabajar la historia consta de los siguientes elementos:

Inicio: es el gancho, tiene que ser visualmente fuerte y enlazar con la parte de la historia que se desarrollará posteriormente. Un buen sonido (testimonio) también tiene cabida aquí. Es lo que atrae la mirada del espectador hacia la televisión cuando su atención está dirigida a otra cosa.

Contexto: es el soporte contextual de la historia. Puede ser desde una referencia temporal, histórica o de lugar, hasta una exposición de asuntos. Sin el contexto no se entendería el desarrollo de la historia. Se dice que las historias viven o mueren precisamente a la hora de exponer el "contexto". Es conveniente hacerlo breve, pero reforzarlo con una buena imagen.

Desarrollo: es la exposición de los argumentos y puntos clave que sostienen la historia. Por lo general, se compone de dos: "voz en off" y sus testimonios (sonidos) respectivos.

Final: se refiere al cierre de la historia. Debe ser fuerte y contener el mensaje o la conclusión que el informador quiere transmitir a la audiencia acerca de la historia narrada.

4.1.2 Lo que no se debe olvidar a la hora de escribir una nota informativa

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

1. Nombres propios

Verificar que los nombres propios, los nombres de organismos y asociaciones, de secretarías de Estado, sindicatos, etcétera, correspondan efectivamente a la realidad.

2. Localización (dirección, ciudad, región, etcétera)

Proporcionar información adicional sobre los sitios en donde ocurren los hechos, como citar, por ejemplo, la distancia de una comunidad a la capital del estado o del país.

3. Fechas

Verificar que las fechas que se proporcionen sean correctas, no aproximadas.

4. Antecedentes (por ejemplo, hacer referencia a cargos antiguos de funcionarios entrevistados)

Para poder fijar un perfil escueto, se puede hacer referencia a los cargos anteriores de personajes. Por ejemplo, destacar si el represor de hoy, fue anteriormente el presidente de alguna comisión de derechos humanos.

5. Citas y atribución (abuso de las citas textuales)

Entrecomillar sólo una palabra no es citar. La cita sólo debe hacerse en el caso de frases u oraciones completas y únicamente para atribuirle a un declarante sus palabras precisas.

6. Descripción de acontecimientos

Es importante narrar de acuerdo al hilo conductor de un hecho para que el lector tenga mayor precisión acerca de lo acontecido.

7. Comparaciones

Evitar las comparaciones, porque la mayor parte de la veces resultan desmesuradas y, por tanto, chocantes.

8. Discrepancias en el texto (Por ejemplo, en el uso de cifras en título y cuerpo de la nota)

Con frecuencia puede haber discordancia entre lo que se asienta en una entrada y lo que forma parte del cuerpo de la nota.

9. Caracterización de intenciones

Evitar al máximo la caracterización de intenciones. Son parte de un terreno subjetivo y jabonoso.

10. Pronósticos

No emitir pronósticos, el reportero no es vidente.

11. Connotación de adjetivos

Como decía Mark Twain, si se encuentra un adjetivo hay que matarlo, es decir, la correcta descripción de los hechos es la mejor calificación de los mismos.

12. Juicios de valor

Evitar emitir juicios de valor. Aunque se refieren a los juicios de quien los escribe, son como chipotes en una nota.

13. Conclusiones, análisis, interpretación

La nota informativa no es un texto analítico, para eso están otros géneros periodísticos como la editorial, las columnas y los artículos de opinión.

14. Yuxtaposición

No se debe suponer una asociación o coordinación entre hechos que no quede clara en el transcurso del proceso de investigación y en la narración de la información.

15. Balance, énfasis.

Es importante guardar el balance en una nota. Es decir, ante toda opinión, se debe considerar también la contraria, aunque en la nota informativa, por su brevedad y concisión, a veces no es posible hacerlo.

16. Ambigüedad, confusión

La ambigüedad causa imprecisión y, por tanto, confusión.

17. Información técnica o especializada

Cuando la nota implique, por ejemplo, opiniones técnicas o científicas, se le debe pedir al declarante que “interprete” su información al lenguaje coloquial. No se debe tener pena de preguntar.

18. Generalizaciones exageradas

Toda generalización es una mentira. Hay que evitarlas al máximo.

19. Cantidad de información

Si se le solicita al reportero una cantidad de palabras o caracteres, éste debe ceñirse a la extensión delimitada. La extensión de caracteres por encima del espacio asignado, implica un trabajo extra de edición.

20. Uso de cifras, proporciones, porcentajes

Se debe poner especial atención en la presentación de cifras, pues con gran frecuencia se cometen errores al transcribir cantidades. Además, cabe recordar que, en español y en inglés, hay criterios diferentes de numeración, por ejemplo, para expresar “billones”.

4.2 La emisión de la opinión en teleSUR

Los artículos de opinión son redactados en su mayoría por colaboradores que son, a su vez, considerados expertos o estudiosos en diferentes temas o materias. La opinión de los articulistas no necesariamente representa o está identificada con la línea editorial del canal, por lo cual esto se hará del conocimiento público en los casos que así lo ameriten o al inicio de la sección de “Opinión”. Un hecho relevante, de actualidad y de interés para los ciudadanos se convierte en un artículo de opinión cuando se aborda la cuestión desde un punto de vista más amplio. Es fundamental que recoja las voces y/o posiciones ideológicas de todas las partes implicadas. En la página web de teleSUR, el espacio de opinión debe estar dividido por temas y estos, a su vez, por fechas de publicación. Los textos de la sección de “Opinión” podrán ser difundidos en las redes sociales de teleSUR.

4.2.1 Diferencia entre los conceptos de opinión e información

Tanto en la pantalla, como en el sitio de Internet, los conceptos de opinión e información deben estar claramente delimitados.

Es preciso evitar toda confusión entre ambos y, cuando se trate de conjeturas y rumores, es necesario especificar claramente su condición de tales. Todas las opiniones y valoraciones que se ofrezcan deben estar claramente identificadas y diferenciadas del relato de los hechos.

4.2.2 Espacios para la expresión de la opinión

Desde el sitio web de teleSUR, y a través de los diversos medios interactivos en los que participa, el canal debe reflejar la expresión plural y equilibrada acerca de las diversas opiniones en torno a los asuntos de interés social.

En estos espacios, los reporteros, anclas e informadores de teleSUR deben evitar cualquier tipo de posicionamiento parcial. Además, están obligados a mantener una actitud neutral que favorezca la práctica de un debate enriquecedor para el ciudadano.

La misma obligación es aplicable a los profesionales de teleSUR que busquen en las calles puntos de vista sobre determinados hechos o conduzcan o moderen espacios de participación ciudadana con inclusión de opiniones de ciudadanos en redes sociales. teleSUR puede citar los criterios de la audiencia publicados en redes, pero sin hacer comentarios que denoten posicionamiento.

La libertad de expresión no ampara, bajo ninguna circunstancia, el uso de expresiones insultantes, insinuaciones insidiosas, injuriosas o vejatorias.

4.3 Últimas noticias

Se refiere al relato expresado en formato de texto, y en tiempo real, acerca de un acontecimiento de relevancia. En este caso, el redactor narra qué ocurre al tiempo que deja constancia respecto al momento en el que se produce. Se utiliza de forma habitual en momentos de gran trascendencia o

relevancia informativa para satisfacer la demanda de información de los usuarios de forma clara, directa y concisa. Complementa la transmisión de video o audio en VIVO, pero en ningún caso, la sustituye. Este es uno de los espacios favoritos del lector de la web porque está marcado por mucho dinamismo y por textos cortos. Debe estar conformado, obligatoriamente, por cuatro párrafos, como máximo. A su vez, cada párrafo debe estar integrado por no más de cuatro líneas, a fin de ser concisos y explícitos.

Las notas informativas de “Últimas Noticias” deben mencionar, mínimo, una fuente de información, y deben ser de corta extensión porque se trata de una especie de adelanto informativo, avances o urgentes. Aunque la inmediatez aquí es muy importante, el informador debe tener presente que debe citar la fuente de cada uno de los datos que se mencionen.

El periodista debe contar no sólo qué ocurre, sino todos los detalles que el lector no puede ver en imágenes, ya sean fotografías o videos. Debe tratar de “trasladar” a la audiencia al lugar de la noticia y utilizar, para ello, los recursos que le permitan narrar los hechos de la forma más diligente y atractiva posible.

La sección de “Últimas Noticias” es también conocida como “Urgentes” porque refleja la noticia de último minuto, anuncia un acontecimiento importante que puede dar lugar a reacciones y podría ser la noticia predominante del día.

En “Últimas Noticias”, las informaciones más recientes se colocan encima de las más antiguas de forma tal que el lector que entre a este apartado vea, en primer lugar, la noticia más fresca. Asimismo, una vez que haga clic en alguna de las notas, al lado derecho de la misma, encontrará las demás notas relacionadas con la noticia que lee, incluyendo las piezas más amplias.

El titular cambia continuamente a medida que se incorporan datos nuevos que enriquezcan la noticia. La nota debe contar, además, con enlaces a las piezas más amplias que se elaboren sobre el hecho. Podrá complementarse con videos, audios y fotografías relevantes para la información.

Ejemplo:

-13:16 hrs. Afirma el mandatario estadounidense que mucho peor que el cierre parcial del Gobierno será que el Congreso no apruebe aumentar el techo de la deuda antes del 17 de octubre

- 13:13 hrs. Anuncia el Presidente Obama que unos 800 mil trabajadores federales se quedarán sin empleo mientras dure el cierre parcial del gobierno.

-13:10 hrs. Sus primeras palabras son para los republicanos. Los responsabiliza del cierre parcial del gobierno y empieza a enumerar las consecuencias de esa decisión para la economía del país y los empleados federales.

- 1:07 hrs. No lleva papeles. Está acompañado del Vicepresidente Joe Biden. Mira a los reporteros. Empieza su discurso de memoria.

- 13:05 hrs. El Presidente de Estados Unidos, Barack Obama, entra a la sala de prensa que está atiborrada de micrófonos, cámaras y reporteros.

-13:03 hrs. Las agencias de noticias ‘filtran’ algunos extractos y aseguran que, en su discurso, Obama le echará la culpa del cierre parcial del gobierno a la mayoría republicana en la Cámara de

Representantes.

-13:00 hrs. Los republicanos prefirieron cerrar de manera parcial el Gobierno antes que aprobar el Presupuesto de gastos para el año fiscal 2014. Se espera la reacción del Presidente Barack Obama. El silencio es sobrecogedor en la sala oval de la Casa Blanca.

4.3.1 Actualización de las noticias

Es importante tomar en cuenta la temporalidad de las noticias en la emisión de toda información. Las actualizaciones se deben hacer en tiempo real.

Cuando se presenten cifras de daños humanos o materiales, éstas deben actualizarse y corroborarse con fuentes locales, o medios de prestigio, que funjan como fuentes veraces que garanticen el fiel apego a los hechos.

Cuando se utilicen tiempos verbales conjugados en pretérito imperfecto, se debe indicar el momento en el que ocurrió la acción. Es responsabilidad del redactor mantener actualizados los tiempos verbales de las noticias en desarrollo. No se debe publicar, como hechos en evolución, ninguna información que refleje un hecho pasado.

Sin importar si se trata de producciones propias o cables de agencias de noticias, todos los temas que se incluyan deben contemplar estas indicaciones, con el fin de mantener correctamente actualizado el archivo de la página.

Se debe evitar hacer los siguientes tipos de referencia: “Sucedió hoy” o “Sucedió ayer” u “Ocurrirá mañana”. Se recomienda mencionar el día preciso del acontecimiento: “este martes”, “ocurrió este miércoles”, “este jueves ocurrirá”. Cuando no se trate de la semana en curso, se debe mencionar literalmente la fecha, como en los siguientes ejemplos: “El pasado 13 de octubre”, “El próximo 24 de noviembre”.

La portada del sitio web del canal debe actualizarse constantemente. La jerarquía plasmada en la pauta informativa del noticiero de teleSUR debe ser la guía de presentación de las noticias también en la portada del sitio web del canal. Cabe mencionar, sin embargo, que queda a criterio del editor modificarla en función de la inmediatez y la intencionalidad que marque la línea editorial de teleSUR, así como de acuerdo con el flujo informativo de lo que sucede en Latinoamérica y el mundo.

4.4 La entrevista

Este género periodístico permite sacar a relucir el desempeño de una personalidad relevante de la política, la ciencia, cultura, economía o el deporte, entre otras temáticas de interés para nuestro público. En la entrevista un personaje relevante responde a cuestiones planteadas por el periodista con el objetivo de brindar información o dar a conocer su opinión acerca de un hecho concreto sobre el que el entrevistado esté especializado. Las preguntas deben ser relevantes, no contener la respuesta, ser claras y concretas (para evitar respuestas vagas que no aporten valor) y deben obviar, en todo momento, la posición del entrevistador. El periodista que realice la entrevista debe mantenerse en un segundo plano y ser riguroso a la hora de plasmar preguntas y respuestas.

