

Guía de referencia para Corresponsales Clave



Índice

	1	Presentación del Equipo de Corresponsales Clave	2
	2	El periodismo y la misión de Corresponsales Clave	5
	3	Identificación de temas locales	9
	4	Ética y lenguaje	11
	5	Elaboración de una noticia básica	15
	6	El arte de la entrevista	21
	7	Edición y corrección de textos	27
	8	Uso de imágenes	32
	9	Indicadores clave de desempeño	34
	10	Otras guías y recomendaciones	36
	11	Anexos Matriz del artículo Lista de control de la edición Consentimiento Informado para entrevistas y fotografías	38

Esta guía fue traducida y adaptada del KC Team, Toolkit for training and supporting community writers to speak their world on HIV and TB desarrollada por HDN y la International HIV/AIDS Alliance.

© Health & Development Network e International HIV/AIDS Alliance

a.

Antecedentes

b.

Concepto y
visión

c.

Roles de un
CC

1

Presentación del Equipo de Corresponsales Clave



Antecedentes

En 1998, la Red de Salud y Desarrollo (HDN por sus siglas en inglés) creó el Equipo de Corresponsales Clave (CC). El objetivo de este equipo es garantizar que las voces de las comunidades de VIH y tuberculosis sean escuchadas. Con este propósito se apoya a los CC para que escriban acerca de sus experiencias y puntos de vista y se asegura que sus artículos se distribuyan amplia-

mente a través de e-forums (foros de discusión electrónicos), publicaciones y medios de comunicación. A partir del cierre de HDN en 2009, este programa se transfirió a la International HIV/AIDS Alliance (la Alianza) con la convicción de que la visión del equipo continuará en su nuevo hogar.

En la actualidad el equipo está conformado por **una red de más de 300 corresponsales provenientes de más de 40 países** con una fuerte representación de Asia y África. A la fecha, en América Latina y el Caribe hay 30 CC activos. Los CC provienen de diversos ámbitos, como el activismo, la enfermería, consejería, epidemiología, coordinación de programas, derecho, docencia, periodismo, medicina y más.

Los Corresponsales no están solos en sus esfuerzos. El equipo incluye un editor responsable, un coordinador de corresponsales y otros compañeros, quienes apoyan al equipo de CC de diversas formas, por ejemplo: mediante capacitaciones, apoyo dentro del país para escribir y compromiso de realizar incidencia política, asistencia, edición y comentarios sobre artículos, invitaciones a conferencias y apoyo logístico, distribución externa a los medios masivos de comunicación, entre otros.

Concepto y visión

El Equipo de Corresponsales Clave es un equipo de escritores comunitarios que se unen para “hablar su mundo”. Estos periodistas ciudadanos, integrados por miembros de la sociedad civil de todo el mundo, comparten historias de sus comunidades. El objetivo de estas historias es darles

El objetivo de este equipo es garantizar que las voces de las comunidades de VIH y tuberculosis sean escuchadas.

voz a quienes no la tienen, incidir por un cambio y conectarse con los creadores de políticas y los tomadores de decisiones. Los CC tienen un interés genuino en difundir los temas relacionados con la salud y el desarrollo desde las bases, iniciando un proceso a fin de empoderar a la sociedad civil y producir cambios en las comunidades afectadas por el VIH, el Sida y la tuberculosis.

Los CC producen y difunden artículos de alta calidad que describen las perspectivas locales. Quienes trabajan en el terreno conocen las realidades y los temas mejor que nadie. Utilizar contenidos e información adecuada a nivel local para estimular el diálogo, generar alianzas y exigir a los tomadores de decisiones la rendición de cuentas en función de los compromisos asumidos es fundamental para movilizar y empoderar a la sociedad civil. El Equipo de CC también se desempeña como un mecanismo de control y veeduría único y amplio, que permite comprobar cómo se están desarrollando los compromisos y declaraciones de nivel nacional e internacional, así como las políticas públicas.

Los artículos de los CC llevan las perspectivas locales a nivel nacional e internacional a través de entrevistas, coberturas de conferencias y proyectos específicos, como así también a través de su impronta personal y su pasión por escribir. En el espacio público, los CC son tratados como periodistas, y por lo general tienen acceso a través de los medios a conferencias y

eventos. Sus artículos se distribuyen ampliamente en su sitio web www.corresponsalesclave.org y a través de una red de e-forums (foros de discusión electrónicos) y sitios interactivos como PortalSIDA. Además, se publican en otras redes en línea y medios de comunicación escritos, llegando a amplios públicos nacionales e internacionales.

Roles de un corresponsal clave

El público principal de los artículos de CC lo conforman todas las personas que trabajan en salud y desarrollo, tales como proveedores de servicios, coordinadores de programas, funcionarios y tomadores de decisiones. Estos lectores tienen una sensibilidad especial por lo que sucede en su línea de trabajo específica, pero pueden no estar al tanto de los sucesos a nivel local, a nivel político o en otros campos de la salud. CC escribe para ese público diverso pero experimentado y comprometido, cumpliendo con funciones únicas dentro de la respuesta al VIH y la tuberculosis.

Los CC cumplen los siguientes roles:

- Son los ojos y oídos de quienes no pueden asistir personalmente a reuniones y conferencias.
- Llevan las prioridades, perspectivas y soluciones locales y nacionales al plano regional e internacional.
- Ayudan a la comunidad en desarrollo a analizar y pensar de manera crítica sobre discursos actuales.
- Ayudan a construir una memoria institucional continua de lo que se dice, quién lo dice, cuándo y dónde.

Interpretar, criticar y desafiar

Un CC no informa simplemente sobre eventos o temas; los CC a menudo interpretan información, criticando argumentos y desafiando ideas y concepciones.

Interpretar es explicar al público el significado de la información y simplificar ideas y conceptos complicados de entender.

Criticar es ofrecer una evaluación constructiva y objetiva; puede ser positiva como también negativa. Esta evaluación o crítica no es simplemente una queja o una denuncia: es un conjunto de argumentos racionales y fundamentados.

Desafiar es animar a las personas a pensar en forma más crítica. Se puede motivar a que alguien cuestione sus creencias personales, pensamientos, percepciones y prejuicios. Para desafiar con eficacia se debe presentar y respaldar con fuentes; a nadie le gusta que le digan que está equivocado.

Al interpretar temas, criticar conceptos y desafiar ideas se puede hacer que las personas reconsideren lo que creen que saben ●

a.

CC como
periodistas
comunitarios

b.

Comprender a
los medios



El periodismo y la misión de Corresponsales Clave

El periodismo es reunir, evaluar y publicar hechos de interés actual. El oficio tiene más de dos mil años; al ser una profesión tan antigua, existen ideas claras de lo que un periodista debería ser o hacer. La más importante de estas ideas es que la prensa y sus periodistas deberían estar libres de presiones políticas.

Una prensa libre es considerada fundamental para mantener los derechos individuales y para responsabilizar a los líderes electos. Mientras

que los fundamentos de la prensa libre no siempre se respetan en muchos países, democráticos o no, la idea de que los periodistas tienen una responsabilidad social para informar al público es de suma importancia.

No obstante, se espera algo más de un periodista que la sola información sobre hechos. De este principio surgen una variedad de normas profesionales que se discutirán más adelante, que incluyen exactitud, equilibrio, equidad, claridad e imparcialidad.

Corresponsales Clave como periodistas comunitarios

Informar sobre hechos o temas parece una tarea simple: escribes sobre lo que escuchas y lo que crees que es relevante, interesante e importante.

Pero informar bien es un desafío, y esto es especialmente cierto para los temas sobre los que escriben los CC: el VIH y los temas relacionados son a la vez técnicos, políticos y emotivos, se mezcla la ciencia dura con las realidades humanas.

Además, los CC no solo actúan como reporteros sino que también ofrecen sus opiniones personales con el objetivo de estimular el diálogo y generar un cambio. Este es un aspecto muy importante de ser un CC y para hacerlo bien se necesita una combinación única de habilidades. Existen ciertas responsabilidades en la labor de un CC.

Se espera que los CC:

1

Cumplan con los principios generales del buen periodismo que se describen en este manual.



2

Separen claramente el informe de los hechos y la opinión del autor.



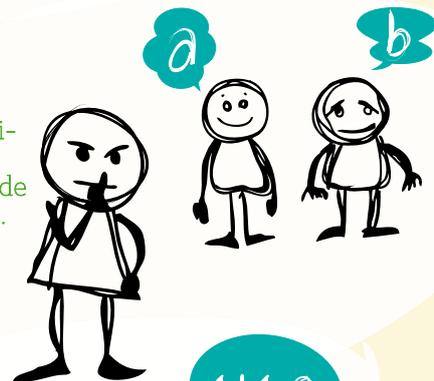
3

Eviten ofender a los lectores innecesariamente cuando dan opiniones fuertes.



