

MANUAL DE ESTILO
DE LA CORPORACIÓN OAXAQUEÑA
DE RADIO Y TELEVISIÓN





MANUAL DE ESTILO DE LA CORPORACIÓN OAXAQUEÑA DE RADIO Y TELEVISIÓN

ÍNDICE

Presentación	----4	10. Principios básicos de escritura	---22
1. ¿Cómo usar el Manual de Estilo de la CORTV?	----5	10.1. Acentuación	
2. Principios y lineamientos	----6	10.2. Uso de mayúsculas	
2.1. Los términos periodísticos		11. Errores frecuentes al expresarse	---23
2.2. El interés público o colectivo		11.1. Pronunciación	
2.3. El interés periodístico		11.2. Cacofonía y rima	
3. Géneros periodísticos	----9	11.3. Concordancia de género y número	
4. Criterios editoriales	---10	11.4. Anglicismos	
5. Enfoque para temas sensibles	---10	11.5. Regionalismos	
5.1. Niñas, niños y adolescentes		12. Lo que empobrece el lenguaje	---26
5.2. Violencia		12.1. Frases hechas	
5.3. Violencia contra las mujeres		12.2. Muletillas	
5.4. Delincuencia		12.3. Redundancias	
5.5. Discapacidad		12.4. Lenguaje ofensivo	
5.6. Personas Indígenas		13. Documentos institucionales	---28
5.7. Sexo		13.1. Oficio	
5.8. Adicciones, drogas y alcohol		13.2. Memorando	
6. Lenguaje	---15	13.3. Tarjeta informativa	
7. Estilo	---15	13.4. Correo electrónico	
7.1. Estilo directo		14. Glosario	---29
7.2. Estilo indirecto		15. Bibliografía	---31
7.3. Estilo periodístico			
7.4. Recomendaciones específicas para las y los locutores			
8. Redacción	---18		
9. Ortografía	---19		

PRESENTACIÓN

El **Manual de Estilo de la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV)** es uno de los documentos básicos que guían los programas y los contenidos que produce este medio público de comunicación.

La reunión de estos principios generales para la creación de material escrito y audiovisual nos permite unificar criterios, uniformar el estilo para ejercer el periodismo, enfocar con precisión temas sociales sensibles y atender el uso correcto de la ortografía y la redacción. Inclusive, establecer un “tratamiento lingüístico justo y adecuado” de las audiencias que defienden los derechos humanos de los grupos sociales enfocados al manejo del lenguaje no sexista.

La palabra, la imagen, el sonido y la tecnología son la esencia de los medios de comunicación que permiten explicar con más fidelidad la historia reciente de una sociedad. De esta manera, entrevistar a un personaje público o contar la historia de una comunidad, implica un uso apropiado del lenguaje y un riguroso proceso donde la selección de imágenes, la calidad del sonido y el desarrollo de la información explique el qué, el cómo, el cuándo, el por qué y el para qué de ese hecho.

Sin embargo, para ello, los medios públicos de comunicación tienen que remontar dos prejuicios: su credibilidad frente a las audiencias y la sobreoferta de información en diferentes plataformas como la televisión, la radio, los impresos y la web.

Frente a esos retos, la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV) combina innovación y creatividad para presentar una oferta de contenidos distinta, y a la vez complementaria, que hoy le permite ser una opción para las audiencias.

El otro desafío consiste en ciudadanizar la toma de decisiones para que sean las audiencias quienes determinen qué y con qué calidad quieren recibir la programación de la CORTV en sus hogares, frente al cambio histórico de la televisión y la radio analógica a la digital.

En suma, seguimos construyendo un medio de comunicación al servicio de la ciudadanía oaxaqueña, siempre con un alto sentido de la responsabilidad pública, aquella que se entiende como ofrecer un servicio pertinente y de calidad.

Sólo nos resta agradecer a cada una de las personas que participaron en la elaboración de este manual por sus comentarios, experiencias y críticas. Tengan por seguro que son partícipes del momento transformador de la televisión y la radio públicas de Oaxaca.

Lic. Emilio de Leo Blanco
Director General de la CORTV

1. ¿CÓMO USAR EL MANUAL DE ESTILO DE LA CORTV?

El **Manual de Estilo de la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV)** está dividido en quince capítulos que permiten el uso indistinto del documento.

Si existe el interés por conocer los **Principios y lineamientos** del quehacer periodístico, precisar sus **Géneros**, confirmar los **Criterios editoriales** y saber cómo lograr el mejor **Enfoque para temas sensibles** como la violencia contra las mujeres, la delincuencia, las adicciones, etc., pueden consultarse los capítulos dos, tres, cuatro o cinco.

En cambio, si se requiere precisar qué lenguaje, estilo, orden y claridad de mensajes se utilizará para presentar los contenidos, se deben consultar los capítulos seis, siete y ocho.