La extensión de la entrevista no debe superar las 80 líneas, cuando se trate de un texto para la web. Si

la entrevista se realiza a dos cámaras, la duración no puede superar los 25 minutos, salvo en raras excepciones que son determinadas por el tipo de personaje a entrevistar. Si la entrevista tiene una duración de una hora o más, debe aparecer en la web dividida en partes a fin de que pueda ser vista con facilidad.

4.4.1 La investigación previa a la entrevista

Escribir correctamente y con estilo, tener buenas imágenes y ser un buen entrevistador no son recursos suficientes para sacar el mayor provecho a una entrevista. Previo al encuentro con el entrevistado, es fundamental llevar a cabo una investigación que aporte los tópicos principales sobre los cuales tratará la entrevista, además de que también debe ofrecer antecedentes, críticas y análisis referentes a la trayectoria del personaje y su impacto en la sociedad. Todo esto debe quedar plasmado en la historia a narrar.

Es posible construir una buena historia cuando está respaldada por una buena investigación previa. Sin embargo, el proceso de investigación continúa aún durante la entrevista misma, pues es cuando el periodista debe hacer uso de sus habilidades para obtener del entrevistador la mayor cantidad de información posible, la cual debe revelar elementos nuevos, de coyuntura actual y, de ser posible, exclusivos para el canal.

Una guía básica para programar la entrevista y construir un bosquejo de la historia incluye las siguientes preguntas:

- ¿El personaje a entrevistar, o el tema del cual va a hablar, es realmente relevante?
- ¿Es posible conseguir que la entrevista sea exclusiva o, en todo caso, original?
- ¿El personaje o tema a tratar tienen repercusión en la vida cotidiana de la gente? ¿La afecta de alguna manera?
- ¿Es del interés público?
- ¿Es posible que la gente hable posteriormente acerca de esta historia?
- ¿Responde a la línea editorial de teleSUR?
- ¿Hay recursos y tiempo suficientes para llevarla a cabo?

Una vez resueltas esas preguntas, se debe dar inicio al proceso de investigación para lo cual es muy importante partir de las siguientes bases:

- a. No se debe asumir, ni suponer nada de antemano
- b. Siempre hay que confirmar las fuentes
- c. Es imperante realizar una revisión exhaustiva de todos los datos recopilados
- d. Ante todo, hay que tener claramente definidos los aspectos que servirán de coordenadas para llevar a cabo la investigación.

Desde el punto de vista del desempeño del periodista, y su interrelación con el entrevistado y demás fuentes de información empleadas para construir la historia, es muy importante que éste tenga en cuenta los siguientes lineamientos básicos:

- Identificarse (mencionar nombre y el medio al que representa)
- Explicar por qué tiene interés en establecer contacto con la fuente
- Especificar los puntos sobre los cuales necesita información para tener un buen conocimiento

sobre el tema.

- Hacer preguntas directas (quién, qué, cuándo, por qué, dónde y cómo)
- Practicar la educación formal, pues es la mejor carta de presentación y ayuda a romper muchas barreras.
- Mostrar interés y curiosidad.
- Evitar ser agresivo, pues el interés primordial de establecer contacto con la fuente es la obtención de información, no la discusión.
- A la hora de entrevistar o en el proceso de consulta a fuentes secundarias, hay que hacer referencia a declaraciones o a datos publicados previamente sobre el tema o personaje en cuestión. Por ejemplo, “Ayer el Sr. “X” declaró... ¿Cómo responde a eso?”
- Tomar notas y archivarlas debidamente. Es importante indicar el nombre del entrevistado, el tema, la fecha y mencionar las declaraciones en forma de citas.
- Hacer un directorio de fuentes de información a lo largo de la trayectoria periodística. Para ello, es fundamental archivar no sólo los nombres, direcciones, números telefónicos y correos electrónicos; también es de gran provecho guardar las declaraciones de los entrevistados en el mismo archivo que sus datos de contacto y siguiendo un orden temático.
- Revisar la ortografía y que los nombres y cargos del entrevistado, así como de las entidades a las que hace alusión estén correctamente escritos. Un nombre mal escrito en un súper, titular o sumario e incluso en el cuerpo de la historia, es una vía rápida para restarle credibilidad a la pieza y al entrevistador.
- Consejo clave: Cultivar la relación posterior con los contactos

4.5 El reportaje

Se recurre a este género cuando se trata de ofrecer información amplia sobre un tema de actualidad que haya sido noticia. Aquí se deben aportar datos frescos y relevantes, analizar causas, ofrecer descripciones, entrevistar a más personas involucradas con el suceso. Se trata, por tanto, de un texto o de un video (de hasta 25 minutos de duración) que, generalmente, adopta una forma de narración descriptiva.

Ser exhaustivo es el rasgo principal del reportaje. Junto a esta característica, cabe destacar el tono y estilo personal que debe adoptar el autor, el cual debe reflejar su profundo involucramiento y conocimiento acerca del tema abordado.

4.6 La encuesta

Las encuestas permiten medir de forma cuantitativa, además de cualitativa, el interés de los usuarios acerca de temas determinados. Cada semana, teleSUR da a conocer el tema de su encuesta principal, pero si la coyuntura noticiosa lo exige, en la página web aparecerá más de una encuesta y sus resultados serán difundidos en la web y en la pantalla, sobre todo en el Programa **Conexión Digital**.

Por regla general, las encuestas abordan temas políticos, sociales, económicos, debates de actualidad, propuestas ciudadanas, etcétera. Las encuestas sólo reflejan la opinión de aquellos internautas que han decidido participar en la misma y no pueden ser consideradas como sondeos científicos. Es precisamente en este sentido en el que se deben concebir los resultados de una encuesta publicada en teleSUR: un mero reflejo del vox pópuli respecto a un tema determinado. Los pormenores acerca de la encuesta como medio para interactuar con la audiencia se abordan más ampliamente en el apartado dedicado a las redes sociales. Sin embargo, hasta aquí cabe destacar que, en ocasiones, los contenidos de las encuestas pueden estar ligados a la cobertura de la semana más importante en teleSUR.

Cabe señalar que la página web del canal ofrece la opción de CONSULTAR encuestas anteriores y sus

resultados.

4.7 La crónica

En la crónica, el periodista aparece en pantalla como testigo directo de los hechos y este elemento hace más veraz y creíble la historia que va a contar. El periodista es visto como la persona que más sabe acerca de lo que está contando, dado que su presencia aporta proximidad ante el hecho narrado. En ese caso, el dominio de los hechos debe reflejarse en su relato. Puede enriquecer su crónica con su particular visión, sin que signifique que deba opinar. Entre las herramientas a las que más se recurre en este género figuran la introducción de sonido ambiente, la descripción del escenario, de factores climáticos, modos de vida, los antecedentes de la historia y hasta posibles consecuencias del suceso del cual se informa.

Existen varias maneras de conducir una crónica, ya sea en tercera persona o en el papel de quien narra o le da secuencia a los relatos del o los testigos presenciales. Comparada con los demás géneros periodísticos aquí abordados, en la crónica cambia el tono con el que se cuenta la historia. Cuando estamos frente a un hecho relevante, el profesional de la información presenta en vivo la pieza grabada con anterioridad bajo el esquema de:

Saludo ancla + reporte reportero + VTR de la pieza grabada + dato adicional del reportero + despedida del ancla

Otra forma que se utiliza en la pantalla de teleSUR, y que se reproduce en su espacio de “Videos” de la web, es el esquema:

Pregunta inicial del conductor del programa + respuesta del reportero + VTR de la historia + pregunta final + respuesta final

En cualquiera de los dos escenarios anteriores, el informador-cronista debe aportar elementos informativos nuevos o complementarios de la pieza que va a presentar. Es conveniente recurrir cada vez más al uso de este género, sobre todo en coberturas noticiosas de mucha entrega visual.

4.8 El análisis

En sus programas informativos, teleSUR recurre al análisis informativo, pues se trata de un componente vital de cualquier medio de comunicación. Con el análisis de la información buscamos explicar el significado de un acontecimiento, establecer sus orígenes y, de ser posible, indicar cuáles serán las consecuencias. Los profesionales (reporteros y presentadores) que tengan esta encomienda deben centrarse en la explicación e interpretación de los hechos, más no en la valoración de estos. Así, se evita caer en opiniones subjetivas. Esto significa que el reportero se debe limitar a presentar todos los elementos y los antecedentes (citar sus fuentes de información y opiniones de expertos) de modo que el espectador pueda formar su propia opinión o armar las predicciones que correspondan. En pocas palabras, el informador se debe enfocar en explicar lo que sucede, pero sin juzgar los hechos. En Internet, estos análisis deben presentarse acompañados de recuadros, noticias complementarias o relacionadas, cronologías, perfiles, etcétera.

Un buen análisis debe ser producto de la realización de entrevistas a fuentes reconocidas o que cuenten con conocimiento sobre el suceso que es objeto de análisis.

Siempre que se pueda, el análisis debe abarcar los posibles escenarios en los que pueda desembocar un acontecimiento.

5. La noticia y su estructura

Los estudios sobre hábitos de la lectura en la Red muestran la tendencia de los usuarios a “escanear” las páginas web en busca de títulos y resúmenes. Según Jacob Nielsen, el 79 por ciento de los usuarios no lee el texto completo, sino que captura algunas palabras u oraciones sueltas.

5.1.1 ¿Qué es la noticia?

La noticia se refiere a algo novedoso, verdadero y de interés e impacto para la sociedad. Por eso, antes de emprender el rumbo hacia la búsqueda de una nota, vale la pena detenerse a reflexionar si lo que pretendemos investigar o cubrir es realmente una noticia, a partir del planteamiento de los siguientes cuestionamientos: ¿Se trata de un hecho novedoso para quién o de acuerdo con la verdad de quién? ¿Qué define el aspecto interesante? ¿El suceso a cubrir refleja el nuevo giro de una historia con antecedentes? ¿Afectará a otras personas, además de a los protagonistas de la historia? ¿La cobertura de la información ayudará a la gente? ¿La noticia es relevante para la audiencia de teleSUR? ¿Causará alguna reacción en ella?

5.1.2 Cuerpo de la noticia

El cuerpo de la noticia enriquece con mayores detalles lo que el lead anticipa en relación a un acontecimiento. Aquí, el periodista desgana los datos informativos en un orden de mayor a menor importancia para lo cual aplica el modelo de la pirámide invertida. En el caso de la nota informativa, los elementos de mayor interés deben aparecer al inicio de la noticia, es decir, en el lead y en los primeros párrafos del cuerpo.

El periodista debe conseguir que la lectura de su noticia provoque interés desde el principio hasta el final. Las noticias deben ser directas e inmediatas y tener un alcance global. En este sentido, la labor periodística no debe pasar por alto lo siguiente:

- La obligación de ofrecer una información con inmediatez no implica caer en imprecisiones. El interés por difundir una noticia antes que el resto de medios es legítimo y forma parte de las virtudes profesionales. Pero la anticipación a la hora de dar a conocer la noticia, debe estar precedida por el rigor y la certeza acerca de la veracidad de lo que se va a difundir. Más aún, en aquellas informaciones especialmente trascendentes, deben extremarse con mayor rigor las cautelas a fin de que la información que se emita esté debidamente contrastada.
- Es obligación de los profesionales ofrecer el seguimiento de una información relevante hasta que quede suficientemente clara en todos sus sentidos, independientemente del tratamiento dispensado por el resto de los medios de comunicación. teleSUR cuenta con una agenda temática propia y, en función de ello, define el tratamiento informativo y el seguimiento de la noticia.
- Las informaciones emitidas en los espacios informativos y/o programas de otra naturaleza, que resulten fruto del periodismo de investigación, deben estar bien sustentadas. Aunque exista una fecha programada para la emisión de alguna noticia, llegado el momento no se deben difundir informaciones, ni programas de investigación basados en datos o hechos parcialmente comprobados. Tampoco se deben emitir cuando se considere que no aportan todas las perspectivas y/o enfoques necesarios para constituir una información completa, imparcial y equilibrada.
- Son “exclusivas” aquellas noticias, testimonios sonoros o imágenes propias y trascendentes para los ciudadanos, así como las que hayan sido obtenidas en circunstancias especialmente adversas por los colaboradores de teleSUR. Sin embargo, existen otras informaciones que, aunque hayan

sido cubiertas por el canal, no se deben ofrecer con el sello de “exclusivas” si se refieren a hechos de escasa relevancia social.