4

Garanticen diversidad de fuentes y consideren puntos de vista alternativos.



5

Utilicen un lenguaje sensible.



6

Mantengan la racionalidad del argumento y los respalden con pruebas.



Comprender a los medios

Los medios de comunicación cumplen un rol fundamental en la construcción de la realidad social. A través de ellos la sociedad accede a acontecimientos que no percibe en forma directa.

Los medios tienen el poder de delinear la agenda pública, resaltando algunos hechos y opacando otros. Lo que no se dice es a menudo más importante que lo que se dice.

Comprender lo que uno lee, ve y escucha parece simple. Sin embargo, existen muchos matices sutiles en la construcción de la noticia para influenciar la manera en que esta se consume. El conocimiento de los medios es la capacidad de filtrar mensajes y comprender lo que se comunica, es la capacidad de observar la noticia de manera crítica.

Conceptos centrales del conocimiento de los medios

- Todos los mensajes son contruoidos
- Diferentes personas interpretan los mensajes de maneras diferentes
- Los medios tienen intereses, valores y puntos de vista incorporados

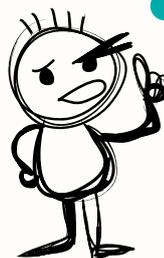
Como CC tienes un poder acompañado por una responsabilidad. Al escribir sobre las realidades de tu comunidad le estás dando voz a quienes no la tienen: personas con poca o ninguna presencia en los medios de comunicación masivos. Esta es una oportunidad maravillosa para ser justo/a, preciso/a y claro/a en tu mensaje ●

Cuando estés mirando las noticias, hazte estas cinco preguntas claves:

1
¿Quién creó este mensaje?



2
¿Qué técnicas se utilizan para atraer mi atención?



5
¿Por qué se está contando esta historia?



3
¿De qué otras maneras se puede interpretar esta información?



4
¿Qué puntos de vista e intereses están representados o dejados de lado en este mensaje?



a.

Panorama general

b.

Sobre qué escriben, cómo cuentan su historia y quiénes es el público de CC

3

www.revistahumanum.or

Identificación de temas locales

Los CC escriben sobre lo que sucede en sus comunidades. Ellos mismos son testigos o están en contacto con personas cuyas voces a menudo son desoídas. Una manera eficaz de identificar temas locales es abordarlos con amplitud, luego reducir el alcance hasta establecer los temas específicos de la comunidad.

Panorama general: ¿Qué temas están afectando a tu comunidad?

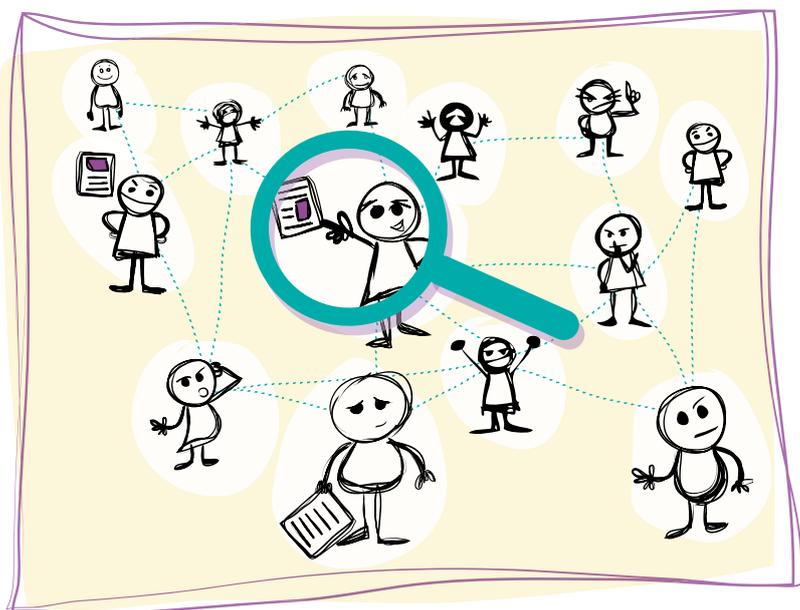
Panorama detallado: ¿Cuáles son los ejemplos específicos de esos temas? Es decir, los motivos por los cuales estás contando tu historia.

Hazte estas preguntas: ¿Qué tengo yo que decir sobre estos temas? ¿Qué espero conseguir contando esta historia?

Además de los temas que encuentres en tu comunidad, existen otros temas-eje que Corresponsales Clave aborda:

- Declaración Política sobre el VIH/Sida de la Asamblea de Naciones Unidas
- El Fondo Mundial de lucha contra el Sida, la Tuberculosis y la Malaria
- Los Objetivos de Desarrollo del Milenio (ODM): la agenda más allá del 2015
- Rumbo a Cairo +20
- Tratamiento 2015
- Criminalización de la transmisión del VIH

Hay historias en todas partes. Busca historias con panorama general, y luego reduce el alcance en un ejemplo específico del tema. Esto te ayudará a armar tu historia.



¿Cómo puedes estar al tanto de lo que sucede en tu país?

- Suscribiéndote a listas de discusión locales y regionales
- Creándote alertas en Google
- Siguiendo a organizaciones clave en las redes sociales ●

¿Sobre qué escriben los CC?

- ▶ VIH y Sida
- ▶ Tuberculosis
- ▶ Diversidad sexual e identidad de género
- ▶ Derechos humanos de las poblaciones en mayor riesgo a la infección por VIH
- ▶ Estigma y discriminación
- ▶ Sistemas de salud

¿Cómo cuentan su historia los CC?

- ▶ Historias de interés humano
- ▶ Temas de actualidad
- ▶ Últimas tendencias
- ▶ Análisis crítico de políticas y hechos

¿Quién es el público de CC?

- ▶ Funcionarios del gobierno
- ▶ Coordinadores de programas en agencias y organizaciones de la sociedad civil
- ▶ Sus pares: activistas, personas con incidencia política, escritores, periodistas y otros CC
- ▶ Grupos y comunidades afectadas
- ▶ Ciudadanos

a.

Pautas básicas de la ética de los CC

b.

Exactitud, opinión y confidencialidad

c.

Uso del lenguaje

4xn--amricoziga-c7a5h6e.com

Ética y lenguaje

Pautas básicas de la ética de los Corresponsales Clave

La “moralidad” se define a grandes rasgos como un conjunto de normas mediante las cuales una sociedad acepta vivir. Las declaraciones morales son inequívocas: “matar está mal”, “robar está mal”, “hacer el bien al prójimo está bien” son todos ejemplos de declaraciones morales.

La ética es una noción relacionada pero diferente. En ella, las normas de la moralidad se aplican en la práctica. Las preguntas éticas con frecuencia están basadas en si se puede o no desafiar una norma moral. Los debates sobre la eutanasia son un ejemplo perfecto. La pregunta ética

aquí es la siguiente: “matar está mal, pero en este caso, ¿podría ser la opción preferible, dado que la persona está en coma, y nunca se despertará?”. Las respuestas probablemente se dividan en dos bandos: quienes creen que los principios morales nunca deberían romperse, y aquellos que creen que existen casos particulares y la realidad es dinámica. Quienes se encuentran en este segundo grupo pueden creer que en este caso la eutanasia activa es la mejor opción.

A continuación se enumeran algunas preguntas éticas en relación al trabajo periodístico vinculado con el VIH:

- ¿Es ético nombrar una fuente que vive con VIH y pidió no ser nombrada? ¿Por qué sí o por qué no?
- ¿Es ético investigar la vida privada de una persona pública? ¿Por qué sí o por qué no?
- ¿Los periodistas ciudadanos deben observar un código de ética?

Como el periodismo ciudadano es un campo en desarrollo, no existen estructuras establecidas sobre la ética como en el periodismo formal. Si un periodista no cumple con las pautas éticas puede perder su trabajo, incluso puede ser procesado. Pero la peor situación para un reportero es que su público desconfíe de él; por lo tanto, siempre debe decir la verdad.

A pesar de que los periodistas ciudadanos no tienen ningún trabajo que perder, sí tienen una obligación hacia sus comunidades y deben transmitir con exactitud la voz de quienes no la tienen.