Por su parte, los capítulos nueve y diez son un breviario de las normas de ortografía más consultadas en el quehacer diario, de ahí que contengan ejemplos sencillos y prácticos que confirman dichas reglas.

Asimismo, para las personas que buscan los detalles y la precisión en el lenguaje, se agregaron los capítulos **Errores frecuentes** y **Lo que empobrece el lenguaje**, cuya finalidad es evitar las frases hechas, las redundancias o expresiones ofensivas para las audiencias.

Por último y no menos importante, se presentan las recomendaciones para la redacción de **Documentos institucionales** y un **Glosario** con los términos utilizados en el lenguaje televisivo, radiofónico, impreso, de la web y las redes sociales.

Es importante mencionar que cada uno de los capítulos y sus secciones tienen una numeración y foliado, lo que facilita su ubicación en todo el texto.

2. PRINCIPIOS Y LINEAMIENTOS

2.1. Los términos periodísticos

La mayoría de los medios de comunicación adoptan definiciones del lenguaje o conceptos que se reflejan en los contenidos que producen y que son evaluados en las mesas de redacción de los diarios, las televisoras, radiodifusoras o agencias de noticias en línea, los cuales se conocen como “términos periodísticos”.

El uso continuo o la rutina del trabajo, trastocan el sentido de estos conceptos hasta perder su propósito original, incluso multiplicando los errores al utilizarlos, de allí la importancia de identificar su uso, emplearlos con precisión y aplicarlos con claridad.

De esta manera, nuestro eje rector es el periodismo, conceptualizado como **una forma de comunicación social a través de la cual se recaban, jerarquizan, analizan y se dan a conocer los hechos de interés público.**

En tanto que, la difusión de acontecimientos ignorados por el público o de aspectos desconocidos de un hecho ya sabido los identificamos como información.

Con este entendido, cualquier información periodística debe responder a las siguientes preguntas esenciales: **qué, quién, cómo, cuándo, dónde, y por qué del acontecer social.**

Si la información tiene las características necesarias para su difusión, el sujeto fundamental del periodismo — como es la o el periodista —, también debe responder a determinadas obligaciones, principalmente:

- 1) La responsabilidad profesional:** que implica el dominio de las técnicas del periodismo y el manejo correcto del lenguaje.
- 2) La responsabilidad social:** que consiste en el apego a la verdad y la vocación de servicio a la comunidad.

Para una consulta práctica de lo expresado hasta aquí, el **Manual de Estilo de la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV)** al final anexa un **Glosario** de aquellos conceptos utilizados con más frecuencia en el quehacer periodístico que le permitirá a las y los usuarios aclarar, ampliar o precisar conceptos.

2. 2. El interés público o colectivo

El periodismo no se ocupa de cualquier acontecimiento sino de aquellos hechos que despiertan, pueden o deben despertar el interés social o el interés público.

Las y los profesionales del periodismo deben discernir entre lo que al público le interesa y lo que debe interesarle, y para ello, seleccionar y aplicar determinados criterios que son conocidos como factores de interés periodístico.

2. 3. El interés periodístico

Los factores más comunes de interés periodístico son los siguientes:

1) Actualidad:

Es la oportunidad y la periodicidad. La actualidad periodística se refiere siempre al momento en que se conoce o se produce el hecho.

2) Conflicto:

Se refiere a contiendas, pugnas de hechos o conceptos entre distintas fuerzas.

3) Expectación:

Se trata de los acontecimientos que se desarrollan en el transcurso de varios días y cuyo desenlace mantiene el interés público.

4) Hazaña:

Lo que una mujer u hombre, un grupo de personas u otro ser vivo realizan y que está por encima de lo que sus semejantes o el común pueden ejecutar.

5) Magnitud:

Es lo relativo a las grandes o pequeñas proporciones de los hechos, de tal manera que sus alcances se vuelven periodísticos.

6) Progreso:

Consiste en los adelantos del conocimiento, de la técnica, de la ciencia, que suscitan siempre el interés público.

7) Prominencia:

Se refiere al carácter relevante que poseen algunas personas, lugares, animales, otros seres vivos, fenómenos o cosas.

8) Proximidad:

Puede ser física o mental. La primera atañe a los hechos que se relacionan con personas, lugares u objetos cercanos. La segunda, cuando los hechos resultan próximos al ánimo del público.

9) Rareza:

Es aquel acontecimiento que se aparta de la rutina y de lo esperado. Estos hechos frecuentemente alcanzan un rango periodístico.

10) Trascendencia:

Son todos los hechos que tienen repercusión en un sector o en toda la sociedad y afectan su porvenir.

3. GÉNEROS PERIODÍSTICOS

Estos géneros son conocidos como formas de expresión o categorías en que es posible articular el contenido periodístico. Aunque existen varias clasificaciones, para usos de la CORTV se dividen en dos:

a) Géneros periodísticos informativos: noticia, entrevista y reportaje.

b) Géneros periodísticos opinativos: editorial, artículo, crónica, columna y opinión.