- En teleSUR las noticias deben ser contadas en un lenguaje correcto, directo y comprensible. No se debe abusar del empleo de palabras largas, rebuscadas y vacías de significado. El informador en teleSUR debe llamar a cada cosa por su nombre y evitar caer en eufemismos y circunloquios. También debe hacer comprensible a públicos heterogéneos de distintos estratos sociales y educativos, los discursos y anuncios oficiales que al canal le interese dar a conocer.
- En las historias, sólo se debe recurrir a la presentación de aquellos testimonios, declaraciones en ruedas de prensa o discursos que puedan enriquecer la información. En los reportes en vivo, el resumen lo debe hacer el reportero o informador y no el protagonista en cuestión.
- El informador no debe sembrar dudas basándose en el contenido global de la noticia o en el empleo de vocablos o imágenes que alteren o retengan la atención del espectador. Como regla general, en un tiempo breve, debe situar los hechos, los escenarios y los protagonistas de un modo visualmente atractivo. Puede apoyarse en rótulos, mapas y gráficos pero, en cualquier caso, debe llevar a cabo un proceso de filtro, discriminación de la información y selección del texto e imagen hasta seleccionar exclusivamente aquellos elementos que garanticen la comunicación del mensaje que teleSUR desea transmitir. Es decir, que reflejen sus principios, ideología e intención respecto a algún suceso.
- El discurso periodístico debe ser entendido por un público heterogéneo. De ahí que la escasez de tiempo para construir la nota obligue a aplicar los procedimientos anteriormente descritos, pues contribuyen a desdeñar datos superfluos y a apoyarse exclusivamente en los considerados imprescindibles. Es muy importante también evitar caer en las reiteraciones y en la mención de datos obvios que lo único que ocasionan es restarle calidad a la narración de la nota.

5.1.3 La asignación del tiempo de narración de la noticia

Este tema exige tener una visión de precisión, pero flexible respecto al uso apropiado del tiempo. En primer lugar, la estructura de los programas informativos no debe ser rígida, sino que debe supeditarse a la exigencia temporal narrativa cuando de dar a conocer la actualidad se trata. Abordar la noticia en el momento que ocurre y explicarla de un modo comprensible demanda tiempo. Esto no implica, sin embargo, que el periodista omita la elaboración puntual del esquema (o borrador) de su nota. Justamente algunos errores y deficiencias en la redacción de noticias tienen su origen en la propia concepción y en la estructura del producto informativo. Condensar la actualidad en una emisión de 30 minutos, o en un noticiero de una hora, implica ofrecer determinado número de noticias y por lo general breves. No falta la ocasión en la que la rigidez en la asignación de tiempos atenta contra el buen tratamiento de informaciones complejas y conlleva a la descontextualización de la noticia, a la ausencia de referencias y puede incluso, derivar en la incomprensión.

5.1.4 ¿Se debe contar todo?

Los informadores, por su parte, deben evitar cometer el error de tratar de abarcar todos los aspectos de una noticia. Abarcarlo todo no es viable pues, en televisión, el tiempo es tirano. Vale la pena reiterar que cada historia debe pasar necesariamente por un filtro, una discriminación de la información, lo cual permite evitar textos farragosos, con estructuras gramaticales de difícil comprensión u oraciones subordinadas, entre otros elementos que obstaculizan la comprensión por parte de la audiencia.

5.1.5 El uso sistemático de testimonios y la duración de los mismos

Es recomendable evitar el uso sistemático de testimonios sonoros (SONIDOS, TESTIMONIOS O SOUND BYTES), dado que hay ocasiones en las que el mejor resumen lo hace el profesional de la información y no el protagonista en cuestión. Conviene evitar la emisión de testimonios que “acaben en alto”, simplemente porque se pretenda ajustar el fragmento a una duración de tiempo determinada. El testimonio debe durar el tiempo imprescindible para que el mensaje del protagonista sea congruente, desarrolle una idea con principio y final y resulte audiovisualmente aceptable. Por lo general, esto abarca de siete a diez segundos.

5.1.6 Datos y gráficos

Existen noticias, especialmente las económicas, que pueden requerir el uso de numerosos y complejos datos que respalden la información. Los gráficos, cuando su uso se considere necesario, deben presentarse de manera sencilla y fácil de interpretar dentro un tiempo de lectura audiovisual muy breve.

5.1.7 Citas textuales y otras precisiones.

Estos recursos deben acompañar las declaraciones como un mecanismo para personalizar, enriquecer y complementar las noticias. Se debe recurrir al uso del entrecomillado para indicar que se trata de una declaración textual de la fuente. El objetivo aquí es respaldar y darle veracidad a la información.

Fechas: Las fechas se escriben siempre con números y de acuerdo a la versión empleada en los países donde se habla español: 11 de enero, 1 de mayo, etcétera.

Dinero: Cuando se hace referencia a una suma monetaria se debe consignar, a continuación y entre paréntesis, su equivalente en dólares.

Hora: Las horas se consignan en formato corrido y separadas las horas de los minutos con dos puntos (Ejemplo: 13:00 hrs.). Siempre se debe tener en cuenta la hora local.

Firma: Se debe colocar la identificación de teleSUR al final de cada noticia, acompañada de las iniciales en minúscula del redactor de la noticia. El Editor que corrija la información debe añadir sus iniciales en mayúscula.

Si se trata de un texto corto enviado por un corresponsal, al final de su texto se indicará cuál es su cuenta de Twitter, así como el país donde se encuentra.

Sólo los reportajes deben contar con la firma completa del autor. En caso de tratarse de un corresponsal, enviado especial o colaborador, se debe indicar el nombre y el país correspondiente.

5.1.8 El uso de mayúsculas y minúsculas

Se debe escribir con letra(s) en mayúscula, en los siguientes casos:

- Las iniciales de los nombres de las instituciones y organismos en los que todas las palabras forman parte de su identidad.

Ejemplo: Petróleos de Venezuela, Centro Simón Bolívar, Universidad Central de Venezuela.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- Las iniciales de los nombres propios de personas, animales e instituciones (Ejemplos: El presidente Nicolás Maduro / el Ejército de Venezuela / la Iglesia Católica / Dolly nació como resultado del primer experimento de clonación en animales).
- Los nombres de entidades u organismos.
- Se escriben con mayúscula los puestos jerárquicos de carácter único como el Papa o el Presidente, siempre que la mención se haga sin dar su nombre propio.
- Los partidos políticos, los acontecimientos históricos, los premios y condecoraciones, las residencias oficiales (Casa Blanca, Miraflores), los acontecimientos deportivos importantes, fiestas religiosas o patrióticas también llevan mayúscula en sus letras iniciales.
- Los artículos que forman parte del apellido cuando lo escribimos sin el nombre (Del Valle).
- Nombres con que se designa a Dios (de cualquier religión monoteísta) y a la Virgen.
- Publicaciones periódicas (no van entrecomilladas). Ejemplo: diario Últimas Noticias.
- Títulos de obras (no van entrecomillados). Ejemplo: Los de Abajo.
- Títulos de dignidad como Jefe de Estado, cuando no van acompañadas del nombre.
- Las palabras formadas por las siglas y no lexicalizadas se escriben con todas sus letras en mayúscula: ONG, OTAN, ONU, etcétera.
- La palabra Estado, cuando hace referencia a la nación. (Ejemplo: El Estado venezolano).
- La palabra Gobierno se escribe en mayúscula cuando se refiere al organismo que rige los destinos de una nación: El Gobierno panameño / el Gobierno de Pakistán.

Se escribe en minúscula, en los siguientes casos:

- Cuando se haga referencia al nombre de cargos: ministros, gobernador, diputado, etcétera.
- Los nombres de los meses y los días.
- Los términos legales como: decretos, leyes, artículos.
- La palabra gobierno se escribe con minúscula cuando es sinónimo de período de mandato: los funcionarios de gobierno. Ejemplo: Chávez dijo que durante su gobierno.
- La inicial de las palabras: ministro, presidente, jefe, secretario y, en general, los sustantivos comunes.
- Los nombres de puntos cardinales (norte, sur, este, oeste), los días de la semana.

- La palabra estado se escribe en minúscula cuando hace referencia a una región o provincia. Ejemplo: El estado de California.

5.1.9 Uso de las siglas y abreviaturas

- La primera vez que se mencione a una institución, en el texto, se debe hacer de forma completa e, inmediatamente después, las siglas se deben escribir entre paréntesis. Luego, pueden colocarse las siglas directamente. (Ejemplo: La Organización de las Naciones Unidas (ONU) hizo un llamado a todos los jefes de estado del mundo. / La Asamblea General de la ONU se lleva a cabo cada año en Nueva York).
- Las siglas van en mayúscula cuando el número de letras que la integran es igual o inferior a cuatro: OCDE, ONU, FAO.
- Las siglas se escriben sin puntos y sin espacios.
- En caso de que la sigla esté lexicalizada, es decir, que ya funciona como una palabra normal, se debe escribir la primera letra con mayúscula y el resto con minúscula: Unicef, Unesco, Mercosur.
- Las siglas no se pluralizan. El plural se señala mediante el artículo que antecede a la sigla, no por la adición de la letra “s”: Las ONG.

5.1.10 Uso de cifras, porcentajes y números

- Se escriben con todas sus letras sólo las cifras del cero al nueve.
- Para expresar las cifras de millones no se emplean los seis ceros, sino la palabra “millón”.
- Se escriben con números: los días del mes, los años, direcciones, porcentajes, fracciones de horas, calibres de armas, grados o minutos de latitud.
- Cabe recordar que los ordinales correspondientes a 11 y 12 son undécimo y duodécimo, no decimoprimer o ni decimosegundo.
- Los porcentajes se escriben con números, seguidos de las palabras por ciento: Diez por ciento.
- Las cantidades aproximadas, así como las frases hechas o literarias se escriben con todas sus letras. Ejemplo: Se lo dijo mil veces.
- Toda referencia a la hora debe ser especificada de la siguiente forma: El presidente francés anunció el lunes, a las 10:00 am, hora local.

Posteriormente, se debe indicar la hora GMT.

- Las cifras en unidades de mil se deben escribir con números.

5.1.11 El uso de vínculos

Los enlaces que aparecen marcados en una nota, con el fin de establecer vínculo con otras páginas, se clasifican en interiores y exteriores. Por norma de estilo, ambos deben seleccionarse en función de su importancia informativa y deben justificarse por su relación con el relato.

No se recomienda abusar del uso de este recurso a fin de evitar la sobrecarga de información y una innecesaria fragmentación de la lectura.

5.1.12 Verbos de uso recurrente a la hora de informar

Estos verbos suelen sustituir al verbo DECIR, pero es importante saberlos usar. Cada uno guarda su particularidad. Para una escritura más fuerte hay que recurrir a los verbos poderosos. Es necesario invertir tiempo para encontrar aquel verbo que exprese exactamente el espíritu y la cualidad de una acción. Hay que saber colocar verbos fuertes en oraciones limpias y articuladas. A continuación se indican algunos ejemplos de gran utilidad.

Aclarar: Disipar lo que ofusca la claridad o transparencia. Poner en claro algo. Explicar, dilucidar.

Admitir: Aceptar algo que antes se negaba. Reconocer algo que se rechazaba.

Advertir: Llamar la atención sobre algo. Alertar, enseñar, prevenir.

Afirmar. Sostener, asegurar, dar una cosa por cierta.

Agregar: Decir o escribir algo nuevo sobre lo que ya se ha dicho.

Añadir: Agregar, unir una cosa con otra. Acrecentar, ampliar, aumentar.

Anunciar: Dar una noticia o aviso de alguna cosa que no se conocía. Presagiar, pronosticar.

Apuntar: Insinuar algo, empezar a manifestar algo, señalar.

Argüir: Presentar elementos para alegar a favor de una idea.

Argumentar: Aportar razones en favor o en contra de algo.

Asegurar: Afirmar la certeza de algo, tranquilizar, infundir confianza.

Aseverar: Afirmar o asegurar la certeza de lo que se dice.

Citar: Referir, anotar o mencionar los autores, textos o lugares que se alegan o se discuten respecto a lo que se dice o se escribe.

Comentar: Hacer un comentario sobre algo, explicar, glosar el contenido de un escrito.

Concluir: Acabar o finalizar una cosa. Terminar, inferir, deducir, sacar una consecuencia, poner fin a un informe y presentar conclusiones.

Confesar: Reconocer y declarar, obligado por la fuerza de la razón o por otro motivo, lo que sin ello no se reconocería.

Contar: Narrar.

Contestar: Responder a lo que se pregunta.

Continuar: Proseguir lo empezado, seguir, extenderse.