A medida que la tecnología avanza y el equipo de CC puede unir su mundo con un público más amplio, debe observarse un código de ética general:

Exactitud

- Asegúrate de que los datos que posees sean los correctos. Verifícalos nuevamente si es necesario
- Averigua los nombres correctos de tus fuentes (ortografía y cargo)
- Asegúrate de comprender bien los datos estadísticos que citas

Opinión

- Cuando escribas opiniones personales, explícalo
- El lector debe poder distinguir entre el hecho y la opinión
- Utiliza tus propias palabras
- No cometas plagio
- Siempre atribuye ideas, pensamientos y palabras si no son tuyas
- “Dijo” es una palabra poderosa. Si la fuente lo dijo, cítala
- Sé consciente del daño potencial de tu historia y minimízalo
- Utiliza hechos para reafirmar el argumento, especialmente cuando es crítico
- Di siempre la verdad

La confidencialidad

Los CC son parte de un organismo de veeduría que informa sobre temas relacionados con el VIH dentro de sus comunidades. Esto es también válido al informar sobre tuberculosis (TBC). Comunicar sobre

VIH conlleva una responsabilidad que va más allá de solo decir la verdad. “Hablar tu mundo”, sobre todas las cosas, debe minimizar y reducir el daño. Cuando se informa sobre VIH, se debe tener en cuenta lo siguiente:

- Respetar los derechos de las personas que viven con VIH
- NO informes sobre el estado de una persona sin su consentimiento
- Sé respetuoso/a al nombrar a las personas que viven con VIH
- Usa un nombre falso
- Limita las características que puedan identificar a las personas
- Ten especial cuidado al informar sobre niños
- Obtén el consentimiento informado para sacar fotos o filmar videos
- Sé creativo/a con la fotografía para proteger la identidad: puedes fotografiar siluetas, manos, espaldas
- Sé transparente con tus fuentes: cuéntales hacia dónde va tu historia y por qué es importante su testimonio



Siempre recuerda proteger a tu

fuentes: si la persona no es pública (es decir, que asume públicamente que vive con VIH), identificarla puede traer consecuencias en su vida personal como pérdida de su trabajo, violencia o discriminación.

Uso del lenguaje: reducir el estigma con las palabras

Las palabras son poderosas. Pueden levantar el ánimo o tirarlo abajo, estigmatizar o liberar. **Los CC tienen la responsabilidad de informar con exactitud y de manera imparcial,** lo cual está directamente influenciado por la elección de las palabras.

A continuación se transcriben algunas preguntas frecuentes relacionadas con la cobertura de datos

sobre VIH y Sida, extraídas de la Guía para la Cobertura sobre el VIH/Sida de la Fundación Kaiser:

¿Hay realmente una diferencia entre informar que una persona tiene Sida o que vive con VIH?

Sí, puede haber una diferencia. Vivir con VIH significa que una persona tiene una infección por VIH, el virus que provoca el Sida, pero no necesariamente significa que ha avanzado hacia esa etapa. Es posible que una persona con VIH no manifieste ningún síntoma. Una persona a la cual se le ha diagnosticado Sida tiene el sistema inmunológico severamente debilitado y por lo general manifiesta síntomas. Dependiendo de tu historia, puede ser importante ser claros sobre esta distinción.

¿Cuáles son los estereotipos comunes que se deslizan cuando se informa sobre VIH y Sida?

Las personas con VIH son una población diversa y su cobertura debería reflejar eso. La meta es

ser objetivos y atenerse a los hechos. Evita hacer juicios de valor y reforzar el estigma con el que muchas personas con VIH ya se enfrentan. Un estereotipo común es identificar tipos de personas que se infectan, incluyendo la confusión común entre “grupo de riesgo” y “comportamiento de riesgo” (es decir, asumir que alguien que está en un determinado grupo tiene un comportamiento riesgoso). Por ejemplo, muchos hombres que tienen sexo con hombres practican sexo seguro y tienen un único compañero; entonces, no están expuestos a un riesgo significativamente mayor que la población en general.

¿Qué palabras se debe tener cuidado de emplear en el contexto del VIH-Sida?

Es importante no emplear palabras que estereotipen o estigmaticen a las personas con VIH, que perpetúen mitos sobre la enfermedad o conlle-

ven juicios de valor. No uses terminología que el público en general no pueda entender con facilidad. Esto es de especial importancia cuando se hace la cobertura de historias médicas. El objetivo es ser precisos sin ser tan densos o técnicos como para que nuestro público no comprenda lo que estamos informando.

¿Es exacto decir que una persona murió de Sida?

El Sida es un síndrome que puede definirse por una cantidad de enfermedades y cánceres. No hay una enfermedad singular que se llame Sida. Cuando alguien que había sido diagnosticado con Sida muere, es más exacto desde el punto de vista técnico informar que murió de una enfermedad relacionada con el Sida o de causas relacionadas con el VIH.

Aquí algunos ejemplos de términos usados comúnmente por los medios y las personas, junto con la versión que reduce el estigma y la discriminación:

Prostituta	Trabajadora sexual
Drogadicto	Usuario o consumidor de drogas inyectables
Preso	Persona privada de la libertad
Víctimas del Sida o portadores de VIH	Personas que viven con el VIH
Grupos de alto riesgo	Poblaciones clave de mayor riesgo a epidemia
Sexo seguro	Sexo más seguro
Enfermedades de transmisión sexual	Infecciones de transmisión sexual
Virus del Sida	VIH
Travesti	Persona trans
Tuberculoso	Persona con tuberculosis o que vive con tuberculosis o afectada por la tuberculosis

➔ Más información sobre uso del lenguaje sensible puede encontrarse en las publicaciones recomendadas al final de esta guía ●

a.**Componentes de una noticia****b.****Dónde ubicar la información****c.****La pirámide invertida****5**www.seomar.es

Elaboración de una noticia básica

Crear un artículo periodístico es diferente a cualquier otra forma de escritura. Toma un diario y verás una forma de comunicación muy diferente. Afortunadamente, existe un formato básico que la mayoría de los periodistas siguen para crear sus historias.

Componentes de una noticia

- Preparar la escena: ¿qué, dónde, cuándo,

quién, cómo? (también conocidas en inglés como las 5W)

- Fuentes: citas y pruebas de respaldo
- Antecedentes: ¿qué condujo a este hecho?
- Información contextual: ¿ocurrió algo similar en otro lado?
- Recursos: ¿existe documentación de respaldo como un estudio científico o estadísticas?



Dónde ubicar la información

Ubícate en el rol del lector: ¿qué quiere saber el lector y cuándo lo quiere saber? Piensa en tu historia como una conversación.

El primer párrafo lleva a que el lector se haga preguntas:

“El gobierno de Francia acaba de anunciar un gran aumento de los fondos destinados a los programas de tratamiento del VIH en América Latina.”

El lector se pregunta: ¿En serio? ¿Cuánto dinero?

El segundo párrafo responde a las preguntas del primer párrafo y da lugar a más preguntas:

“Asignarán 20 millones de dólares durante dos años.”

El lector se pregunta: ¿Cómo sabe esto?

El tercer párrafo responde las preguntas del segundo párrafo y así sucesivamente:

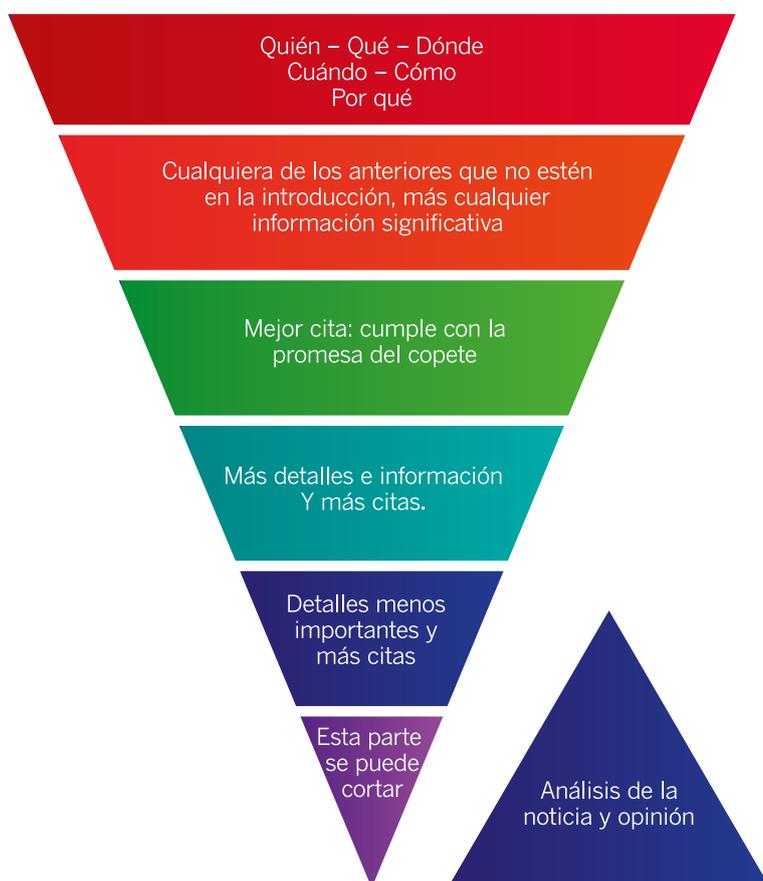
“Hablamos con Carlos Núñez de ONUSIDA, quien confirmó la inversión anunciada por el gobierno francés.