1) Noticia: es considerada “el motor” del periodismo en tanto género fundamental. Su propósito es dar a conocer los hechos de interés colectivo. Es decir, informa el hecho actual, desconocido, inédito, de interés general pero sin calificarlo.

2) Entrevista: es la conversación entre uno o varios periodistas y uno o varios entrevistados, mujeres u hombres, con el propósito de recoger información, noticias, opiniones, comentarios, interpretaciones o juicios.

3) Reportaje: Es el género estelar porque incluye a la noticia, la entrevista o la crónica. Los reportajes son los grandes tratados que investigan, describen, informan e inclusive entretienen. En esencia, el reportaje profundiza en el tema, argumenta una tesis o narra un suceso.

4) Editorial: es la posición política o ideológica de la empresa o el medio de comunicación sobre temas específicos. No aparece firmada.

5) Artículo: es un género subjetivo clásico. Expone opiniones o juicios sobre noticias importantes o sobre temas de interés general, pudiendo o no ser de actualidad.

6) Crónica: es la exposición o narración de un acontecimiento en el orden que fue desarrollándose. Se caracteriza por transmitir las impresiones del cronista. Entre otras virtudes, recrea la atmósfera en que se produce determinado suceso.

7) Columna: es un texto que trata con brevedad uno o varios asuntos de interés colectivo. Tiene dentro de sus características que su título no varía, se ubica en el mismo espacio periodístico y tiene periodicidad.

8) Opinión y análisis: es la exposición y argumentación de un hecho de interés público que se realiza a título personal o a nombre de una institución en torno a un tema en específico.

En estos últimos dos géneros periodísticos, la CORTV informará explícitamente a las audiencias que los contenidos forman parte de la barra de opinión y análisis, los cuales representan el punto de vista del autor o autora y no necesariamente de la institución.

4. CRITERIOS EDITORIALES

- 1) Privilegiar aquellas emisiones que muestren la pluralidad de la sociedad, una perspectiva crítica de la realidad y la riqueza cultural de Oaxaca, México y el mundo.
- 2) Ofrecer una perspectiva distinta, con énfasis en el compromiso social y la reflexión sobre hechos políticos y culturales del momento.
- 3) Informar con veracidad, equilibrio, respeto, apertura y tolerancia.
- 4) Promover las posiciones, tendencias, voces ideológicas, políticas, sociales, artísticas y culturales desde perspectivas diversas, amplias e incluyentes y sin tomar partido por alguna.
- 5) Promover el periodismo de servicio social a la comunidad.

5. ENFOQUE PARA TEMAS SENSIBLES

La Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión (CORTV) define como temas sensibles aquellos incluidos en programas que exigen un mayor manejo ético por su propia naturaleza y por el tipo de público al que están dirigidos.

El presentar algunas normas para el manejo de los contenidos en la barra de programas permite cumplir con el derecho a la información, el respeto a las personas y la misión social de la radio y la televisión.

Las direcciones de Noticias, Radio y Televisión aplican un estricto proceso de verificación de la información que involucra a las niñas, niños y adolescentes, y utilizan imágenes que garantizan sus derechos a la intimidad personal y familiar, a su honor y al de su propia imagen.

Las leyes locales, federales e internacionales se ven respaldadas en nuestro Código de Ética, el cual impide la difusión de información, imagen o dato donde las y los menores de edad sean las víctimas, testigos o inculpados en un proceso judicial, principalmente de delitos sexuales.

5. 2. Violencia

Toda información que difunda la CORTV sobre hechos de interés colectivo que presenten violencia tendrá contexto y explicación durante su transmisión.

Salvo que sea necesario, se utilizarán audios e imágenes de hechos y declaraciones, sin que excedan los límites permitidos en el manejo informativo.

No se permitirá que una persona sin identificar o cubierta del rostro sea considerada como fuente de información.

Cuando la violencia se presente en producciones artísticas, científicas o periodísticas, serán advertidas con una cortinilla preventiva en tanto forma de respeto al público.

La CORTV de ninguna manera permitirá contenidos que inciten a la violencia contra las mujeres o promuevan comportamientos machistas, xenófobos, racistas u homófobos.

Al respecto, existe el compromiso institucional de promover información e imágenes que erradiquen la discriminación a la mujer y la violencia doméstica.

En este sentido, se tienen reglas básicas para el manejo de la información que son utilizadas por los medios de comunicación públicos en el mundo, entre otras:

- 1) Evitar modelos que lesionen la dignidad de la mujer.
- 2) Respetar la identidad y el dolor de la víctima.
- 3) No confundir el morbo con el interés social.
- 4) Extremar la precaución en el uso de fuentes y datos.
- 5) Utilizar un lenguaje puramente informativo.
- 6) Evitar adjetivos, frases hechas y/o tópicos que puedan introducir ciertas dosis de frivolidad y de banalización.
- 7) Dar información útil.