Declarar: Manifestar, anunciar, exponer o explicar lo que está oculto o no se entiende bien.

Denunciar: Notificar, avisar, declarar oficialmente la naturaleza ilegal de una acción o cosa.

Destacar: Poner de relieve, descollar, sobresalir.

Dilucidar: Explicar y aclarar algo de forma definitiva.

Enfatizar: Expresarse con énfasis, manifestar con atención exagerada en la expresión.

Enunciar: Expresar, dar a conocer una idea.

Finalizar: Dar fin, concluir.

Glosar: Explicar un texto oscuro o complejo.

Indicar: Advertir, señalar, guiar, mostrar.

Informar: Enterar, dar noticia acerca de algo, dar a alguien datos sobre un asunto de interés.

Insistir: Persistir en el empeño, repetir una idea.

Insinuar: Dar a entender algo de manera sutil o disimulada.

Manifestar: Declarar, dar a conocer, descubrir, evidenciar.

Mantener: Defender o sustentar una opinión.

Mencionar: Hacer mención o memoria de una persona o cosa.

Narrar: Presentar acontecimientos en forma ordenada, contar.

Notificar: Comunicar algo de manera oficial, dar noticia de un suceso.

Opinar: Expresar su parecer acerca de un hecho, discurrir sobre la verdad o la falsedad de una cosa.

Proseguir: Seguir, llevar adelante lo comenzado.

Puntualizar: Referir un suceso o precisar una idea con todos sus pormenores sin dejar nada vago o

indeterminado.

Ratificar: Aprobar o confirmar algo que se daba por cierto o válido.

Recalar: Decir algo con lentitud y fuerza de expresión para que no quede duda de lo que se quiere dar a entender.

Referir: Dar a conocer algo, aludir o mencionar directa o indirectamente.

Replicar: Argüir contra una respuesta o argumento.

Reportar: Informar, dar noticias de algo que se desconocía.

Responder: Contestar a una pregunta.

Revelar: Manifestar un secreto, descubrir algo oculto.

Señalar: Llamar la atención sobre una persona, hecho o cosa.

Sostener: Sustentar, defender o mantener firme una proposición.

Sustentar: Defender con argumentos determinada opinión.

Subrayar: Recalar, decir con énfasis.

6. Deficiencias en la redacción de noticias e historias

Hasta aquí se han visto qué elementos garantizan la redacción correcta de una noticia o una buena historia. En el caso de las historias (texto más videos), reportajes y documentales es necesario precisar lo siguiente: a veces, es importante volver a escribir el libreto porque hay ocasiones en las que no conseguimos escribir brevemente y con la suficiente claridad. Con la práctica continua se adquiere el oficio, con lo cual esta labor se perfecciona y es posible hacer, desde el primer intento, un borrador que no requiera correcciones. Para ser afortunados en este sentido, conviene seguir estos pasos:

1. Planear. Cuando se esté a la búsqueda de una historia, se debe planear, hasta donde sea posible, el enfoque y la estructura que se le darán a la misma. Es mucho más fácil contar una historia cuando se consigue definir previamente su estructura temporal-narrativa, así como la secuencia de exposición de las ideas.
2. Escribir y ensayar. Una vez que se redacten los textos, es importante leerlos en voz alta para saber cómo suenan las palabras, así como el encadenamiento secuencial de las ideas plasmadas.
3. Re-escribir. A esto se le llama también “proceso de limpieza”. Es la fase de revisión en la que nos preguntamos: ¿Es esa la palabra correcta para expresar la idea? ¿Ese verbo define exactamente lo que quiero decir? ¿Está claro el mensaje?

Cuando no se lleva a cabo el proceso anterior, es casi inminente que se cometan errores que reflejen deficiencias en la elaboración de noticias. No tener en cuenta las siguientes consideraciones puede afectar indistintamente el sentido de lo que se

quiere expresar en: titulares, sumarios, entradillas de estudio, textos de noticias –incluidos rótulos- e intervenciones en forma de “en vivo”.

1. La exigencia de ser breves en la narración de la nota no debe provocar la omisión de circunstancias tales como “cuándo” y “dónde” de la noticia. Tampoco se debe omitir el cargo de los protagonistas. Hay que evitar mencionar el nombre de pila del protagonista porque su uso supone un excesivo grado de familiaridad y confianza.

Ejemplo: Francisco destacó hoy, en su homilía, que (...).

Lo correcto es: El Papa Francisco destacó hoy, en su homilía, que (...).

2. Se debe evitar redactar titulares poco precisos, ambiguos o que presupongan que la audiencia ya cuenta con conocimiento previo acerca de la noticia. Al mismo tiempo, el profesional de la información de teleSUR debe evitar prolongar el texto -en voz en off- con datos superfluos.

Ejemplo: “En rueda de prensa, el Secretario de Gobernación asegura que (...).

Se debe tener en cuenta que al público le interesa saber acerca de las declaraciones del protagonista y no del hecho de que se hayan difundido en una rueda de prensa.

Lo correcto es: El Secretario de Gobernación de México, José Osorio Chong, asegura que la batalla contra las drogas apenas ha comenzado.

3. Otro error frecuente es repetir la misma noticia sin aportar datos nuevos. Actualizar la noticia es, justamente, la incorporación de elementos nuevos ya sean testimonios, perspectivas o un hecho novedoso de una noticia que ya se ha contado anteriormente. Recordemos que, al actualizar la nota, se debe recurrir al tiempo presente. Al espectador no le interesa tanto saber lo que ocurrió ayer, sino conocer las repercusiones actuales y futuras.

Ejemplo de oración referente al pasado lejano:

El Presidente de (...), anunció la víspera aumentos salariales para los funcionarios de gobierno.

Lo correcto es:

-El Presidente de México, Enrique Peña Nieto, asegura que las nuevas medidas salariales contribuirán a un mejor desempeño de los empleados públicos

4. Hay que evitar el exceso de datos, vocablos y estímulos visuales en nuestra historia porque esto puede dificultar la comprensión de la noticia. Se debe procurar siempre, de un modo visualmente atractivo y en un tiempo breve, situar los hechos, los escenarios y a los protagonistas. En toda historia se pasa por un proceso de filtro de texto e imagen que debe culminar exclusivamente en la selección de aquellos elementos que deriven en un mensaje que será entendido por un público heterogéneo e incluyente en cuanto a estratos sociales y educativos. Lo recomendable para contar una historia en poco tiempo (dos minutos, máximo) es dejar fuera datos y vocablos superfluos y ocupar los imprescindibles. Esto significa desdeñar reiteraciones, perífrasis y cosas obvias que sólo contribuyen a extender el relato.

6.1. Errores gramaticales más frecuentes

Gerundio: este tiempo verbal expresa una acción en desarrollo, anterior, simultánea o muy próxima a la principal. Está mal usado cuando expresa acciones posteriores a la del verbo (gerundio de posterioridad).

Está bien usado cuando expresa una acción simultánea o anterior a lo indicado por el verbo principal. En todo caso, lo ideal es recurrir lo menos posible al uso del gerundio.

Dequeísmo: Es incorrecto el uso de la expresión “de que” cuando se trata de una oración en la que aparece un verbo en el que no rige el uso estricto de la preposición “de”.

Ejemplo: El Secretario General de la ONU dijo de que (...).

Lo correcto es: El Secretario General de la ONU dijo que (...).

Queísmo: Es la supresión de las preposiciones “de”, “a”, “con”, “en”, etcétera, en las construcciones sintácticas de la oración en las que éstas son necesarias.

6.2 Barbarismos, muletillas y lugares comunes a evitar

Es importante prestar atención a los errores que se cometen con regularidad en el uso del lenguaje. A continuación se mencionan los más comunes. Hay que evitarlos a la hora de redactar y narrar noticias e historias.

- El uso de expresiones como “los mismos”, “dicho”, “debido a” en carácter de pronombres.
- “*Los corrientes*”, para aludir a una fecha determinada.
- “*Motivado a*”, cuando se debe decir “debido a”.
- La expresión “*tiene lugar*” sólo es aceptable cuando el acontecimiento ocurrió en un sitio determinado, pero inadmisibles para indicar que se produjo a cierta hora o en determinada época. En todo caso, se trata de un galicismo, cuyo uso hay que evitar.
- “*Espacio de tiempo*”, una cosa es el espacio y otra el tiempo. En el tiempo no hay espacio.
- “*Las autoridades competentes*”. Se debe nombrar a la autoridad o institución competente con todos sus datos correspondientes.
- “*En relación a*”. Lo correcto es decir: “en relación con” y “con relación a”.
- “*De acuerdo a*”. Lo correcto es decir: “de acuerdo con”.
- La forma “*en base a*” es incorrecta. Lo correcto es: “con base en” y “sobre la base de”. La expresión “a base de” sólo debe usarse para decir “bebida a base de jugos naturales”, por ejemplo.

Se dice: “lo consiguió a fuerza de insistir”, o, “después de haber insistido mucho”.

- “A bordo de” no se debe usar para referirse a automóviles. Abordo es una forma verbal, por lo tanto, no es lo mismo decir “200 personas a bordo del avión” que, “yo abordo el avión”.
- Se dice: “La celebración de los Oscar”, No, “los Oscars”. También está correctamente expresado: “Los premios de la Academia de las Ciencias y Artes Cinematográficas”.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR.
NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- No usar “a consecuencia de”, sino “a causa de” o “como consecuencia de”.
- Se dice “cuando faltan dos días para la llegada de (...)”, en lugar de, “a dos días de la llegada de (...)”.
- Cabe recordar la diferencia entre acusado y culpable. Estar en calidad de acusado no implica ser culpable. Toda persona es inocente hasta que demuestre lo contrario.
- No se dice “a la mayor brevedad”, sino “con la mayor brevedad”.
- No conviene abusar de la expresión “a escala internacional”.
- El verbo “accionar” no se debe confundir con “actuar” u “operar”.
- Se dice “acompañado por”, en lugar de “acompañado de”.
- La palabra “*acreditación*” no existe. Lo correcto es “credencial”.
- La palabra del idioma inglés “Act” no debe traducirse como Acta, sino como ley, decreto, estatuto, resolución, convenio, pacto.
- “Administración” se puede usar como sinónimo de “Gobierno”.
- “ADR’s” no tiene traducción porque son las siglas de American Depositary Receipt, que se refiere a los certificados emitidos por bancos estadounidenses.
- No se dice: “Advertencia temprana”, sino “Alerta previa”.
- En lugar de “Afiche”, es preferible decir “cartel”.
- Se sugiere no abusar de la palabra “Agenda” para hacer referencia a “Programa” o “Plan”.
- “Agnóstico” no es sinónimo de “Ateo”. El primero considera imposible saber si existe un creador del Universo; el segundo niega esta posibilidad.
- “Agresivo” no es sinónimo de “intenso”, “dinámico” o “emprendedor”.
- “Álgido” no significa el punto más candente o de más tensión, sino el punto más frío.
- “ALCA” es el Área de Libre Comercio de las Américas.
- Se recomienda usar “merecer”, en lugar de “ameritar”.
- No debe confundirse “analista” con un “comentarista”. Este último se refiere al deporte.
- Se usa “anti”, sin guión, antes de la palabra que se adjunta. Por ejemplo: antiapartheid, antinuclear, antimperialista.