“Este dinero hará una gran diferencia para las personas que viven con VIH en la región.”

Es importante respetar el orden de ubicación de la información en el artículo, ya que hará que la información se vea como un todo consistente, permitirá que la lectura fluya y le facilitará al lector llegar al final de nuestra historia.

La pirámide invertida

La manera más común de escribir un artículo periodístico es la pirámide invertida. Esto significa que toda la información importante y grande va en la parte superior y luego se va reduciendo hasta llegar a la información menos importante a medida que el artículo avanza.



¿Por qué escribir de esta manera?

Muchas personas no leen el final de la historia, por lo que es necesario incluir los detalles importantes al comienzo de la historia para que el lector reciba la

información fundamental y se interese en continuar la lectura. Además, esto ayuda con el diseño cuando se imprime el artículo. Los editores con frecuencia cortan el final de la historia para hacer lugar.

¿Qué digo y cuándo lo digo?

Cada párrafo tiene un objetivo específico en un artículo periodístico. Los componentes de una noticia son los siguientes:

- El copete o resumen
- El cuerpo de la noticia
- Cita directa
- Apoyo a la fuente
- Análisis de la noticia u opinión

El copete o resumen

El copete o resumen es la parte más importante de tu historia. Es el primer párrafo que leerá el público después del título. Si el copete no es interesante, el lector tal vez cambie a otro artículo. El copete es el “gancho” con el que cuentas, es lo que atrae al lector a leer el resto de tu historia.

A continuación se enumeran algunas reglas básicas para el copete:

- **Debe ser atractivo:** debe motivar al lector para que continúe con el párrafo siguiente.
- **No tiene que responder a ninguna pregunta:** debe preparar la escena.
- **No debe contener más de 50 palabras** (unas tres líneas).

- **Se debe utilizar la voz activa.** Por ejemplo, es mejor escribir: “Manifestantes irrumpieron durante la reunión del gabinete de ministros”, que “La reunión del gabinete de ministros fue interrumpida por manifestantes”.

El cuerpo de la noticia

Por lo general, el cuerpo de la noticia comienza en el segundo párrafo. Responde a las preguntas: quién, qué, dónde, cuándo, cómo y por qué.

El cuerpo de la noticia incluye hechos directos que le dan contexto a la historia. Algunos escritores dicen que son las cuatro paredes de la historia: construye el marco que contiene los detalles. El cuerpo de la noticia tiene dos o tres párrafos. Generalmente amplía la información del copete pero contiene más detalles. Responde a la pregunta “¿por qué debo leer esto?”. A continuación se transcribe un ejemplo de copete y del cuerpo de la noticia que lo acompaña:



RedTraSex lanza campaña contra criminalización de trabajadoras sexuales en Bolivia

Ante la condena a prisión domiciliaria de una trabajadora sexual que continuó ejerciendo su trabajo luego de recibir un diagnóstico positivo por VIH, la RedTraSex ha lanzado una campaña por su libertad.

La semana pasada publicamos un artículo que describe los hechos que vulneraron los derechos de una trabajadora sexual de 25 años y madre de dos hijos que ejercía su profesión en Sucre, Bolivia.

La insólita condena judicial ha sorprendido a las diversas organizaciones que trabajan en la respuesta al Sida y por los derechos de las trabajadoras sexuales en la región y en el mundo. La Red de Mujeres Trabajadoras Sexuales de Lati-

noamérica y el Caribe (RedTraSex) junto a otras organizaciones nacionales y regionales, ha hecho un llamado para transformar esa sorpresa en indignación y acción y adherirse a la “Campaña Regional contra la Criminalización de las Trabajadoras Sexuales que viven con VIH en Bolivia”.

A través de la campaña, la RedTraSex busca que personas y organizaciones se unan para expresar su rechazo a la medida impuesta por la jueza Mendizábal que viola los derechos humanos de una trabajadora sexual, exigir la corrección del fallo y la inmediata liberación de la mujer. Asimismo, la campaña exige la retracción de la jefa del Programa Nacional de VIH-Sida de Bolivia, Carola Valencia, quien afirmara que una trabajadora sexual con VIH no debe continuar ejerciendo su profesión.

Las citas de las fuentes

Las citas son un elemento muy importante para relatar una historia en el ámbito periodístico.

Ninguna noticia es auténtica sin una cita directa de una fuente, ya que el escritor por lo general no es ni testigo ni experto en el hecho. El copete introduce la historia y la cita cumple la promesa del copete. Esto significa que después de leer la introducción, el lector se pregunta: “¿cómo sabe esto?” y la respuesta es “porque esta persona que estaba allí lo dice.”

A continuación se enumeran algunos consejos prácticos muy importantes para cuando se citan fuentes:

- Siempre usa “**dijo**” cada vez que cites o atribuyas. Otras alternativas posibles son “**explicó**”, “**explicitó**”, “**indicó**”, “**afirmó**”, “**señaló**”, “**destacó**”, etc.
- **Escribe el nombre de la persona en primer lugar** a menos que agregue un calificador o identificador de la fuente. Por ejemplo:
“El trabajo fue un éxito”, dijo López.
“El trabajo fue un éxito”, dijo el coordinador del proyecto.
- Por lo general, **incluye una cita después del cuerpo de la noticia** que responda a quién, qué, dónde, cuándo, y cómo.
- Otro tipo de citas: resultados de investigaciones, artículos, publicaciones.

Un ejemplo de cómo citar correctamente una fuente:

“Necesitamos todo su apoyo para poder hacer una acción y pedir entrevistas con funcionarios nacionales e internacionales”, urgió Marcela Romero, Secretaria Regional de la REDLACTRANS,

en relación con el reciente asesinato en Honduras. Y agregó: “Nos preocupa mucho la violencia que estamos recibiendo, necesitamos ayuda”.

Análisis de la noticia u opinión

Corresponsales Clave es, además de un medio periodístico comunitario, un espacio de ejercicio crítico. Los artículos que se publican buscan informar pero a la vez ofrecer un ángulo de análisis, una opinión. Por lo general el espíritu crítico atraviesa toda la nota, pero también puede dejarse para el párrafo final a modo de conclusión. Es importante tener en cuenta que debe haber una armonía entre los hechos y la opinión o análisis: este último no debería ocupar más de un tercio o un cuarto de la noticia.

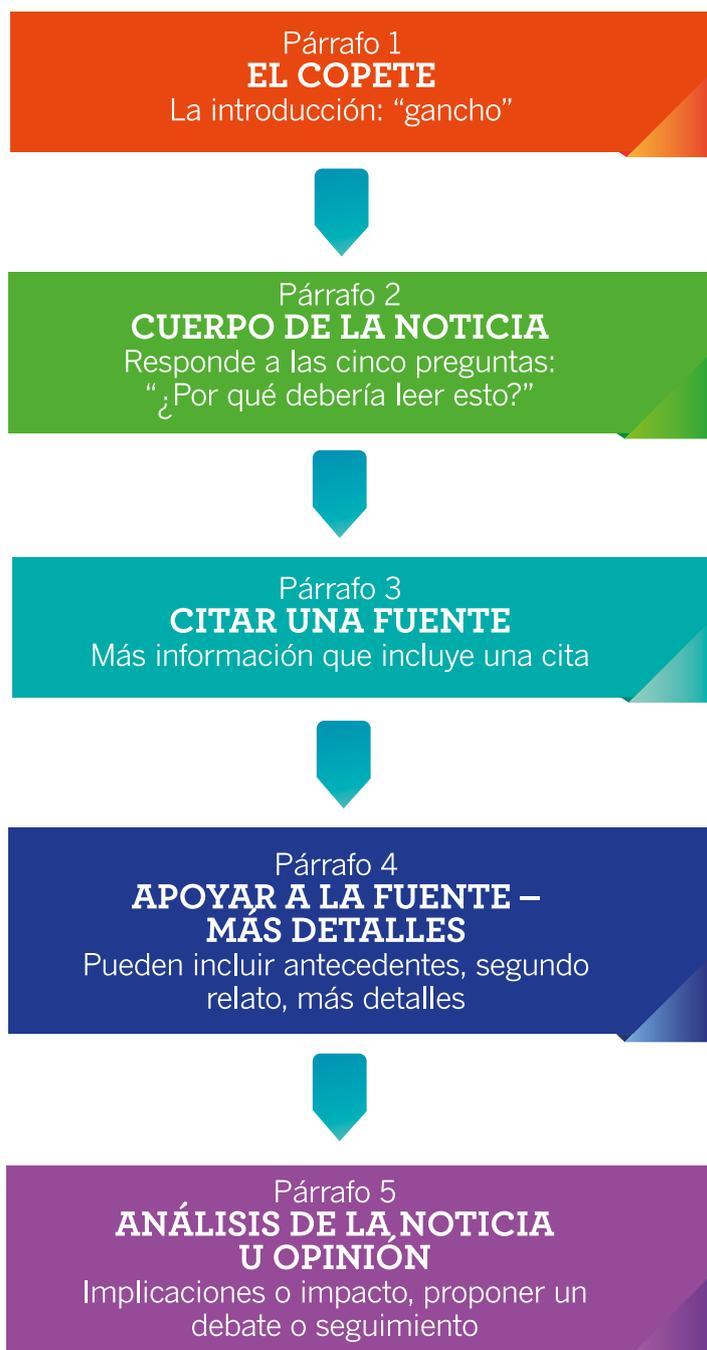
Qué lleva la opinión o análisis:

- Implicaciones e impacto nacionales, locales o para una comunidad
- Causa y efecto
- ¿Qué hacer con esto?: incidir
- Proponer un debate o un seguimiento del tema

Uso de hipervínculos (links)

- En la escritura para la web los hipervínculos permiten ampliar la información.
- Pueden usarse al nombrar organizaciones, documentos, otras noticias relacionadas, etc.
- Para editarlos/acortarlos puedes usar herramientas online como [bitly](#) o [Google](#).
- En la web de CC también pueden editarse.
- No abuses de los hipervínculos: a veces pueden distraer al lector; este hace click en el vínculo y dejará la lectura del artículo ●

La estructura de la noticia en detalle:



a.Entrevistar
fuentes**b.**Preparación de
la entrevista**c.**La pirámide
invertida**6**www.ericsson.com

El arte de la entrevista

La entrevista es **la esencia de una buena cobertura informativa** y no se debe subestimar su importancia. Las pautas que se transcriben a continuación se aplican a entrevistas presenciales, pero también son válidas para las entrevistas telefónicas o escritas.

Entrevistar fuentes: ¿a quién entrevistar?

La entrevista permite a los periodistas tener acceso a información única que no se ha publicado y su enfoque probablemente variará según a quién se entreviste. A menudo, las personas que no tienen voz son sujetos más interesantes para las entrevistas. Sin embargo,

es importante que no te quedes con una sola fuente. Cuantas más y diversas personas entrevistes, mejor será tu noticia.

En líneas generales, las fuentes se pueden dividir en cuatro categorías:

- Personalidades conocidas
- Expertos o personas con mucha experiencia en un ámbito en particular
- Ciudadanos que no salen generalmente en los medios
- Personas que hablan en representación de una organización, empresa u organismo gubernamental

Evitar estereotipos

- A fin de romper con los estereotipos que se perpetúan en las noticias, los periodistas deberían escapar-se de la trampa de los “sospechosos de siempre” cuando buscan personas que pueden proporcionar el ángulo de interés humano de una historia.
- Recurre a personas con quienes los lectores se puedan relacionar, tales como trabajadores de la salud o consejeros de pares.
- El vecino o un ciudadano común a menudo le ofrece un ángulo único a la historia.
- Ten en cuenta también a referentes tales como líderes comunitarios, representantes reconocidos de grupos u organizaciones, funcionarios de gobierno o agencias y miembros influyentes de la comunidad.
- Busca poblaciones a las que los medios no hayan cubierto, pero cuyas circunstancias especiales puedan hacerlas interesantes. En el caso del VIH, ¿por qué no entrevistar adolescentes, trabajadores itinerantes o mujeres refugiadas?

Preparación de la entrevista

Contáctate con tu fuente

Puedes realizar una entrevista espontánea, especialmente en conferencias. De hecho, estar preparado/a para aprovechar una oportunidad es una habilidad muy útil. Sin embargo, si lo necesitas, puedes fijar una entrevista programada por teléfono o por correo electrónico. Establece un horario y un lugar para encontrarse. Asegúrate de que sea un lugar adecuado para una entrevista tranquila, donde ambos se sientan cómodos.

Recuerda informarle a tu fuente quién eres, el tema de tu artículo y dónde se publicará.

Los periodistas casi nunca entregan su lista de preguntas a la fuente antes de la entrevista, sin embargo, si se te presenta esta situación, evalúa y usa tu criterio. En ese caso, prepárate para que tu fuente te dicte lo que puedes y lo que no puedes preguntar antes de comenzar.

Investiga el tema en profundidad

Siempre es una buena idea investigar un poco sobre el tema de tu historia y sobre los antecedentes de tu fuente. No te preocupes si no conoces todo acerca de un tema o una fuente,

pero es una buena idea tener una base con la cual trabajar.

Arma preguntas adecuadas con anticipación

Debes tener alguna idea acerca de qué preguntas quieres que le respondan. Sin embargo, ten en cuenta que tu lista es un ayuda memoria, no un cuestionario. Una lista garantizará que hayas cubierto todos los temas que deseabas.

Prepara tus materiales

- Cuaderno.
- Lapiceras que funcionen (una o dos de repuesto).
- Un grabador (debes pedirle permiso al entrevistado ante de utilizar un dispositivo de grabación).
- Cámara y formulario de autorización para la publicación de imágenes (por si la fuente acepta sacarse una fotografía).
- Baterías extra para la cámara y el grabador.
- Cualquier documentación relevante que sea necesaria: un mapa para ubicar lugares, un informe reciente de la organización, etc.

Desarrollo de la entrevista

Las entrevistas pueden ser desalentadoras, especialmente si no se tiene mucha experiencia. Quédate tranquila/o. Recuerda que solo estás hablando con otro ser humano, eso puede quitarte algo de ansiedad. Sé diplomático/a y educada/o.

Asegúrate de saber algo sobre el tema antes de comenzar la entrevista y acuérdate de llevar una copia de tus preguntas preparadas.

Presentación

- Averigua cómo se escribe correctamente el nombre de tu fuente y otros datos personales tales como la posición o el cargo.
- Cuéntale a su fuente quién eres y a quién representas. Recuérdale al entrevistado que solicitaste una entrevista (si fue así), y resume rápidamente los temas sobre los que deseas hablar.
- Si vas a grabar la entrevista, es el momento de anunciarlo. Coloca el grabador cerca, pero préstale la menor atención posible para que el entrevistado no se sienta intimidado por el hecho de que está siendo grabado.
- Durante la entrevista, toma nota de citas e información importante pues a veces la grabación falla. Registra también la hora de los mejores comentarios para ubicarlos más rápidamente en la grabación.

Modales y relación

- Sé agradable y educada/o: sigue las convenciones habituales. No seas demasiado familiar: por lo general es mejor ser más formal que menos formal. Ve cómo actúa tu fuente.
- Haz sentir cómodo a tu entrevistado/a: no te apures por llegar al punto principal.
- Demuestra interés: escucha las respuestas y responde en consecuencia. Si estás atenta/o a la entrevista, esta será más parecida a una conversación.
- Responde según el ánimo del entrevistado/a:

sonríe ante los chistes y muestra comprensión frente a la información más triste.

- Mantén el contacto visual: toma notas breves, incluso cuando uses un grabador, pero asegúrate de que el/la entrevistado/a pueda ver tu cara más que la parte superior de tu cabeza. El contacto visual crea confianza.

Establecer los hechos

- Formula preguntas abiertas, que no se respondan con “sí” o “no”. Si tienes que hacer una de estas preguntas, luego continúa con un “¿por qué?” o algo que pueda profundizar la respuesta.
- Haz preguntas breves y sencillas: por lo general, las preguntas cortas que comienzan con quién, qué, por qué, cuándo, dónde y cómo, son las mejores.
- Aprende a escuchar: no interrumpas con otras preguntas hasta que la persona haya terminado de hablar. Además, a veces dejar un espacio de silencio al final de una respuesta da lugar a información más interesante.
- ¿Qué quiere saber el lector? Ten en cuenta a tu público cuando entrevistas.
- Guárdate tus pensamientos personales: puedes cuestionar a tu fuente si no estás de acuerdo, pero hazlo de una manera respe-

tuosa y oblígalo a defender su posición. Podrías obtener una respuesta sorprendente.

- Deja las preguntas difíciles o polémicas para el final: comienza lentamente por crear confianza.
- Solicita las fuentes de hechos o cifras que el entrevistado cite.
- Verifica cómo se escriben los nombres: pídele al entrevistado que te deletree su nombre y cargo. Pídele que te deletree los nombres de otras personas o lugares si no los tienes claros.
- Toma fotografías con autorización. También puede servir una fotografía que te provea el entrevistado siempre que tengas autorización suya y del autor de la fotografía para publicarla.
- Una vez que la fuente ha respondido a las preguntas, finaliza preguntándole si desea agregar algo.