5.4. Delincuencia

En este aspecto, el manejo de la información estará sujeto a las siguientes consideraciones:

- 1) Evitar cualquier tipo de apología del delito.
- 2) Asumir que toda persona es inocente mientras no haya sido condenada judicialmente.
- 3) Está prohibido el uso de datos e imágenes de personas menores de edad presuntamente acusadas ante las autoridades judiciales.
- 4) Respetar los derechos de las víctimas.

5. 5. Discapacidad

En este tema, debe evitarse difundir percepciones estereotipadas, sesgadas o producto de los prejuicios sociales que pudieran subsistir.

- 1) Evitar términos como: “discapacitado”, “inválido”, “minusválido”, “disminuido”, “anormal”, “atípico”; o diminutivos como: “cieguito”, “sordito”, “enfermito”, “loquito”, “chuequito”, “enanito”, “tontito” o “mongolito”.
- 2) Evitar los diminutivos, bajo aparentes o legítimos sentimientos de compasión o simpatía.
- 3) Ser directa o directo al expresarse. Por ejemplo, hay que hablar de personas con síndrome de Down y nunca de “subnormales”.
- 4) Las normas jurídicas identifican a este sector de la población con la expresión por sus “discapacidades” y ya no por sus “capacidades diferentes”; por tanto es la primera expresión y no la segunda la que debe emplearse.
- 5) Evitar el uso de imágenes, testimonios o sonidos que transmitan aislamiento social o despierten compasión o rechazo hacia las personas en esta condición.
- 6) Anteponer a la persona y después su descripción: Incorrecto: “Autistas”, correcto: “Personas con autismo”.

5. 6. Personas Indígenas

En la CORTV se evitan visiones estereotipadas sobre asuntos referidos al origen de las personas, la migración, el racismo y la xenofobia.

Oaxaca es un estado pluricultural, donde el término indígena se aplica a todo aquello que es relativo a una población originaria.

5.7. Sexo

Para la programación de contenidos con implicaciones sexuales, ésta deberá sujetarse a la autorización y a las normas de clasificación de audiencias de la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía de la Secretaría de Gobernación.

En caso de que el contenido lo amerite, se dará a conocer previamente que el programa incluye escenas que requieren de un amplio criterio de parte del público, como una forma importante de diferenciarse en la oferta televisiva.

5.8. Adicciones, drogas y alcohol

La CORTV abordará estos temas con enfoques médicos, psicológicos, antropológicos o periodísticos y de ninguna manera hará apología del consumo de alcohol o de cualquier variante de droga.

6. LENGUAJE

La CORTV está obligada a aplicar, estimular y difundir el buen uso del idioma castellano, por eso se cuidará la aplicación de las normas para expresarlo.

En el caso del lenguaje multimedia, es decir, la combinación de texto, videos, audios, fotos, se cuidará que todas sus aplicaciones e interacciones con las y los usuarios sean claras y precisas.

Asimismo está obligada a que en los contenidos en otro idioma para la televisión, se aplique la traducción para el doblaje con voz o subtítulaje.

7. ESTILO

El estilo es la manera característica de escribir o hablar. La CORTV debe distinguirse por un estilo directo, claro y preciso de los contenidos.

7.1. Estilo directo

Es el que reproduce las palabras textuales de alguna persona. La forma de introducirlo es escribir dos puntos después del verbo y, a continuación y entrecomillada, las palabras textuales que se quieren reproducir. Por ejemplo:

- El presidente de Estados Unidos, Barack Obama dijo: “Este viaje a Puerto Rico es un mensaje a todos los hispanos”.

7.2. Estilo indirecto

Es el que reproduce lo que alguna persona ha dicho, pero sin emplear sus palabras textuales.

A diferencia del estilo directo, después del verbo no se escriben dos puntos, sino que se introduce la conjunción “que” y se cambia el tiempo verbal de acuerdo con la oración subordinada. Por ejemplo:

- El presidente de Estados Unidos, Barack Obama dijo que cómo podía mantenerse cuerdo con tanto calor.

7.3. Estilo periodístico

El estilo periodístico es el estilo en prosa utilizado para el quehacer diario en los periódicos, la radio, la televisión y la web.

Los hechos, declaraciones y opiniones de interés colectivo se explican en términos de mayor a menor importancia.

7.4. Recomendaciones específicas para las y los locutores

Para iniciar su turno, las locutoras o locutores deberán presentarse al concluir la identificación de la estación, saludar brevemente a la audiencia, proporcionar su nombre, el horario en el que estará locucionando, así como presentar el programa y/o espacio musical a transmitir.

La locución deberá estar de acuerdo con la dinámica de cada barra musical, manteniendo el ritmo, tono de voz y volumen.