- Es preferible indicar el día de la semana en el que ocurrieron los hechos, en lugar de decir: “anteayer”.
- “Apoteosis” es una palabra en femenino y de esa palabra se deriva el sustantivo “apoteósico”.
- Hay que saber diferenciar entre los significados de las siguientes palabras, así como saber cómo se escriben correctamente: “Aprender” (instruirse), “aprehender” (asir) “aprensión” (escrúpulo) y “aprehensión” (es la acción de aprehender).
- “Árabe” es el sustantivo que se refiere a una persona o idioma que pertenece a un grupo lingüístico y cultural. “Musulmán” o “islámico” es el que profesa la religión, sea árabe o no.
- Los países árabes son: Arabia Saudita, Argelia, Bahrain, Egipto, Emiratos Árabes Unidos, Iraq, Jordania, Kuwait, El Líbano, Libia, Marruecos, Mauritania, Omán, Qatar, Siria, Somalia, Túnez, Yemen del Norte y Yemen del Sur.
- Es preferible decir: “adoptar” o “tomar” decisiones, en lugar de “arrojar” decisiones.
- “Artífice” no es sinónimo de “artista”.
- “Asilo” es el refugio dado a un perseguido.
- “Exilio” es la expatriación de una persona a quien se le denomina “exiliado”.
- Se dice “aterrizaje forzoso”, en lugar de “aterrizaje de emergencia”.
- No se dice “avionazo”, sino “accidente aéreo”.
- Se dice “tiroteo”, en lugar de “balacera”.
- Cuando se habla de “batalla”, se hace referencia a una acción bélica de gran envergadura y no a un tiroteo o enfrentamiento.
- “Béisbol” se escribe con tilde en la é.
- Es correcto decir “boicot”, del verbo boicotear. Significa “un esfuerzo planeado u organizado para no comprar determinado producto o servicio o no tratar con determinado grupo de vendedores”. El boicot puede ser civil o entre naciones.
- Un “embargo” es una restricción legal contra el comercio porque prohíbe que bienes salgan o entren a un determinado país. En el caso de Cuba se debe usar “bloqueo” para referirse a las medidas financieras, económicas y comerciales de Estados Unidos contra Cuba.
- Se dice: “brasileño”, en lugar de “brasileiro”.
- Se dice “autobús”, en lugar de “bus”.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR.
NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- La palabra búnker está correctamente escrita.
- Se le llama “cafetalero” al dueño de los cafetos y, “cafetero”, al que manipula el café.
- Es preferible usar la expresión “calcular”, o, “se calcula”, en lugar de “se estima”.
- Lo correcto es decir “calificar de” y “considerar” a secas, o sea, sin la preposición “como”. Por ejemplo: El Presidente...calificó el premio de honroso y el presidente considera que los nuevos tiempos no le favorecen.
- En México se dice Cámara de Diputados, en Estados Unidos se dice Cámara Baja o de representantes, en Japón se dice Dieta y, en Rusia, Duma Estatal.
- Se le llama “campus” al recinto universitario.
- “Canciller” es sinónimo de Ministro de Relaciones Exteriores, con excepción de Alemania y Austria.
- Celsius o Centígrados son los grados en los que se deben convertir las medidas de temperatura. La fórmula de conversión es: Grados Fahrenheit menos 32 x 0.56 = a grados centígrados.
- El verbo “chechar” no existe en el idioma español. Su uso es incorrecto. Se debe decir verificar o controlar.
- En cuanto a los nombres de personas de China. Se escribe primero el apellido y luego el nombre de pila. Decir Deng Xiaoping equivale, en el orden de las palabras, a Juárez, Benito. Cuando se quiere repetir en la información el nombre de una persona china hay que referirse a Deng y no a Xiaoping, pues sería el equivalente a referirse a Benito Juárez llamándole Benito.
- No se dice “concluir” acuerdos porque los acuerdos no se concluyen. Lo que concluye o finaliza son los debates para llegar a ellos. Los acuerdos se firman, se conciertan, pactan, ajustan, etcétera.
- Contactar es un verbo del que no se debe abusar, aunque es aceptado por la Real Academia de la Lengua Española. Es preferible decir “entrar en contacto”, “llamar” o “establecer contacto”.
- “Contendiente” y “Contrincante” no son equivalentes. El primero es el que pelea o batalla y, el segundo, es el que pretende alcanzar algo en competencia con otro u otros.
- Tampoco es lo mismo decir costo que precio o tarifa. “Costo” es lo que se paga para producir el servicio o producto. “Precio” es lo que paga el consumidor por un producto y, “tarifa”, es lo que paga el consumidor por un servicio.
- Hay que evitar decir “cualquier persona que”. Es mejor decir: “toda persona que”.
- Se dice:

“Comenzar”, en lugar de “dar comienzo”

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR.
NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

“Dejar constancia”, en lugar de “dar constancia”

“Citarse”, en lugar de “darse cita”

“Acontecimientos que desembocaron en la huelga”, en lugar de “acontecimientos que derivaron en la huelga”

“XXX ejerce el cargo de”, en lugar de “XXX se desempeña como”

“Ganar”, en lugar de “devengar”

“Desacuerdo o diferencia”, en lugar de “diferendo”

“Conducto o tubería”, en lugar de “ducto”

- Se dice *de facto*, justamente sin las comillas.
- Inadvertido no es sinónimo de “desapercibido”, que significa desprevenido o desprovisto de lo necesario.
- Es importante diferenciar entre “dispersar” una manifestación y “disolver” un Parlamento.
- El término “dumping” es conocido como prácticas ilegales de comercio.
- Se pueden usar las siglas EEUU para referirse a Estados Unidos de América en los títulos, entradillas y textos.
- Se debe escribir Estados Unidos (sin el artículo), en lugar de “Los Estados Unidos”. No se debe hacer uso de las siglas USA.
- Hay que evitar el error frecuente de usar “previó, preverá y previendo”, del falso “prever”. Lo correcto es decir: previno, prevendrá y previniendo.
- Satisfacer se conjuga siempre como el verbo hacer: “satisface”, no “satisfací”; “satisficiera”, no “satisfaciera”.
- El verbo “haber”, usado como verbo principal (no como auxiliar), nunca debe usarse en plural (hubieron).
- La coma (,) indica las pausas más o menos cortas dentro de una oración, permite en la lectura conocer el sentido de las frases y oraciones y puede señalar entonación ascendente o descendente. Nunca se debe colocar una coma entre sujeto y verbo.
- Se dice: “privados de libertad”, en lugar de “presos ” o “reclusos”.
- Se dice: “inmigrantes ilegales”, en lugar de “indocumentados”.
- A los PRESIDENTES se les nombra por su cargo y nombre. Por ejemplo: el presidente de Venezuela, Nicolás Maduro, afirmó hoy que (...).
- A los analistas se les presenta mencionando en dónde trabajan o en qué rama de la política, economía, etcétera se han especializado. Por ejemplo: “Dr. Alfredo Jalife, experto en geopolítica”, o: “Dr. Alfredo Jalife, académico de la UNAM”.

- Se dice “la partida física del Comandante Hugo Chávez”, en lugar de “La muerte de (...)”.
- Se dice la “siembra” del Comandante Hugo Chávez, en lugar de “los restos”.
- Se dice “descansa” o “yace” en el Cuartel de la Montaña, en lugar de decir “está enterrado” en el Cuartel de la Montaña”, para referirnos al Comandante Hugo Chávez.
- Se dice “estadounidense”, en lugar de “estadunidense”.
- En lugar de “elevador”, es preferible usar las palabras “ascensor” o “montacargas”.
- La palabra “elite” está correctamente escrita sin el acento en la “e”.
- Embarcación es un navío pequeño, barco es un navío grande y, buque, sólo se emplea para los navíos de guerra.
- El verbo “ejecutar” se usa cuando se trate de matar legalmente. ¡Ojo!: Los grupos extremistas y terroristas no ejecutan, sino matan.
- “Elaborado” No es sinónimo de complejo o complicado. Elaborado significa confeccionado o preparado.
- Los nombres de las empresas No se traducen
- “En ciernes” significa que está muy al principio
- Se dice: “en ocasión de “, nunca “con ocasión de”.
- La diferencia entre “encausar” y “encauzar” reside en que la primera significa enjuiciar, procesar y, la segunda, se refiere a dirigir una corriente por un cauce.
- Enclave no es sinónimo de “lugar”. Enclave es un territorio incluido en otro mayor con características diferentes.
- Enervar debe usarse como sinónimo de “debilitar” y “quitar fuerzas”. No significa poner nervioso o irritar.
- ETA es el nombre del grupo separatista vasco y se usa en femenino (La ETA). ETA significa Patria Vasca y Libertad y en vasco se escribe Euskadi Ta Askatasuna.
- “Evento” No es sinónimo de “acontecimiento”, “suceso” o “acto”. Se refiere a algo imprevisto o de realización incierta.
- Cuando se haga referencia a algo como “exclusivo”, se hace alusión a algo que es único y No selecto o elegante.
- Se dice exiliar, exiliado y exilio.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR.
NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- No se debe confundir “expectaciones” con “expectativas”.
- Las siglas FBI, por ser del conocimiento público, se pueden mencionar como tal una vez que antes se mencione el nombre completo de la institución “Oficina Federal de Investigaciones (FBI)”.
- En español, sólo se hace referencia “días festivos” y “días laborales”. “Feriado” es una expresión que sólo se usa en el lenguaje jurídico para precisar el día que están cerrados los tribunales.
- En lugar de la expresión “film”, es preferible usar “filme”, “cinta”, “película”, “realización”, “producción”.
- Es preferible decir “extranjeros”, que “foráneos”.
- No se deben usar nunca los adverbios de tiempo ‘hoy’, ‘ayer’ o ‘mañana’ sin una especificación de la fecha concreta a la que se hace referencia dado que la noticia puede ser consultada mucho tiempo después de cuando fue publicada. En su lugar, se deben usar expresiones como “este lunes”, “la madrugada del lunes”, etcétera.
- No se deben usar imágenes de personas fumando o bebiendo bebidas alcohólicas, o de cigarros, ni tabacos.
- No se deben usar imágenes de niños en situación de vulnerabilidad.
- Se dice “explotación sexual infantil”, en lugar de prostitución infantil.
- Se dice “integristas”, en lugar de “fundamentalistas” (esta última expresión no existe en el idioma español).
- Se dice “gasolina” y, no, “nafta”.
- EL USO DEL VERBO HABER.

Se dice “hubo 10 muertos en el accidente”. Es incorrecto decir “hubieron 10 muertos en el accidente”.

Se dice “habrá que esperar 5 días” . No se dice “Habrán que esperar 5 días”.

Lo correcto es decir “Había muchas personas en la habitación”. Es incorrecto decir “Habían muchas personas en la habitación”

- No se dice “hacer parte”, “hacer presión” o “hacer público”. Se dice “formar parte”, “presionar” y “publicar”, respectivamente.
- “Impasse” significa callejón sin salida, atolladero, estancamiento.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- Hay que diferenciar entre “infectar” (causar infección) e “infestar” (invadir un sitio).
- Es preferible usar “influir” que “influnciar”.
- “Infligir” significa imponer un castigo mientras que, “infringir”, es quebrantar la ley.
- “Inquirir” no significa preguntar, sino indagar o averiguar.
- Las siglas FMI (International Monetary Fund) se refieren al Fondo Monetario Internacional

7. El uso de las fuentes

No existe información bien escrita, cuya redacción no esté sustentada en la referencia a fuentes de información. Todos los acontecimientos reportados por teleSUR tienen que ser atribuidos a fuentes debido a que esto le permite al lector aquilatar la credibilidad de la información abordada y protege al canal, en caso de polémica. Además, el hecho de tener la posibilidad de consultar a la fuente de información, facilita, en lo posterior, añadir una corrección en el caso de que sea necesaria.

Toda información debe incluir nombres, cargos y ubicación geográfica. En las notas en las que los corresponsales o colaboradores de la televisora sean responsables de la información transmitida, debe citarse a teleSUR como fuente directa, al menos una vez, o al periodista del canal que se encuentre en el lugar de la noticia.

Es necesario especificar cómo se atribuye la información a la fuente o bajo qué forma se difundió la información: si fue a través de un comunicado, declaración, conferencia de prensa. Si en una rueda de prensa un reportero de teleSUR hace una pregunta, se debe indicar en pantalla el nombre del canal y del periodista o, al menos, su cuenta de Twitter.

El informador de teleSUR debe redactar la nota, preferentemente, con base en sus propias fuentes. Es importante que se haga una muy clara referencia a las fuentes, en especial cuando la credibilidad de la noticia lo exija o se trate de cuestiones polémicas o controversiales.

En el caso de entrevistas exclusivas, el ancla o conductor del canal debe destacar en el lead de la nota que un periodista de teleSUR sostuvo una entrevista exclusiva con X personaje quien le reveló tal o cual asunto.

El mismo reportero, así como el camarógrafo de teleSUR que asista a un acontecimiento público, son ambos excelentes fuentes de información. Cuando se pretenda destacar su papel como tales, se debe escribir: “Según un periodista de teleSUR que está (de preferencia en presente) en el lugar de los hechos (o en el lugar de la noticia), al menos 200 policías arremetieron contra una multitud que protestaba por el encarcelamiento de su líder”. Otra posibilidad de expresión es: “Un reportero de teleSUR fue testigo de que la policía lanzó piedras y gases lacrimógenos contra una manifestación pacífica que avanzaba por la Avenida Reforma”.

En casos como los siguientes se puede prescindir de citar a las fuentes:

1. Este 1 de octubre, los parques y monumentos nacionales de Estados Unidos amanecieron cerrados debido al cierre parcial del gobierno del Presidente Barack Obama.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

2. Una espesa capa de nieve cubría el miércoles la capital de Gran Bretaña, al tiempo que generaba importantes atascos (aquí no es necesario citar fuentes porque se deja por sentado, con imágenes, que el reportero se encuentra en el lugar de la noticia).