Cierre de la entrevista

- Deja tus datos de contacto: la fuente puede desear contactarse contigo para agregar algo o verificar el artículo.
- Conserva los datos de contacto de tu fuente: puede ser necesario que tengas que verificar algo al momento de escribir la historia.
- Cuéntale qué pasará luego: menciona dónde y cuándo crees que la historia se publicará.



- Agradece a la fuente por su tiempo: es una cuestión de educación y además puedes necesitar entrevistarla nuevamente.

Información oficial y extraoficial (on the record y off the record)

Existen algunas reglas básicas sobre cuándo y dónde puedes utilizar la información proporcionada por una fuente.

« En forma oficial» (on the record) significa que se puede utilizar el nombre de la fuente, y que se puede citar la información. Lo ideal es que toda la información sea oficial.

« En forma extraoficial» (off the record) significa que no se puede brindar ninguna información obtenida de la entrevista. Sin embargo, ten en cuenta que a menudo podrás encontrar la misma información en otro lugar, y podrás encontrar a alguien que hable en forma oficial (on the record).

Es posible que durante una entrevista, tu fuente solicite que alguna de la información brindada sea “off the record”.

Situaciones difíciles

Algunas personas insisten en que todo lo que dicen debe ser extraoficial. Por lo tanto, no puedes utilizar ninguna información; ni siquiera como antecedentes.

Esto raramente sucede fuera del ámbito del periodismo investigativo. Sin embargo, si encuentras una fuente que quiere hablar en forma extraoficial, trátala con respeto. Pídele a tu en-

trevistado que te indique otra fuente que quiera y pueda hablar en forma oficial.

Cumple con los deseos de tu fuente. Si una persona no desea ser nombrada, legalmente no debe ser nombrada. Este es un tema particularmente importante cuando se trata de personas

Ética al entrevistar a personas que viven con VIH o TBC

Para algunos artículos será necesario entrevistar a una persona que vive con VIH y/o TBC. Aunque dependerá de la persona involucrada, a menudo es necesario ser especialmente **sensible** a sus necesidades y perspectivas. Si no te sientes seguro/a para entrevistar a personas con VIH y/o TBC, puedes preparar preguntas por anticipado y pedirle a alguien con más experiencia que **te asesore**.

Es muy importante **resguardar la identidad** de la persona si esta no es “pública”, es decir que no ha revelado públicamente que vive con VIH o TBC. Si la persona establece claramente que puedes utilizar su nombre, no hay necesidad de ocultar su identidad. Lamentablemente todavía es común para las personas con VIH y/o TBC tener que enfrentarse con el estigma y la discriminación después de revelar su condición.

viviendo con VIH, quienes pueden sufrir graves consecuencias por hacer pública su condición.

A los efectos del estilo de la escritura, puedes inventar un nombre ficticio y citar directamente de una entrevista siempre que la identidad de la persona no quede implícita. Esto debe pactarse de antemano, y los lectores deben tener bien claro que se trata de un nombre ficticio (ya que sin querer puedes haber elegido un nombre que pertenece a otra persona).

Independencia

Al igual que muchas agencias de prensa, el equipo de CC es independiente. Esto significa que puedes publicar tus artículos dentro de los límites del reportaje ético y legal.

A pesar de ser bastante improbable, si una fuente te pide ver tu historia antes de publicarla, amable pero firmemente dile que no. Explícale que no es la práctica habitual y que el plazo de entrega no lo permite. Si lo haces, generalmente se considera como un ofrecimiento para cambiar partes de la nota, por lo que luego te sentirás en la obligación de hacerlo.

Entrevistas a niños, niñas y adolescentes

A menudo, los niños, niñas y adolescentes son una fuente desconocida de información y perspectivas. A continuación, algunos consejos para entrevistarlos:

- Obtén el **permiso** de la persona responsable del niño, niña o adolescente antes de acercarte o entrevistar.
- Pídele que firmen un **formulario de autorización para la publicación de información.**

- Tómate el tiempo: los niños y adolescentes pueden tardar en **entrar en confianza**. Sé amable.
- Ten presente el **bienestar** del niño o niña.
- Las voces de los niños y niñas son un **aporte valioso** al discurso; sin embargo, con frecuencia son el grupo más vulnerable ●

a.Pautas básicas
para editar
artículos de CC**b.**

Títulos

c.Referencia
rápida para
la edición

Edición y corrección de textos

El editor de CC, al igual que el de un diario o una revista, es responsable de la publicación y del punto de vista que se asume sobre ciertos temas. Considerará el estilo de escritura que se usará, cómo tratar los contenidos que deberá tener y en qué medida se usarán fotografías, ilustraciones y dibujos.

Muchas veces la edición y la corrección se presentan como sinónimos. Y si bien son parte de un mismo proceso, se realizan en etapas distintas:

- La edición de un texto es el control minucioso de un borrador. Se trata de un proceso intenso que requiere de un amplio conocimiento del idioma y de la escritura: incluye leer detalladamente un artículo para controlar el estilo, la gramática, la estructura y el uso del lenguaje.
- La corrección de un texto es el paso final de la edición. Es la última posibilidad para arreglar errores en un borrador final, salvando las

incongruencias en el texto. Es una tarea detallada, meticulosa y que consume tiempo.

La corrección es el paso final en edición. Es la última posibilidad para arreglar errores, incluyendo las incongruencias incorporadas en el texto por transmisión electrónica.

A menudo, escribir en español no es la principal fortaleza de los CC. Este documento es una rápida referencia a las nociones básicas de la edición y no solo te ayudará a editar los artículos existentes, sino también a construir mejores artículos desde el principio.

Tanto para corregir como para editar un texto se recomienda hacerlo en una versión impresa. Muchas veces en una copia impresa se detectan errores que en el monitor de la computadora pasan desapercibidos. Dale a leer el documento a algún colega. Pregúntale qué entendió y si tu artículo es claro. Solicita la mayor cantidad de observaciones posibles.

Pautas básicas para editar artículos de CC

Como escritor, buscas mejorar tres elementos de la historia:

- Gramática, ortografía y puntuación
- Elección de palabras
- Claridad y brevedad

¿Por qué editamos?

Los escritores editan lo que han escrito, o editan el trabajo de otros, por diversas razones:

- Es poco probable que la primera versión que escribimos sea perfecta, no importa cuánto la planeemos;
- el tono o la disposición de un documento puede no ser lo que pretendemos;
- no hay espacio suficiente en la página para todo lo que quisiéramos decir;
- necesitamos hacer un documento apropiado para un grupo diferente de lectores;
- queremos hacer el contenido lo más claro posible para nuestros lectores;
- los documentos más largos a menudo se vuelven aburridos y hacen perder el interés a los lectores;
- aunque usemos el corrector ortográfico y gramatical, aún puede haber errores;
- precisamos aplicar nuestras “reglas” de organización sobre el uso del lenguaje;
- es esencial estar seguros de que los hechos, números y nombres mencionados sean correctos;
- algunos documentos requieren ayuda extra para seducir al lector y captar su atención;
- necesitamos asegurarnos que todo en el documento sea consistente;
- queremos ser lo más concisos posible.

Gramática, ortografía y puntuación

- Ten un diccionario cerca o busca un diccionario online para que te ayude.
- Para la puntuación, lee en detalle tu historia para ver si has pasado por alto los puntos, signos de pregunta y comillas. Lee las guías de estilo recomendadas.
- Pásale el corrector ortográfico a todo, pero vuelve a leer tu historia detenidamente ya que el corrector ortográfico no capta algunas palabras. A veces leer tu historia en voz alta ayuda.

Elección de palabras

- Sé descriptivo/a:
 - o Muestra, no digas.
 - o Coloca más información en una oración. En lugar de “El hombre corrió por la calle” di “El doctor corrió a gran velocidad por la calle San Martín”.
- No uses una palabra larga y complicada cuando puedes usar una más corta y simple.
- Escribe tal como hablas:
 - o Idealmente, todos los textos de CC deben ser claros y correctos. Sin embargo, como periodista ciudadano, utiliza tu voz verdadera y trata de saber las reglas de la edición.
 - o Di lo que es: un vehículo para incendios de emergencia es un camión de bomberos. Los profesionales médicos son los médicos y los enfermeros.

Claridad y brevedad

Es mucho más fácil irse por las ramas que cortar la información irrelevante y llegar al punto.

Algunos consejos para ayudar a los CC a ser lo más breves posible:

- Tus oraciones deben ser cortas. Incluye una idea por oración, especialmente en el cope-te o en el cuerpo de la noticia.
- Utiliza un verbo simple. En lugar de “Juana ha entregado la pizza” usa “Juana entregó la pizza”.