Durante la locución, se deberán mencionar alternadamente:

a) **Datos de la emisora:** Frecuencia en la que transmite, número telefónico, correo electrónico, página de internet, twitter, etcétera.

b) **Recomendaciones:** Compartir información de interés para el auditorio respecto a temas referentes a protección civil, asistencia social, cuidado del medio ambiente, actividades culturales, actividades educativas y lugares turísticos, entre otros. Dicha información será proporcionada por la Coordinación de Contenidos y Gestión de la CORTV.

c) **Salutación:** Al recibir mensajes de la audiencia en los que se solicite hacer mención en vivo se deberán considerar las siguientes características:

- Evitar leer textualmente los mensajes de teléfono celular.
- Los mensajes deberán ser breves y mencionados al final de cada bloque musical, haciendo únicamente mención del nombre de las personas que participan.
- No hacer mención de sobrenombres o apodos.
- No repetir un mismo mensaje.
- No hacer uso de frases y adjetivos calificativos que impliquen lazos de amistad entre quien locuciona y alguna persona de la audiencia.
- Quedan prohibidos los comentarios personales respecto a situaciones políticas y sociales, tal como lo establece el Código de Ética de la CORTV.

En los casos en los que sea necesario hacer mención de piezas musicales, nombres de intérpretes, discografía y otros datos en lengua extranjera, es importante tener una pronunciación lo más cercana posible a la de la lengua de origen. En caso de no conocer la pronunciación de algún término, es preferible recurrir al castellano a partir de la grafía. Lo anterior sin contravenir el apartado **11.4** de este documento referente a los anglicismos.

8. REDACCIÓN

En la redacción periodística, principalmente de las noticias, es importante responder al comienzo a todas las preguntas básicas acerca de un acontecimiento: quién, qué, cuándo, dónde y por qué.

Esta estructura periodística se llama “pirámide invertida”, en alusión a la relevancia decreciente de la información, según se desarrolla.

De ahí, la importancia de que toda información sea revisada por el o la autora de los contenidos.

La redacción periodística debe ser entendida por la mayoría de las y los lectores y la audiencia, además de ser atractiva, breve, concisa y precisa. Por ello es necesario que se ajuste a:

- La claridad en la expresión.
- La sencillez en el lenguaje.
- El uso de palabras comunes.
- El empleo de párrafos breves con frases simples y directas.
- Contenido interesante y veraz.

9. ORTOGRAFÍA

Llamamos signos ortográficos a todas aquellas marcas gráficas que, no siendo letras ni números, aparecen en los textos escritos con el fin de contribuir a su correcta lectura e interpretación. Cada uno de ellos tiene una función propia y usos establecidos o convencionales.

El **Manual de Estilo de la Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión** identifica dos tipos de signos ortográficos: de puntuación y auxiliares.

Los **signos de puntuación** son signos ortográficos cuya función principal es delimitar las unidades del texto para facilitar su correcta interpretación.

1) Punto

Su uso principal es señalar gráficamente la pausa que marca el final de un enunciado que no sea interrogativo o exclamativo, de un párrafo o de un texto. Se aplica al final de una frase o texto, como punto y seguido, punto y aparte o punto final o tras las abreviaturas.

2) Coma

La coma suele indicar una pequeña pausa que se hace al hablar o en el sentido del texto o la idea que se describe. Este signo separa los elementos de una serie de palabras o de grupos de palabras, inclusive oraciones, de idéntica función gramatical, cuando no van unidas por una conjunción.

3) Punto y coma

Separa oraciones completas, relacionadas y de cierta extensión, en especial si alguna de ellas contiene comas.

Ejemplo: Quienes conducen sin respetar las señales de tráfico, saltándose los semáforos; quienes estiman que el coche les otorga superioridad sobre los peatones; los que insultan a quien hace uso de sus derechos en la calle o reprende su mal comportamiento son ejemplares muy peligrosos de la moderna fauna ciudadana.

4) Dos puntos

Los dos puntos deben utilizarse en los siguientes casos:

1. Antes de las enumeraciones.
2. Después de las fórmulas introductorias.
3. Para introducir citas textuales.

5) Puntos suspensivos

Se emplean cuando dejamos el sentido de la frase en suspenso, sin terminar, con la finalidad de expresar matices de duda, temor, ironía.

Ejemplo: Quizás yo... podría...

También se aplican cuando se interrumpe lo que se está diciendo porque ya se sabe su continuación, sobre todo, en refranes, dichos populares, entre otros.

Ejemplo: No por mucho madrugar...

O también cuando al reproducir un texto, se suprime algún fragmento innecesario. En tal caso, los puntos suspensivos se suelen incluir entre corchetes [...] o paréntesis (...).

6) Paréntesis

Se utilizan para encerrar oraciones o frases aclaratorias que estén desligadas del sentido de la oración en la que se insertan.

Ejemplo: En mi país (no lo digo sin cierta melancolía) encontraba amigos sin buscarlos...

También para encerrar aclaraciones, como fechas, lugares, etc.

Ejemplo: La ciudad de Oaxaca (llamada por los antiguos pobladores como el lugar “en la punta del guaje”) es patrimonio histórico y cultural de la humanidad.