Cuando la fuente de información sean gabinetes de gobierno, comunicados oficiales o portavoces, el informador debe darle crédito a la fuente y usar entrecomillas para citar la declaración de la misma, pero siempre debe mantener distancia. Esto significa que debe someter la información a un adecuado tratamiento y selección discriminatoria e identificar siempre su origen.

Por ejemplo:

El gobierno de Suecia informó, hoy, que no acudirá a los diálogos con la oposición “por razones de interés nacional”.

Según el comunicado, “la oposición siria acepta participar en los diálogos de Ginebra”.

El comunicado precisa que “el gobierno ha defendido los intereses de la clase obrera”.

De acuerdo con un comunicado del gobierno de Venezuela, (...).

“Iremos al diálogo”, anuncia la oposición, en un comunicado difundido a altas horas de la noche.

7.1 Reglas respecto al uso de las fuentes

- Una fuente no podrá ser cambiada por un editor (de la mesa de asignaciones u otro) sin previo acuerdo con el informador o productor.
- Cuando sea indispensable (para el buen entendimiento o para el equilibrio de la información), un título también deberá incluir la mención de una fuente.
- Debe quedar claro en el cuerpo de la nota si, al ofrecer una rueda de prensa, la fuente (pública o privada) le negó a los periodistas la posibilidad de formular preguntas.
- Las reglas para el uso de las fuentes aplican en todos los ámbitos de trabajo de teleSUR y deben cumplirse en todos los tipos de información, desde políticas, hasta deportivas.
- De igual manera, si se decide usar materiales audiovisuales enviados por organismos públicos, privados o de organizaciones No gubernamentales, se debe dejar claro su origen.
- La regla es que siempre que el informador de teleSUR utilice material de fuentes ajenas interesadas en su difusión, debe reflejar nítidamente su procedencia y contar con la aprobación de la Jefatura del Departamento web de teleSUR. Estos materiales sólo se usan cuando representen la única manera de informar acerca de un acontecimiento.
- Se utilizarán materiales audiovisuales de otros medios sólo cuando teleSUR carezca de material audiovisual propio y su emisión responda a criterios de interés informativo. En todos los casos en los que se utilice material ajeno se debe reflejar nítidamente su procedencia y contar con la aprobación de la Dirección Editorial del Departamento web.
- Se debe identificar la autoría o procedencia, entre otros, de informes, estudios, datos estadísticos, sondeos, encuestas y de aquellas noticias exclusivas de un medio de comunicación ajeno a teleSUR.
- La utilización de imágenes o noticias distribuidas por terceros a través de Internet debe contar con la autorización de los responsables editoriales pero, antes, el informador debe verificarla. En estos casos es necesario extremar la precaución, ya que ese material audiovisual, entre otras

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

circunstancias, puede generar derechos de autor o, incluso, ser falso.

- teleSUR decide si difunde o no la señal en vivo de acontecimientos de interés informativo como eventos y discursos de presidentes, de partidos políticos, debates de candidatos a puestos populares, etcétera. En cualquier caso, debe garantizar que la información sea rigurosa, neutral, imparcial, plural e independiente de cualquier grupo político, económico o de presión.
- Para teleSUR, un anuncio procedente de una agencia o televisora oficial o estatal (xinhua, nhk, notimex, etcétera) se considera con el mismo valor informativo que un comunicado oficial.

Por ejemplo: “La reina Isabel de Inglaterra abdicó”, anunció la BBC.

- En caso de que teleSUR busque la confirmación de un hecho y se le niegue acceso o la propia información, así deberá precisarlo: “Al ser contactado telefónicamente por teleSUR, X no quiso hacer ningún comentario sobre la información publicada hoy en el diario La Jornada”.
- En caso de que teleSUR use como fuente un comunicado de prensa publicado en el sitio web de una institución, por ejemplo, del Departamento de Estado norteamericano, no tiene que mencionar necesariamente el sitio de Internet, pero sí verificar que se trata efectivamente de un sitio oficial y no de una imitación fraudulenta.
- Si se toma la información del sitio web de un medio de prensa, es conveniente escribirlo claramente: “(...), indica la edición electrónica del Wall Street Journal”.
- La ausencia de una fuente abre la vía a la desinformación. Hay excepciones. En caso de que no se cuente con el nombre de quien informa, es conveniente calificar lo más posible a la fuente, la cual puede ser desde investigadores, expertos de determinada institución o centro de estudios (pero hay que decir de donde son), hasta la fiscalía, el Consejo de Administración de una empresa, familiares de X persona, un allegado a Y, los colaboradores de Z, por la Dirección de un Partido, por la Vicería del gobierno, etcétera.
- teleSUR respeta el derecho de las personas a no proporcionar información ni responder a preguntas, sin perjuicio del deber de los informadores de proporcionar información de interés público a la ciudadanía.
- De manera excepcional o muy justificada, se podrán usar expresiones como “según fuentes bien informadas”, “una fuente autorizada” o una “fuente oficial”. Estas son frases aceptadas, aunque vagas. Sólo se deben usar de manera excepcional porque pueden restar valor a la noticia y acabar por mermar la credibilidad del medio. Es preferible usar el término de “el responsable (o importante funcionario) que solicitó el anonimato” o citar a “un responsable que asistió a la reunión de UNASUR”, en lugar de, “una fuente de UNASUR”. Es mejor decir “un policía en el lugar de”, antes que “una fuente policial”, o “a un responsable del Ministerio de Justicia” que a una “fuente ministerial”. Esta forma de escribir añade credibilidad a nuestra información. De igual manera, es preferible citar como fuente a “diplomáticos que”, en lugar de “fuentes diplomáticas”.
- En ocasiones, puede resultar útil recurrir a algunas elipsis que, al menos, orienten sobre la procedencia y la calidad de la fuente que ha suministrado el dato o la información, como por ejemplo: “Altos cargos del Ministerio”, “personas próximas al Presidente”, “agentes que intervienen en la investigación”, afirman que (...)”.

En ocasiones, un pequeño dato puede servir para definir una fuente. Veamos ejemplos 1 y 2:

1. WASHINGTON: La Cámara de representantes desbloqueó el jueves dos mil millones de dólares para la aplicación de los acuerdos de paz en Colombia.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

(En este caso, no se sabe de dónde teleSUR obtuvo la información, aunque sí se mencione que fue resultado de una votación en la Cámara de representantes).

2. WASHINGTON: La Cámara de representantes votó el jueves un paquete de dos mil millones de dólares para la aplicación de los acuerdos de paz en Colombia.

Esta es la manera correcta en la que se debe redactar la nota, así como mencionar a la fuente.

- Se debe respetar el derecho de las fuentes informativas a permanecer en el anonimato cuando así se haya pactado. El “off the record” sólo se respeta cuando ha sido expresamente acordado, tal y como se acostumbra en la práctica usual. Sin embargo, incluso en esos casos, el informador de teleSUR está obligado a buscar información en otras fuentes que no exijan el anonimato a fin de confirmar la noticia y los hechos de los que trate.
- Si el presentador, ancla o productor de un programa lo desea, puede preguntar al reportero, redactor o informador acerca de la solvencia e identidad de una fuente y, con base en la respuesta, decidir si la difunde o no.
- teleSUR no debe reproducir el material facilitado por gabinetes de comunicación de entidades políticas, económicas, sociales o deportivas sin haberlo sometido a un adecuado tratamiento informativo. La información proveniente de comunicados y notas de prensa debe ser adaptada, en fondo y forma, a las características propias de los distintos medios y soportes del canal e identificada en su origen.
- Se deben utilizar materiales audiovisuales de otros medios sólo cuando teleSUR carezca de material audiovisual propio y su emisión responda a criterios de interés informativo. En todos los casos en los que se utilice material ajeno se debe reflejar nítidamente su procedencia y contar con la aprobación de la Dirección Editorial del Departamento web.
- La redacción de los titulares debe planearse estratégicamente a fin de facilitar su posterior aparición en buscadores. Esto aplica tanto para las notas informativas de la portada, como para las que se usen en el blog o en la sección de entrevistas. Todas deben llamar la atención del internauta hacia la información publicada. Hay que facilitar que los buscadores de Internet identifiquen fácilmente la información que publica teleSUR. Esto se consigue al aplicar los procedimientos correctos de archivo y etiquetado de textos, fotos y de los demás elementos audiovisuales.

8. Los titulares

Los titulares deben responder fielmente a la información. En los casos de las noticias, los titulares se desprenden normalmente del lead y jamás deben establecer conclusiones que no figuren en el texto.

- Los titulares y el lead deben satisfacer la curiosidad primera del lector.
- La información contenida en el titular se debe desarrollar obligatoriamente en el primer párrafo de la nota.
- Los verbos de los titulares se deben escribir, preferiblemente, en el tiempo presente. No se debe utilizar el condicional de rumor (estaría, sería, iría).
- Evitar el uso de condicionales, así como el de las siguientes palabras, frases y oraciones: “no se descarta”, “al parecer”, “posible”, “podría”.
- Una buena información es la que se resuelve con un título corto. Se recomienda que el título

contenga entre cuatro y seis palabras.

- El mejor título es aquel que no necesita signos de puntuación.
- No se deben emplear siglas en los titulares salvo que sean conocidas.
- Se recomienda mencionar, en el título, el país en el que se genera la noticia.
- La utilización de comillas debe ser restringida. Se usa para citas textuales, por lo general.

8.1. El Intro o Lead

Debe responder a las seis preguntas esenciales de la información periodística: Quién, Qué, Cuándo, Dónde, Por qué y Cómo.

El lead no debe exceder las 35 palabras, en casos excepcionales o muy justificados podría llegar a 40 palabras.

Un lead no debe comenzar con oraciones subordinadas. Se debe evitar el uso de incisos como: “mientras que”, “considerando”, “en respuesta a”. Debe respetar el orden lógico de una oración.

Se deben expresar preferentemente los hechos concretos en lugar de las abstracciones. Hay que evitar el uso del tiempo verbal condicional, salvo que se trate de citas textuales.

La construcción sintáctica de la oración es esencial al momento de desarrollar el lead de una noticia. Debe expresar claramente el sujeto, el verbo y los complementos (directo, indirecto, circunstanciales).

8.2 Los sumarios

Cumplen la función de provocar el interés por continuar con la lectura. Deben atrapar al lector de un sólo vistazo y estar redactados con oraciones breves, de no más de 5 líneas. Los sumarios en la web de teleSUR deben servir de resumen de la información contenida en el texto y aplicar el principio de la economía de palabras.

No deben reiterar, de forma idéntica, al primer párrafo de la noticia. Se debe evitar la redundancia entre el título y el sumario.

9. Abordaje de la información política

Los profesionales de teleSUR sólo reciben instrucciones, directrices o cualquier clase de indicación por parte de la dirección del canal y, en ningún caso, ni bajo ningún concepto, de parte de Gobiernos, ni Congresos, grupos políticos, económicos, sociales u otras instituciones federales o estatales o de otro nivel.

Si partimos del hecho de que los actos y omisiones del Gobierno repercuten directamente en la vida de los ciudadanos y, por tanto, deben ser suficientemente difundidos y explicados, no es de extrañar que la información oficial ocupe más tiempo y espacio que la información sobre otras entidades políticas. La tarea de los profesionales de teleSUR es dedicarse a desarrollar todo tipo de información sustentada en la investigación y comprobación de datos. También debe buscar respuestas/valoraciones por parte de

los distintos grupos sociales y políticos.

Informar sobre el Gobierno implica también darle seguimiento crítico e independiente a sus labores, anuncios, emprendimientos y acciones. Es deber del profesional de teleSUR, al mismo tiempo, ubicar los elementos contradictorios y/o polémicos de la actualidad, denunciar las deficiencias de los servicios públicos y de sus administradores, profundizar en los casos de corrupción cuando los hubiera y contribuir al afianzamiento de una cultura democrática y participativa.

Los profesionales de teleSUR deben cubrir las ruedas de prensa, pero deben ir más allá del “periodismo de declaraciones”. Incluir una declaración no siempre mejora una información. Las declaraciones/opiniones del gobierno, si fueran relevantes, deben ir acompañadas de las reacciones y los datos que permitan al televidente o usuario fijar su propia posición.

El periodista e informador de teleSUR debe conocer y ocupar con precisión los nombres de los políticos, sus cargos públicos, el partido o fuerza electoral al que pertenece. Una correcta identificación de los datos personales de las fuentes va de la mano con la veracidad que al canal le interesa proyectar.

10. Los pilares del respeto

Sobre todo en coberturas que involucren situaciones dramáticas, teleSUR debe armonizar los intereses informativos con la obligación de evitar el dolor innecesario, tanto a víctimas, como a sus familiares.