Algunos consejos para mayor claridad:

- Evita el uso de adjetivos.
- Evita las palabras que terminan en «ando», «iendo» y «mente».
- Una idea por cada oración.
- Redacta de tal forma que sea muy difícil cortar la nota en cualquier parte.
- Lee y elige tu guía de estilo.

Para obtener más información sobre el estilo y el uso de las palabras, recomendamos consultar:

www.manualdeestilo.com

www.fundeu.es/esurgente/lenguas/

www.unaids.org/en/media/unaids/contentassets/documents/unaidspublication/2011/JC2118_terminology-guidelines_es.pdf

Títulos

En el mundo de las noticias por lo general los escritores no escriben sus propios títulos. Los títulos los escriben los editores antes de la publicación. El título es lo último que se escribe de la historia.

No obstante, los CC escriben sus propios títulos. Esta es una oportunidad para que tus historias resuenen en los buscadores de sitios web. Dale a tu público un motivo para clicar en el enlace y leer la historia completa a la que pusiste tanto esfuerzo. El título es una de las partes más importantes

de tu historia. ¿Sabías que cuatro de cada cinco personas solo leen el título de una historia y ni una palabra más debajo del título? Por lo tanto, es necesario hacer que el lector se detenga y lea tu historia.

A continuación, una breve lista de lo que se debe y lo que no se debe hacer cuando se escriben títulos:

- Utiliza la voz activa:
 - o SI: “Entregaron reconocimiento a activistas”
 - o NO: “Se entregó reconocimiento a activistas”
- Buenos verbos hacen que el título sea más atractivo de leer:
 - o SI: “La Cancillería se solidarizó con China por el terremoto”
 - o NO: “La Cancillería demostró solidaridad con China por el terremoto”
- Utiliza el tiempo presente:
 - o SI: “De la calle al hospital, una organización posibilita el derecho a la salud”
 - o NO: “Una organización ayudaba a personas en situación de calle a acceder a la salud”
- Usa un lenguaje sencillo, coloquial, con palabras comunes:
 - o SI: “La OMS presentará en Lima nuevas recomendaciones para el tratamiento de personas con VIH”
 - o NO: “La OMS presentará en Lima las nuevas directrices de tratamiento antirretroviral”
- Brinda información suficiente para atraer al lector:
 - o SI: “El 30 por ciento de los tratamientos de fertilización asistida en Chile se dan a través de la ovodonación”
 - o NO: “Chile: Muchos tratamientos de fertilización son a partir de ovodonación”
- No uses nombres propios en el título, a no

ser que la persona sea muy conocida o que la publicación sea local:

- o SI: “El viceministro de Salud argentino expondrá en el Tercer Foro Mundial de Drogas en Brasil”
 - o NO: “Gabriel Yedlin expondrá en el Tercer Foro Mundial de Drogas en Brasil”
- Solo la primera palabra va en mayúscula, salvo los sustantivos propios (nombres) que siempre van en mayúscula:
 - o SI: “Una nueva biblioteca abre sus puertas en Tijuana”
 - o NO: “Una Nueva Biblioteca Abre sus Puertas en Tijuana”

Edición entre compañeros

Se alienta a los CC a que editen el trabajo de sus compañeros. A medida que los CC se vuelven más cómodos con sus habilidades de escritura, gramática y estilo periodístico, los alentamos a que las compartan para ayudar a sus compañeros periodistas ciudadanos. Compartir sus habilidades y opiniones sobre otros artículos no solo los ayuda a desarrollar su capacidad, sino también a mejorar su propia habilidad para escribir. Todos se benefician de la edición entre compañeros.

Referencia rápida para la edición

- 1) Las oraciones y los párrafos deben ser cortos. Cuanto más corto y conciso es el artículo, hay más probabilidad de que se lea completamente.
- 2) Debes ser breve y simple. Usa palabras cortas en lugar de las más largas y rebuscadas.
- 3) Para la primera referencia, deletrea los términos que no son familiares para el público más amplio con las abreviaturas y acrónimos entre paréntesis. Para referencias posteriores, usa las abreviaturas y acrónimos.
- 4) Evita el 'yo' en tus artículos a menos que sea en primera persona.
- 5) Usa mayúsculas para los acrónimos (por ej. ONUSIDA, no Onusida).
- 6) Utiliza la cursiva para las palabras extranjeras, según sea apropiado para tu público, y para títulos de libros, películas, revistas y otros medios de comunicación (por ej. *advocacy*)
- 7) Escribe con letra los números inferiores al 10. Siempre escribe los números con letras si son la primera palabra de una oración:
 - o Un, dos, tres...
 - o Hay 24 horas en un día
 - o Cuarenta personas asistieron a la celebración
- 8) Escribe 'por ciento' en vez del símbolo '%'.
 - o Un, dos, tres...
 - o Hay 24 horas en un día
 - o Cuarenta personas asistieron a la celebración
- 9) Para la primera referencia, escribe el nombre completo de la persona. Para referencias posteriores, refiérete a la persona solo por su apellido.
- 10) A los niños menores de 18 años se los nombra por su nombre en referencias posteriores.
- 11) Si más de una persona en la historia posee el mismo apellido, usa nombre y apellido en todas las referencias.

12) No utilices títulos de género (Sr., Sra., Srta.).

13) Ten cuidado de no utilizar apóstrofes incorrectamente.

Más sobre fechas, números y valores

Se seguirá la convención de usar el punto para separar los miles y las comas para separar los decimales. Nótese que en países como México o Puerto Rico el uso es diferente: punto para los decimales, coma para los miles –como en inglés–, pero se utilizará la convención mayoritaria.

La coma decimal puede usarse en casos como millón y medio. Es preferible escribir “1,5 millones” que “1.500.000”. Lo mismo que es preferible escribir “\$1,2 mil millones” a 1.200.000.000. Cuidado: en español, billón es un millón de millones (es decir 1.000.000.000.000, o un uno seguido de doce ceros). Debe tenerse especial cuidado al traducir del inglés o del portugués, pues en esas lenguas billion o bilhão es equivalente a mil millones (1.000.000.000, o un uno seguido de nueve ceros).

Hay tres formatos para fechas que pueden utilizarse en el texto: el formato patrón, el formato alternativo y el formato compacto. Se recomienda el formato patrón, que se define así: **DD de mes (nombre completo en minúscula) de AAAA** o **DD de mes (nombre completo en minúscula), AAAA**. Si el día es de solo un dígito, no debe ir precedido de cero. El primer día del mes en el formato patrón para fecha es: 1 de mes o 1 de mes de AAAA ●

Ejemplos:

1 de febrero de 2005 o 1 de febrero, 2005
31 de diciembre de 2012 o 31 de diciembre, 2012

a.

Las fotografías

b.

Consejos a tener en cuenta

8

www.revistahumanum.or

Uso de imágenes

Las imágenes son un recurso muy poderoso. Pueden reforzar o incluso contradecir lo que el texto de una nota afirma. Es sabido que “una imagen vale más que mil palabras”, por lo que es importante tener ciertos cuidados al utilizarlas en los artículos de CC.

A continuación, algunos consejos a tener en cuenta:

- Si es posible, solicita a los/las protagonistas de la historia que posen para la foto

Las fotografías:

Dan información sobre lo que sucedió

- Muestran lo que pasó
- Sirven para conectar a la audiencia con la experiencia
- Tienen una importancia estética
- Dan “aire” a la noticia

- Identifica los mejores ambientes, con mucha luz
- Toma muchas fotos
- Sé sensible a la situación de las personas trans y/o personas que viven con VIH
- Si estás en un espacio privado, solicita el consentimiento de las personas
- No tomes ni utilices fotos que denigren o humillen a las personas
- Si es necesario resguardar la identidad de las personas fotografiadas, puedes tomar imágenes de espaldas, de sombras, manos o dibujos. Sé creativo/a con las imágenes.



Fuente: Alianza Internacional contra el VIH/SIDA



Fuente: Rommel González



Fuente: Rommel González

a.

Metas de los ICD

9

Indicadores Clave de Desempeño (ICD)

Este es un mecanismo de medición y rendición de cuentas sobre el desempeño de los Corresponsales Clave (CC) de manera transparente. Promueve además el acceso a incentivos y fomenta un desempeño parejo dentro del Equipo de Corresponsales Clave (ECC).

Todos los CC firmarán un compromiso simbólico de cumplir con la política editorial y los indicadores clave de desempeño. Las metas mínimas de los ICD establecidos se detallan a continuación:

- Un artículo o entrevistas diarias durante una conferencia o evento que el CC se encuentre cubriendo.
- Un artículo o entrevista mensual a lo largo de un año.
- Un informe especial anual.