7) Raya

Se emplea para señalar cada una de las intervenciones de los personajes en un diálogo.

Ejemplo: - Hola, ¿cómo estás?

- Yo, bien, ¿y tú?

También se aplica para limitar las aclaraciones que el narrador inserta en el diálogo.

Ejemplo: - ¡Ven aquí -muy irritado- y enséñame eso!

8) Comillas

Se emplean al principio y a final de las frases que reproducen textualmente lo que ha dicho un personaje.

Ejemplo: Fue Descartes quien dijo: "Pienso, luego existo".

También cuando queremos resaltar alguna palabra o usamos una palabra que no pertenece a la lengua castellana.

Ejemplo: Ese "Einstein" no tiene ni idea de lo que dice.

9) Signos de interrogación

Se utilizan en las oraciones interrogativas directas. Señalan la entonación interrogativa del hablante.

Su uso es al principio y al final de la oración interrogativa directa.

Ejemplo: ¿Cómo está la familia?

10) Signos de exclamación

Se usan para señalar el carácter exclamativo de la oración. Es decir, se escriben para empezar y finalizar una oración exclamativa, exhortativa o imperativa.

Ejemplo: ¡Siéntate!

Nota: Jamás se escribe punto después de los signos de interrogación y de exclamación.

10. PRINCIPIOS BÁSICOS DE ESCRITURA

10.1. Acentuación

Llamamos tilde o acento ortográfico al signo que tiene como funciones: indicar la mayor fuerza respiratoria de una sílaba cuya vocal la lleva y ayuda a distinguir una palabra de otra escrita con iguales letras.

El primer ejemplo se aplica con palabras como pájaro, esdrújula, caminó, útil; y el segundo, también conocido como acento diacrítico, distingue a una palabra de otra escrita con igual escritura, como: sólo (adverbio), frente a solo (adjetivo); o él (pronombre personal), frente a el (artículo).

Se distinguen cuatro clasificaciones de palabras con acento ortográfico:

Agudas: se acentúan en la última sílaba (razón, cortés, sofá). Llevan tilde o acento ortográfico cuando terminan en “n”, “s” o vocal.

Graves: se acentúan en la penúltima sílaba (árbol, cáncer, álbum). Llevan tilde o acento ortográfico cuando terminan en cualquier consonante que no sea “n” o “s” (azúcar, ámbar), aunque hay excepciones como fórceps, bíceps, tríceps, cuatríceps.

Esdrújulas y sobreesdrújulas: están acentuadas en la antepenúltima sílaba o en las sílabas precedentes (matemáticas, mayúsculas, búsqueda, quédatelo). Todas ellas llevan tilde o acento ortográfico.

10.2. Uso de mayúsculas

Se usan mayúsculas en:

- Los nombres propios (personas, países e instituciones).

Ejemplos:

- a. Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión.
 - b. Secretaría de Finanzas.
 - c. Gobierno del Estado de Oaxaca.
- Al inicio de un párrafo.
 - Después de un punto.

Nota: Recuerde que los signos de cierre de admiración e interrogación también funcionan como punto.

Las mayúsculas no deben utilizarse en:

- **Los cargos y títulos:** el presidente de la república, el papa Juan Pablo II, el director general, el alcalde y todos los títulos académicos como licenciado, maestro, doctor, etcétera.
- **Títulos de santos, vírgenes y religiosos,** los cuales se consideran como cargos: san Miguel, san José, la virgen María, la virgen de Guadalupe.

11. ERRORES FRECUENTES AL EXPRESARSE

11. 1. Pronunciación

La información para radio y televisión se escribe para leerse, sin embargo, en ninguno de los casos se deben exentar las reglas gramaticales, por eso se recomienda que:

- a. Las frases deben ser claras, sencillas, fáciles y correctas en su pronunciación.
- b. Las pausas deben coincidir con el mensaje y con las necesidades de respiración de quién leerá los textos.

11. 2. Cacofonía y rima

Es conocido que las cacofonías y las rimas se presentan por una falta de revisión en los textos.

La primera es el efecto acústico desagradable que resulta de la combinación de sonidos poco armónicos o de la repetición exagerada de un mismo sonido en una frase.

Ejemplo: Pedro Pérez pide permiso para partir para París.

La segunda es la semejanza o igualdad de sonidos entre dos o más palabras a partir de la última sílaba acentuada.

Ejemplo: Los partidos de cuartos que todavía no se han disputado se jugarán una vez que el comité se haya pronunciado.

11. 3. Concordancia de género y número

Con frecuencia, cuando existen varios elementos que preceden al verbo solemos equivocarnos la concordancia entre género y número. Por ello, se debe tomar en cuenta el sujeto, así esté separado del verbo.

Por eso, ésta debe realizarse con el sujeto aunque esté separado del verbo.

Ejemplo: Las autoridades hacendarias afirman que este mes registra el índice más elevado de morosos de los últimos diez años.