Se debe respetar el derecho de los ciudadanos a una información respetuosa y esto se logra únicamente al compaginar el derecho a la libertad de expresión con el derecho de los ciudadanos a no hacer pública su intimidad. Una intromisión en el ámbito privado de un ciudadano se permite únicamente cuando se trate de una información de interés público, o sea, cuando los derechos a la seguridad, la salud, la convivencia, la igualdad jurídica o el bienestar de amplios sectores sociales corran el riesgo de dañarse debido a la conducta impropia de una persona o grupo que desee mantener oculta su actividad. Aún así, el abordaje, en la información, acerca de la intimidad de un ciudadano; debe ser bajo el consentimiento de la Dirección de Información del canal.

Cuando sea evidente que se ha difamado, calumniado o atentado contra el honor, la intimidad o la propia imagen, teleSUR debe rectificar con diligencia aquellas informaciones y opiniones relacionadas con el hecho en cuestión. La solicitud de rectificación debe dirigirse a la Presidencia del canal y estar sustentada por la debida documentación legal. Antes de decidir sobre la rectificación, la Presidencia del canal debe hablar sobre el asunto con los autores de la información.

Es conveniente aclarar y subrayar que el morbo que pueden suscitar determinados sucesos, o la vida privada de personas con notoriedad pública, no justifica en ningún caso la intromisión en la intimidad de los ciudadanos. El derecho a la intimidad debe ser especialmente respetado en los casos de sufrimiento y desgracia. El dolor de las víctimas es un sentimiento privado.

Aún cuando se aborden informaciones sobre desastres naturales, atentados, guerras o accidentes graves se debe respetar el derecho de las víctimas a no quedar expuestas a la mirada pública en los momentos más difíciles y dolorosos. Se debe respetar su decisión en caso de que no deseen ser entrevistadas o grabadas.

El uso de imágenes muy duras se debe limitar a los casos en que su emisión sea necesaria para entender el alcance de lo sucedido.

En teleSUR se evita el uso de los primeros planos de personas heridas y cadáveres, incluso si se trata de

víctimas de fenómenos de la naturaleza, como tifones o tsunamis. Se puede describir el horror sin causar más daño a sus víctimas.

En el caso de la cobertura informativa de funerales y entierros, se requiere la autorización expresa de los familiares o allegados directos de los fallecidos. En algunos casos, hasta del lugar donde se celebren los eventos funerarios.

El personal del área informativa de teleSUR, incluidos sus corresponsales o colaboradores, no deben difundir ni entregar a terceros los datos de identidad (número de teléfono, domicilio, correo electrónico, etcétera) facilitados por los protagonistas de informaciones o participantes en programas. Se debe, incluso, ser aún más cuidadoso con los datos privados de menores de edad.

Los menores de edad no deben ser incluidos en informaciones en las que estén expuestos al sufrimiento, al ridículo o a la explotación. En ningún caso pueden aparecer en las plataformas informativas de teleSUR sin el consentimiento de sus padres o tutores. De igual manera, teleSUR se abstiene de entrevistar a menores sobre temas relacionados con actividades delictivas o que violen su privacidad. Si por cualquier razón se estimase conveniente hacerlo, es obligatorio darle un tratamiento a la imagen y al sonido con el fin de evitar la identificación del menor. Se prohíbe difundir imágenes de niños en situaciones de vulnerabilidad o relacionadas con hechos delictivos.

Bajo ningún concepto se obtendrán - sobre la base de prácticas de acoso- datos de protagonistas, declaraciones o imágenes no autorizadas (incluyendo a menores), de figuras públicas o que gocen de notoriedad social, mucho menos en la puerta del domicilio familiar que es considerada, bajo todos los efectos, como un sitio-lugar y, por ende, inaccesible para los profesionales sin el permiso expreso de su titular.

Se debe ocultar el nombre y la identidad de los protagonistas de la información en los siguientes casos: menores acusados de transgresión de la ley, víctimas de violaciones o violencia doméstica. En el caso de personas que hayan sido víctimas de violaciones u otros delitos sexuales, la excepción al anonimato puede ocurrir si un tribunal devela la identidad por algún motivo de interés público, o si la persona afectada desea salir por su propia voluntad a la luz pública.

11. Escribir para la imagen

Hoy en día, el usuario de medios interactivos utiliza los contenidos de formas muy diferentes a como se hacía a través de los medios tradicionales. Esto se debe a que busca informarse cuanto antes acerca de la parte esencial de una noticia y decide, por sí mismo, cuándo y cuánto quiere profundizar. Por eso, nuestro “escribir para la web” debe ser de la mayor calidad y de la mayor precisión.

Se necesita de habilidades para obtener imágenes articuladas que cuenten una historia, que capturen un ambiente, una ubicación, un estado de ánimo, etcétera.

Los tamaños de las imágenes pueden ser long shot, wide shot, close shot y medio close-up.

Antes de ir a una entrevista o elaborar una pieza informativa, se debe realizar una investigación y planeación con base en las siguientes pautas:

- a. Pensar en las imágenes. ¿Qué apoyo visual servirá de soporte para la historia?
- b. Pensar en cómo son los lugares y si hay sonidos característicos. Recordar que el sonido puede disparar las visualizaciones de la imagen.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- c. Verificar las credenciales e historial de los entrevistados. No confiar sólo aquellos que dan referencias acerca de la validez de la fuente: “Tal Sr. es excelente para hablar sobre X tema”.
- d. Pensar en los problemas que puedan presentarse: seguridad, ruido, costumbres locales, caminos cerrados, ruido, permisos para grabar (hay sitios que requieren permisos y, si no se tramitan con antelación, se corre el riesgo de perder la entrevista y lo pautado)
- e. Regresar al entrevistado los documentos que haya prestado
- f. Cultivar los contactos

En todo caso, durante el proceso de recopilación de la información, la pregunta clave que debe guiar el trabajo periodístico es: ¿Por qué?

¿Por qué ocurre esto? ¿Por qué el entrevistado siente de tal o cual manera? ¿Por qué es importante para nuestra audiencia? ¿Por qué a nuestros pueblos esto debe interesarles o importarles? ¿Por qué debemos investigar esto? ¿Por qué estar en ese sitio y con ese entrevistado?

Mientras se escucha atentamente la información provista por el entrevistado, simultáneamente se debe pensar en las imágenes que hay que grabar y tomar en cuenta para la construcción del discurso multimedia.

Muchos de los recursos con los que cuenta la producción general de las noticias abarcan imágenes y situaciones sobre las cuales tenemos algo de control. No se tiene ningún control cuando se trata de noticias que surgen inesperadamente como tiroteos, disturbios, caídas de aviones, accidentes y muchas otras que tienen una dinámica propia y ajena a cualquier previsión.

Pero las piezas que involucran una investigación van de la mano con un plan de grabación y es ahí donde es necesario ser capaz de visualizar las imágenes clave.

La imagen es la que define cómo se va a narrar la información en televisión porque es a partir de ésta que emana el texto y no a la inversa. La televisión es un medio dominado por el valor de lo visual. Por eso, escribir el texto sin tomar en cuenta la imagen, supone ignorar para qué medio se está trabajando. La imagen por sí sola aporta datos que deben tomarse en cuenta a la hora de escribir un libreto o hacer un reporte en vivo. La imagen se complementa con los datos que aportan el texto y los sonidos de los protagonistas. Siempre hay que tener claro qué texto y qué imagen deben estar en consonancia y complementarse.

De tal suerte, si no existe esa correspondencia, no se logra construir una historia coherente y el espectador debe dividir su atención entre lo que ve y lo que oye e, irremediablemente, perderá gran parte de la información que se reporta. El texto, salvo excepciones, no describe lo que el espectador ve en pantalla, ni tampoco relata aquello que no muestra la imagen.

La imagen cede su protagonismo únicamente cuando se trata de noticias de última hora y de alto impacto o que, por su relevancia y repercusión, obliguen incluso a alterar la programación para dar un avance informativo. Se trata de coyunturas como un accidente de gran magnitud, un atentado terrorista, una catástrofe o el fallecimiento de una persona relevante, entre otras. En estos casos, lo que procede es informar a la audiencia lo antes posible, sin esperar a la siguiente emisión de noticias y sin esperar a contar con las imágenes de lo sucedido (se ocupan gráficas, un mapa del lugar de los hechos y se inician conexiones telefónicas con protagonistas, testigos, expertos y/o informadores).

En estos casos se interrumpe la programación para dar a conocer la noticia en cuestión, misma que se actualiza en la medida en la que nuestros redactores de piso obtengan los datos precisos y confirmados, al tiempo que los reporteros designados se movilizan al lugar de la noticia.

11.1. El contenido visual

En cuanto al contenido visual, se debe trabajar en la secuencia y plantearse la pregunta respecto a cuál es el mejor orden para construir la historia, así como escoger las imágenes clave que la cuenten de manera efectiva.

En el caso de aquellas historias que tienen menos imágenes visuales naturales, hay que apoyarse en otras posibilidades de visualización como por ejemplo:

- a. Imágenes de archivo de una situación previa o de eventos similares (pero nunca empezar la historia del día con imágenes de archivo a menos que esa imagen de archivo sea el objeto de la historia).
- b. Ilustración gráfica. Se pueden usar mapas, animación e incluso fotografías, pero siempre como última instancia.
- c. Ilustración ambiental o atmosférica. Se refiere a imágenes como ruedas girando, pies caminando, tomas de detalle de caras y maquinaria, árboles, nubes, lluvias, atardeceres, etcétera.

NO OLVIDES EL SIGNIFICADO DE LAS IMÁGENES:

- a. Lugar. Establece la ubicación del sitio, el país, la región, etcétera.
- b. Hecho o suceso. Sugiere directamente la información que se aborda.
- c. Interpretación de una imagen. Utiliza símbolos como, por ejemplo, pies cansados, los cuales sugieren cansancio; manos o caras arrugadas, que sugieren edad avanzada; pavimento mojado, el cual sugiere día de lluvia y, así, ocurre con todo lo que sea una asociación visual.
- d. Simbolismo. Un ejemplo de simbolismo son los logotipos o emblemas de las instituciones, de los equipos de fútbol, las banderas nacionales, las banderas de los equipos deportivos, etcétera.

11.1.1 La fotografía

Las fotos deben responder fielmente a la noticia. Cada una debe ir acompañada de una foto leyenda explicativa. En ningún caso se deben emplear fotos manipuladas. No se puede invertir una fotografía, ya se trate de paisajes, edificios o personas. Se debe evitar, en lo posible, el uso de fotos de archivo. Es importante cuidar la composición y estética de la imagen.

11.1.2 La foto leyenda

Proporciona información adicional acerca de la imagen que se utiliza. No debe tener más de una línea y debe indicar cuál es la fuente, entre paréntesis.

12. Abordaje de la imagen pública y privada

- No es aceptable la intromisión en la vida privada de una persona sin su consentimiento.
- Los informadores de teleSUR no deben provocar daños o descrédito injustificado a personas o instituciones. Se entiende como intromisión ilegítima la imputación de hechos no veraces o no comprobados.
- Las personas e instituciones invitadas a participar en los espacios de teleSUR tienen derecho a conocer con antelación las condiciones de su participación, por lo que se les debe informar si la entrevista será emitida total o parcialmente, o si será en vivo o diferido.
- Los invitados tienen derecho a conocer la identidad de las otras personas que asistirán al debate en estudio o vía remota. También se le debe informar a qué hora se va a transmitir el material periodístico, en qué espacio, en qué medios interactivos y cuáles son los horarios de reposición.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

- En función de sus criterios profesionales, los informadores y profesionales de teleSUR pueden elegir libremente los fragmentos que se van a editar y emitir, sin afectar el contexto en que fueron expuestas las declaraciones del entrevistado. Los entrevistados no pueden imponer ninguna condición ni criterio, ni antes, ni después de su participación.
- Puede ocurrir que las declaraciones de un entrevistado no estén a la altura de las expectativas informativas o que no se hayan respetado los criterios éticos de teleSUR. En estos casos, el canal se reserva el derecho de emitir la entrevista o declaraciones. Tal decisión debe ser comunicada a los corresponsales o colaboradores.
- Los entrevistados deben ser tratados con respeto y cortesía y se les debe garantizar el derecho a responder sin interrupciones a cada pregunta.
- Cuando sea necesario, las peticiones de participación se deben hacer por escrito e incluir los sitios de grabación. En caso de que sea necesario solicitar un permiso para tener acceso a sus instalaciones o al personal de las mismas, los profesionales de teleSUR deben tramitarlo sin que ello implique vulnerar sus derechos, ni su libertad editorial.
- Las personas invitadas para ser entrevistadas no tienen derecho a exigir previamente el cuestionario, ni a pactarlo. Sin embargo, sí pueden solicitar información respecto a los asuntos genéricos que serán abordados durante la entrevista.
- Tampoco los invitados de teleSUR tienen derecho a leer, oír o ver la entrevista antes de su emisión o publicación salvo que, de modo excepcional, por la relevancia de los contenidos, se haya pactado lo contrario. Si se trata de contenidos que afectan a menores, dicho pacto sólo se puede hacer con sus representantes legales.