Cada contribución se mide con un punto de ICD y los informes especiales con tres puntos de ICD. La cantidad de puntos obtenidos en el último año será el principal criterio para asig-

nar una beca o apoyo financiero para cubrir un próximo evento o conferencia. Se debe acumular un mínimo de 15 puntos al año.

Quienes no logren sumar este puntaje en dos años consecutivos serán invitados a dejar el equipo. Mientras tanto, aquellos países o regiones en un país con un CC de bajo desempeño serán priorizados para elegir e invitar a capacitar a un nuevo CC.

Los CC que reciban una carta de apoyo o recomendación del ECC para un evento, se inscriban como corresponsales acreditados o reciban apoyo financiero parcial o total para la participación, deberán producir al menos un artículo por día de reunión. Esta es la meta mínima, pudiéndose acordar una cobertura de múltiples artículos.

El marcador de los puntos individuales será compartido internamente con el ECC y administrado por el Coordinador del ECC ●

Ejemplos prácticos de los ICD:

Ejemplo	Supera desempeño	Desempeño esperado	Bajo desempeño
Artículos en un año	14	12	5
Informe especial anual	6	3	0
Evento de 3 días	4	3	2
Número total	24	18	7

a.
Guías

b.
Fuentes

10

bibliotecadeanasoto.blogspot.com

Otras guías recomendadas y fuentes de consulta

A continuación te sugerimos algunas guías y manuales que te servirán como referencia para consultas sobre tratamiento periodístico del VIH y temas relacionados, estilo y uso del lenguaje. También, fuentes donde obtener información para tus artículos. No se trata de un listado exhaustivo ni excluyente.

Recuerda que siempre puedes revisar la biblioteca de la web de Corresponsales Clave y PortalSIDA

Guías:

Orientaciones terminológicas de ONUSIDA, versión revisada, octubre de 2011.

Guía para el abordaje del VIH en los medios de comunicación, Red de Comunicadores/as para el abordaje del VIH y el Sida y UNICEF, Nicaragua, febrero de 2010.

Guía para la cobertura del VIH/SIDA, Fundación Kaiser Family y Fundación Huésped, octubre de 2009.

Guía para comunicadores sobre VIH/Sida, Iniciativa de Medios Latinoamericanos sobre el Sida (IMLAS)

Buenas prácticas en la comunicación pública. Informes para periodistas, INADI, Buenos Aires, 2011.

Guía de recomendaciones para el tratamiento periodístico del VIH-Sida, Dirección de Sida y ETS, Ministerio de Salud de la Nación, Buenos Aires, 2013.

Fuentes:

PortalSIDA

www.portalsida.org

International HIV/AIDS Alliance

www.aidsalliance.org

Grupo de Trabajo sobre Tratamientos del VIH (gTt-VIH)

<http://www.gtt-vih.org/>

SIDA STUDI

<http://www.sidastudi.org/>

Centro de Documentación y Recursos Pedagógicos VIH/Sida Hispanoamérica (CDRP)

<http://hispanoamerica.sidastudi.org/>

Programa Conjunto de las Naciones Unidas sobre el VIH-Sida (ONUSIDA)

<http://www.onusida-latina.org/es/>

Organización Mundial de la Salud (OMS)

<http://www.who.int/es/>

Organización Panamericana de la Salud (OPS)

<http://www.paho.org/hq/index.php?lang=es>

Fondo de Población de las Naciones Unidas (UNFPA)

www.unfpa.org

Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF)

<http://www.unicef.org/spanish/>

a.

Matriz para la planificación del artículo

b.

Lista de control de la edición

c.

Consentimiento informado para entrevistas



11

Anexos

A. Matriz para la planificación del artículo

Tema	Asunto específico	Fuentes	Investigación	Imágenes	Plazo de entrega

B. Lista de control de la edición

A continuación figura la lista de control que utilizan los editores de los artículos de CC. Puedes utilizar este cuadro como guía cuando editas tus artículos.

Atributos	Marcar
<p>Valor de la noticia</p> <p>Inmediatez: ¿se trata de algo ocurrido recientemente?</p> <p>Proximidad: ¿los lectores se pueden relacionar con la historia?</p> <p>Consecuencia: ¿la historia tiene repercusión en el lector desde una variedad de ángulos?</p> <p>Tendencias: ¿la historia informa sobre nuevos hallazgos, el progreso, tendencias cambiantes y/o va más allá de cifras publicadas para desafiar supuestos o tendencias ocultas?</p> <p>Aspecto de interés humano: ¿es una historia poderosa?</p> <p>Personas importantes: ¿están incluidas/ mencionadas?</p> <p>Lo nuevo e inesperado: ¿la historia identifica y trata temas ocultos?</p> <p>Originalidad de ideas: ¿el artículo presenta formas novedosas de tratar el tema?</p>	
<p>Análisis crítico</p> <p>¿Los hechos y cifras son verificados y actualizados minuciosamente?</p> <p>¿El artículo cuenta la historia completa informando sobre ambos (o más) lados y mantiene algún equilibrio?</p> <p>¿La historia proporciona información y explicación de los antecedentes al lector según sea necesario?</p> <p>¿Se proporcionan las referencias necesarias?</p>	
<p>Exactitud</p> <p>¿Los hechos y cifras son verificados y actualizados minuciosamente?</p> <p>¿El artículo cuenta la historia completa informando sobre ambos (o más) lados y mantiene algún equilibrio?</p> <p>¿La historia proporciona información y explicación de los antecedentes al lector según sea necesario?</p> <p>¿Se proporcionan las referencias necesarias?</p>	
<p>Estructura</p> <p>¿Hay un copete que describa el punto de la historia?</p> <p>¿Están cubiertas las cinco preguntas clave (quién, qué, dónde, cuándo, por qué)?</p> <p>Estructura global: ¿la historia está estructurada de manera eficaz para atraer el interés del lector?</p> <p>¿La lectura fluye fácilmente?</p>	
<p>Lenguaje</p> <p>Brevedad: ¿la historia está elaborada de manera simple solo con información relevante, las palabras necesarias y sin repeticiones?</p> <p>Claridad: ¿la historia está escrita con claridad a fin de evitar ambigüedades, confusión e interpretación errónea por parte del lector?</p> <p>¿Se respeta la gramática y ortografía?</p>	

C. Consentimiento informado para entrevistas

AUTORIZACIÓN DE USO DE IMÁGENES PARA CORRESPONSALES CLAVE

Este formulario de autorización de uso de imágenes será usado con todas las personas que sean fotografiadas.

Participación voluntaria

Su participación en esta sesión de fotografía es voluntaria. Usted decide si participa o no de la sesión y no tiene que dar ninguna explicación de su decisión.

Confidencialidad

Debe tener en cuenta que la exposición de su imagen en medios públicos llevará a que muchas personas conozcan su diagnóstico. Evalúe el impacto de esta exposición en su vida cotidiana. Tenga en cuenta que su imagen no será utilizada para otros fines fuera de Corresponsales Clave.

Autorización de uso de imagen

He leído (o alguien me ha leído) la información provista sobre los artículos de Corresponsales Clave, iniciativa de la International HIV/AIDS Alliance (la Alianza) con el apoyo de ONUSIDA.

He tenido la oportunidad de hacer preguntas y todas mis dudas han sido respondidas satisfactoriamente. Mi participación en esta fotografía o sesión de fotografías es voluntaria.

Autorizo a Corresponsales Clave a utilizar mi imagen en los artículos publicados en su página web.

FIRMA DE LA PERSONA
A SER FOTOGRAFIADA

FECHA

En casos donde la persona a ser fotografiada no puede leer o escribir

Yo soy testigo/a de que se le ha leído a la persona a ser fotografiada la información provista sobre los artículos publicados por Corresponsales Clave, iniciativa de la International HIV/AIDS Alliance (la Alianza) con el apoyo de ONUSIDA y que éste/a comprende las dimensiones del uso de su imagen.

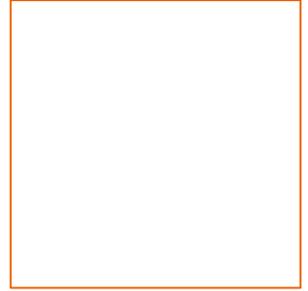
Confirmando que la persona a ser fotografiada ha otorgado su autorización libremente.

FIRMA DEL/LA TESTIGO/A

FECHA

HUELLA DACTILAR DE LA PERSONA A SER FOTOGRAFIADA

He explicado dónde será publicado el artículo al/la persona a fotografiar y respondido todas sus preguntas. Considero que él/ella ha entendido toda la información descrita en este documento y él/ella da su autorización libremente.



FIRMA DEL/LA CORRESPONSAL CLAVE

FECHA