Por otra parte, existen dudas sobre el uso de singular o plural cuando existe un sustantivo cuantificador.

Ejemplos:

- a. La mitad de los animales.
- b. La mayoría de los profesores.
- c. El resto de los libros.
- d. El diez por ciento de los votantes.
- e. Un grupo de alumnos.

Es correcto escribir: “La mayoría de médicos ha secundado el paro” y también lo es “la mayoría de médicos han secundado el paro”. Lo mismo ocurre con otros casos como: “Una veintena de personas aclamaba/aclamaban al futbolista”.

11. 4. Anglicismos

El desarrollo de las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) generó un nuevo fenómeno en el uso de algunos términos al momento de traducir las palabras del idioma inglés al español: se originaron otras palabras para describir lo nuevo o se prestaron en el ánimo de respetar su forma original. Este proceso es conocido como anglicismo y Wikipedia lo define como:

“Los **anglicismos** son préstamos lingüísticos tomados del idioma inglés que han penetrado en otra lengua. Son muy comunes en la jerga técnica por la gran influencia de Estados Unidos en el mundo y por la importancia del inglés internacionalmente. Se emplean en las traducciones de información técnica y de los manuales por la dificultad de encontrar una palabra apropiada o de uso extendido.”

La traducción técnica resulta indispensable para una sociedad de la información como la nuestra, que depende del intercambio de conocimientos, pero también debe tenerse sumo cuidado porque no existe uniformidad en la incorporación de anglicismos a nuestra lengua.

La aparición de términos anglosajones en nuestra lengua no es un problema exclusivo del castellano, generalmente todos los idiomas al entrar en contacto con otras culturas incorporan nuevos términos, no obstante, el uso de anglicismos innecesarios es un tema que requiere de una atención especial.

Ejemplos:

- Como el de las siglas CD, que se pronuncia “sidi” en la lengua original.
- El uso de la palabra ordenador en lugar de emplear computadora.

Se recomienda prescindir de toda clase de anglicismos que tienen una definición en castellano, por ejemplo:

Backstage: detrás del escenario.

Business: negocio.

Bye: adiós.

Chance: suerte, oportunidad, probabilidad.

Chat: conversación.

Check: examinar, explorar, revisar.

Confort: comodidad, bienestar.

Copy: copia.

DVD: disco de video digital.

Email: mensaje enviado a través de la Internet por correo electrónico.

11. 5. Regionalismos

En este caso para usos prácticos no se usarán los regionalismos que no se entienden fuera del estado.

Ejemplo:

Muchxito: Niño

Yope: Grande

12. LO QUE EMPOBRECE EL LENGUAJE

12. 1. Frases hechas

Como recurso de uso común, estas frases suelen acercar a la audiencia con el medio de comunicación. Sin embargo, también proyectan escasez de recursos.

Éstas son algunas de las expresiones comunes más utilizadas:

- Una de cal y otra de arena.
- La realidad supera a la ficción.
- Dar luz verde.
- La hora de la verdad.

12. 2. Muletillas

La “muletilla” se define como una voz o frase que se repite mucho por hábito. Por lo anterior, deben evitarse las siguientes muletillas:

- Y es que.
- Este, este...
- de`veras.
- `ora verás.
- Por cierto.

12. 3. Redundancias

Igual que sucede con las cacofonías o las rimas, las redundancias deben evitarse en los textos informativos, entre otras:

- Acceso de entrada.
- Erario público.
- Horas del día.
- Funcionario público.
- Conclusión final.
- Saludo de bienvenida.

12. 4. Lenguaje ofensivo

La Corporación Oaxaqueña de Radio y Televisión rechaza la utilización de cualquier expresión que ofenda a la audiencia. Las palabras soeces, de contenido racial, sexista, homóforo, sexista, etc., no tienen cabida en sus contenidos.

13. DOCUMENTOS INSTITUCIONALES

Los medios públicos de comunicación son organismos del Estado y por ese hecho tienen una responsabilidad expresada en las normas y las leyes respectivas.

Como cada una de sus acciones representa un acto público, implican una responsabilidad profesional y administrativa. Por eso es importante procurar el uso correcto y responsable de los documentos que sirven para comunicar dentro de la institución.

13.1. Oficio

Es el medio a través del cual las áreas de la estructura orgánica se comunican con otras instituciones o dependencias para dar a conocer una situación determinada. Cuenta con validez jurídica y organizacional.

13.2. Memorando

El **memorando o memorándum** es un escrito breve por el que se intercambia información entre distintos departamentos de una organización o dependencia para comunicar alguna indicación, recomendación, instrucción, disposición, etcétera. Cuenta con validez jurídica y organizacional.

13.3. Tarjeta informativa

Establece una comunicación interna entre las y los funcionarios. Tiene validez jurídica y organizacional.

13.4. Correo electrónico

Establece una comunicación interna y externa con diversas personas. Tiene validez jurídica y organizacional.

14. GLOSARIO

ACONTECIMIENTO: Hecho o suceso con importancia.