13. Grabación de imágenes en lugares públicos y privados

Como se ha insistido hasta ahora, en los espacios privados se debe respetar el derecho a la intimidad. Por tanto, los profesionales de teleSUR se deben abstener de grabar o presionar para obtener imágenes o sonidos sin consentimiento en lugares de jurisdicción privada e, incluso, no deben divulgar la ubicación del domicilio de los protagonistas de la información, ni de sus familiares o de las víctimas de un suceso, sin su consentimiento.

Sin embargo, los sitios de acceso público tales como aeropuertos, centros comerciales o lugares de ocio no entran dentro de esa regla, en tanto, es legítimo grabar sin autorización previa de los propietarios o protagonistas cuando se trate de reflejar la participación de determinados personajes en delitos o la práctica de comportamientos antisociales.

14. Grabación sin consentimiento u oculta

Una regla más del periodismo es la que se ha mantenido a lo largo de los tiempos y se refiere a hacer visibles cámaras, grabadoras y micrófonos a fin de que las personas que serán objeto de una grabación o entrevista puedan decidir si colaboran o no y en qué términos lo harán. No se pueden emitir públicamente una imagen o declaraciones de personas que hayan sido grabadas con cámaras o micrófonos ocultos. Tampoco se pueden difundir aquellas grabaciones que se realizaron -por error o a propósito- después de que el entrevistado consideró que el espacio de la entrevista había concluido. A esta forma de actuar se le llama grabación fraudulenta y teleSUR no la acepta.

Los equipos deben apagarse en cuanto el entrevistado decida terminar la grabación, a la cual accedió. Lo que se diga *off the record* no puede ser difundido públicamente. Se entiende por *off the record* la información suministrada con el compromiso de no ser difundida. Esta petición debe siempre ser respetada por teleSUR. Asimismo, se debe preservar la fuente si ésta lo solicita, de acuerdo al principio de protección de la información de teleSUR.

MANUAL DE REDACCIÓN Y ESTILO PERIODÍSTICO PARA EL SITIO WEB DE teleSUR. NUESTRO ESCRIBIR PARA LA WEB

La grabación de una conversación telefónica debe ser advertida previamente al interlocutor salvo que se trate de un caso de interés público debidamente acreditado y se cuente con autorización previa de la Dirección informativa de canal. Las conversaciones telefónicas en las que el colaborador del canal se haya identificado previamente como informador de teleSUR, pueden ser grabadas y difundidas.

Los reporteros que cubran la fuente judicial deben ser muy cuidadosos en caso de que pretendan acompañar a patrullas policiales que tengan como misión realizar detenciones o redadas en lugares privados. Nuestra participación depende de las autorizaciones bajo las cuales se concreta el operativo. También debemos ser celosos a la hora de identificar a las víctimas y sus domicilios. En esos casos, el informador debe respetar las reglas anteriormente enunciadas.

Por otro lado, teleSUR se reserva el derecho de difundir aquellos materiales audiovisuales obtenidos por entidades ajenas a través de circuitos cerrados, en tanto los mismos pueden contravenir el derecho a la intimidad de los ciudadanos involucrados. Por otra parte, el canal también puede proceder a verificar la fuente para constatar que el material no ha sido manipulado.

15. Reglas para el uso del archivo

Ninguna historia debe comenzar con imágenes de archivo a no ser que sean el objeto principal del contenido. Cuando se apele al uso de imágenes de archivo en el cuerpo de la historia, el informador debe alertar al respecto en su libreto para que aparezcan identificadas de forma clara como tales, a fin de que los televidentes no las confundan con imágenes recientes. Los editores deben evaluar, en cada caso, si la identificación debe ir acompañada por la fecha de grabación o la procedencia (si es imagen propia o de agencias).

Con especial cuidado debe usarse el material luctuoso de archivo que contenga imágenes y/o sonidos de dolor a fin de no reavivar sentimientos de angustia en las víctimas.

teleSUR privilegia el uso de imágenes producidas por su personal durante el día y recurre a las imágenes de archivo únicamente para contextualizar la información que se quiere difundir.

16. El informador en la pantalla

Los presentadores y profesionales de teleSUR que salgan a pantalla y en diversas plataformas informativas deben ser evaluados con base en su naturalidad, vocalización, capacidad de improvisación y conocimiento acerca de los temas internacionales. Los criterios de estética e imagen se fundamentan en la adecuada vestimenta y arreglo personal y no en la exigencia de juventud o criterios estéticos comerciales.

El arreglo personal es de gran importancia para quien sale a cámara o pantalla. Estudios muestran que los televidentes ponen mucha atención al cabello, a la cara, al estado de ánimo, a la ropa e, incluso, a lo que se hace con las manos mientras se habla. El presentador y reportero en pantalla transmiten un gran arsenal de información y expresión con su sola presencia física.

El libro *Silent Messages*, de Albert Mehrabian, revela algunas cifras estadísticas que ponen en evidencia la importancia del arreglo personal del ancla, informador y reportero de teleSUR. De acuerdo a Mehrabian, la gente que sale a cuadro comunica de manera diferente según los siguientes criterios:

1. 55% del mensaje proviene del lenguaje corporal
2. 38% del mensaje proviene del tono y la actitud

3. 7 % del mensaje proviene de las palabras.

En resumen, a la hora de comunicar, tiene más peso el comportamiento no verbal de una persona que sus palabras. Esto es válido tanto para los reporteros cuando graban con sus cámaras o presentan sus reportes en vivo, como para los presentadores de programas informativos. Para estos últimos, la exigencia referente a su aspecto personal es aún mayor.

16.1 Los presentadores de programas informativos

Asumir la responsabilidad de ser los intermediarios entre el espectador y la actualidad que diariamente se cuenta en teleSUR, exige de los presentadores o anclas contar con la mayor credibilidad posible. Ellos son finalmente, quienes dan a conocer el resultado del trabajo en equipo. Para el espectador, el presentador es el principal responsable del relato informativo. Cuanto haga y diga, el modo en que lo haga y los elementos estéticos utilizados (incluyendo vestimenta, peinado, etcétera) son tomados en cuenta.

Bajo ninguna circunstancia la actitud del ancla debe distraer la atención del público para que la retire del relato informativo, de las historias o noticias que de a conocer. Cabe mencionar que el reto diario de teleSUR es ocupar un nivel profesional de excelencia informativa. Sus fundamentos para lograrlo son el trabajo en equipo y el despliegue de un estilo propio, que sea valorado y reconocido por la audiencia y que busca posicionarse en la mente de su público.

16.2 El reportero en coberturas en vivo de noticias especiales.

La calidad de los noticieros informativos diarios es otro de los retos cruciales de teleSUR. En este sentido, el reportero desempeña un papel importante, ya que tiene a su cargo la ejecución de una cobertura en vivo. En ese caso, debe mantener el rigor respecto a la forma y el fondo de los contenidos de la noticia. Su única función es informar al espectador y actualizar la información según se conozcan nuevos elementos al respecto. Debe evitar ofrecer datos erróneos, expresar frases incorrectas, hacer movimientos bruscos o extraños. Es conveniente tener presente que el ambiente que exista en el lugar del suceso a cubrir (euforia o tristeza, por ejemplo) no debe afectar a la imparcialidad ni a la calidad del trabajo del informador, que puede dar la noticia en un reporte o entrar en diálogo con el presentador que está en el estudio, según lo amerite el suceso.

Si ese fuera el caso, los datos e ideas que proporcione el periodista que reporta en vivo desde el lugar del suceso, debe ir en consonancia con las preguntas formuladas desde el estudio, mientras que el contenido de su reporte no debe ser similar a lo dicho inmediatamente antes por el presentador de estudio. El periodista que esté en el lugar de la noticia debe ofrecer datos sustanciales y abundar sobre la información que ofreció el presentador. El contenido del reporte en vivo tampoco debe ser el mismo de una historia que le anteceda y que esté relacionada con la noticia en cuestión.

Si el reporte en vivo se hace en movimiento (sólo son aceptables cuando la noticia y el escenario lo requieran y lo permitan) debe evitarse hacer movimientos de cámara forzados y de gesticulación rápida. Es recomendable que el ritmo de paseo por el lugar del suceso sea lento o similar al movimiento de la cámara. Con esto se evita crear angustia o estrés en el televidente.

La mayoría de los pases en vivo deben llevar el micrófono con el logotipo del canal (en aras de reforzar la marca), pero habrá pases en VIVO en los que resulte imprescindible disfrutar de libertad de movimientos y poder usar las manos para gesticular.

Si bien el informador debe cuidar su imagen y velar siempre por su arreglo personal, debe ser

cuidadoso respecto al atuendo que utilice con el fin de garantizar que el espectador no desvíe su atención del relato informativo.

En aquellos reportes cubiertos o tapados con imagen, debe evitarse cualquier tipo de incoherencia en lo que se dice.

En el caso de entrevistas en VIVO realizadas por el informador que ha sido enviado “al lugar de la noticia”, se debe tener en cuenta que es importante ser breve en las introducciones, preguntas, despedidas y agradecimientos, hacer preguntas directas y claramente expresadas, y centrar el protagonismo en el entrevistado y, en ningún caso, en el entrevistador o presentador.

La televisión tiene el potencial de darle al espectador la sensación de que estuvo en el lugar de los hechos y de vivir esa experiencia. Para ello, el reportero debe ser capaz de conectar un suceso con la percepción sensorial del espectador a fin de generar en él, paulatinamente, una preferencia por el canal debido al efecto vivencial que ofrece a la audiencia.

Ejemplo: Cobertura de una tormenta o de intensas lluvias

Hecho: 7 pulgadas de lluvia cayeron durante la noche

Experiencia con la que podemos conectar con el espectador: agua saliendo de una casa, arruina miles de dólares gastados en tapetes, muebles y equipos electrodomésticos.

Lo que no se debe pasar por alto:

Si bien la presencia oportuna de teleSUR en el lugar donde se produce la noticia evidencia su capacidad de despliegue, la intención primordial del canal es ofrecer la mayor credibilidad posible respecto a las noticias que transmite y eso se logra sólo con un reporte que cumpla con los requisitos mencionados en los capítulos anteriores.

A continuación se indican algunas reglas, cuyo seguimiento por parte del informador mejora el acto de comunicar:

- Usar verbos en voz activa en los reportes
- Usar verbos poderosos
- Evitar el uso de palabras o frases redundantes
- Ser original
- Usar un lenguaje incluyente y pensamientos sencillos
- Estructurar las ideas
- Ofrecer detalles porque dan textura y causan impacto
- Ser breve

16.2.1 “Stand Up” o “Cámara del periodista” en una historia

Ante todo, vale la pena preguntarse: ¿Por qué “grabar con cámara”? Si la respuesta es: “Ayuda a contar la historia”, entonces hay que optar por ese camino, pues es el correcto. Aquí es importante programar el uso de “cámara” para que aparezca un par de oraciones cortas. Con eso, es suficiente. El “Stand up” puede salir al inicio (no es usual en teleSUR), en medio o al final de la historia. El mejor lugar es donde ayude a contar mejor la historia.

Muchos reporteros experimentados lo colocan al final porque les permite ofrecer algo de análisis, pero si se cuenta con buenas imágenes, es preferible dejar al espectador con una imagen importante que aporte algo acerca de la historia.

Se usa en medio como “cámara puente” para unir dos pensamientos relacionados.

En cualquiera de los casos, el periodista debe darle prioridad al cuidado y a su buen arreglo personal (no por vanidad). Es importante tener presente que los espectadores ponen mucha atención al cabello, al rostro, al estado de ánimo y la ropa de quien aparece en pantalla. Incluso, se fijan en lo que éste hace con las manos, mientras habla.

Es importante escoger un sitio emblemático o que tenga recursos de escenario que enriquezcan la historia. También hay que cuidar el sonido del lugar para evitar que el reportero se vea obligado a elevar la voz o gritar. Salvo que la importancia de las imágenes lo aconseje, carece de sentido que la intervención del informador resulte inaudible o incomprensible por haberse realizado con el ruido de fondo de un helicóptero, de una lancha o de una ovación. Hay que tener siempre muy presente que la función del reportero en cámara es enriquecer la información.

Un reportero debe grabar “cámara” o “stand up” sólo cuando se encuentre en la ciudad o sitio en donde se origine la noticia o la historia.