ACTUALIDAD: Cosa o suceso que atrae y ocupa la atención de la mayoría de la gente en un momento dado.

AGENCIA: Empresa que vende información.

AGENDA PERIODÍSTICA: Conjunto de temas seleccionados para formar parte de un índice general.

AVANCE: Redacción corta de hechos. Algunos medios de comunicación utilizan la palabra “avance” para resaltar la importancia de la información que posteriormente será ampliada.

COMUNICADO: Información que envía una fuente informativa, generalmente a través del correo electrónico.

CONFERENCIA DE PRENSA: Reunión convocada por una fuente para dar a conocer una información a los medios y en la cual éstos pueden hacer preguntas.

EDICIÓN: Es la acción de elaborar y organizar el contenido de una noticia, entrevista, sección de publicación o medio de comunicación audiovisual.

EDITORIAL: Posición del medio de comunicación sobre uno o varios temas de interés.

ENTREVISTA: Es un género periodístico informativo que se basa en las declaraciones de una fuente o persona entrevistada.

EQUILIBRIO DE LA NOTICIA: Es la multiplicidad de fuentes. Resulta de suma importancia conocer de al menos dos partes información suficiente para darle equilibrio a la noticia y que el público obtenga sus propias conclusiones.

FLASH: La información más breve y urgente que transmite un medio de comunicación.

FOTOGRAFÍA: Imagen de un hecho o fuente de información que difunde un asunto de interés colectivo.

FUENTE: Persona que, a título individual o en nombre de la institución o en función del cargo que representa, informa a los medios.

GÉNEROS PERIODÍSTICOS: Cada una de las distintas categorías en que se puede articular el contenido periodístico.

HIPERTEXTO: Vínculo en una o varias palabras de un texto o una imagen que remite a otra página web donde se puede encontrar información complementaria. Las palabras en las que se ha creado el vínculo aparecen subrayadas, normalmente en color azul.

LEAD: Término anglosajón utilizado en el periodismo para nombrar la entrada de la noticia.

MULTIMEDIA: Combinación de varias tecnologías para presentar la información, como imágenes, sonido, animación, video o texto, con el propósito de captar el interés de las audiencias.

NOTICIA: Narración de hechos. Consta de dos partes: entrada o “lead” y cuerpo de la noticia. Pertenecce al género informativo.

PÁGINA WEB: Su contenido puede ir desde un texto corto a un voluminoso conjunto de textos, gráficos estáticos o en movimiento, sonido, etc., en lenguaje HTML. Algunas veces el término es utilizado incorrectamente al designar el contenido global de un sitio web, en este caso debería decirse "Web site".

PIRÁMIDE INVERTIDA: Expresión utilizada para narrar los hechos en interés decreciente en determinados géneros periodísticos.

PERIODISMO: Es una actividad que consiste en recolectar, sintetizar, jerarquizar y publicar o difundir información relativa a la actualidad.

REPORTAJE: Es el género más completo para informar. Presenta un hecho sin atenerse a una estructura rígida como la noticia, pero que la incluye a la vez, así como a la entrevista y la crónica.

REDES SOCIALES: Las redes sociales como Facebook, Twitter, Google Plus, LinkedIn, entre otros, usualmente son sitios web que permiten la fácil interacción entre personas a través de los medios digitales.

SESGO PERIODÍSTICO: Inclinar hacia un lado o tendencia de las fuentes de la información.

TITULAR: Síntesis de la información.

VERAZ: Que dice siempre la verdad. Aplicado a la noticia significa que recoge la realidad tal y como ésta se ha producido.

15. BIBLIOGRAFÍA

Corporación de Radio y Televisión Española. (2010). Manual de estilo de Rtv. 20 de noviembre de 2015, de Manual de estilo de Rtv. **Sitio web:** <http://manualdeestilo.rtve.es/>

Leñero, Vicente; Marín, Carlos. (1986). Manual de Periodismo. México, D.F.: Grijalbo.

Pérez Cervera, María Julia. (2011). Manual para el uso no sexista del lenguaje. México, D.F.: Comisión Nacional para Prevenir y Erradicar la Violencia contra las Mujeres.

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2010). Diccionario de la Lengua Española. 20 de noviembre de 2015, de Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española **Sitio web:** <http://dle.rae.es/?w=diccionario>

Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. (2005). Diccionario panhispánico de dudas. 20 de noviembre de 2015, de Real Academia Española y Asociación de Academias de la Lengua Española. **Sitio web:** <http://www.rae.es/recursos/diccionarios/dpd>

Televisión Metropolitana. (2007). Manual de Estilo Canal 22. México, D.F.: Televisión Metropolitana.

MANUAL DE ESTILO DE LA CORPORACIÓN OAXAQUEÑA DE RADIO Y TELEVISIÓN

MANUAL DE ESTILO DE LA CORPORACIÓN OAXAQUEÑA DE RADIO Y TELEVISIÓN

