



LA RAYA AMARILLA

Manual de ética, estilo y redacción
de El Pitazo

Redacción:
Yelitza Linares, con el aporte
de los integrantes del Consejo Editorial
y del equipo de editores.

Primera edición
2017



Este manual es un código propio de ***EL PITAZO*** para asegurarnos de que estamos alineados en los valores que defendemos y en las formas expresivas que usamos, de manera que podamos preservar la identidad de este medio y ofrecer contenidos de calidad.

PRINCIPIOS EDITORIALES

Nuestro propósito es hacer periodismo con rigurosidad, apegados al deber de informar y al desafío de vencer cualquier tipo de limitaciones o censura, sin descuidar las principales normas éticas que nos rigen. Nuestra meta es acercarnos a la verdad y contar las historias que otros medios callan para favorecer al poder o a intereses económicos.

Somos un medio independiente y pluralista, porque damos cabida a todas las corrientes de pensamiento y grupos sociales. Pero estamos comprometidos con servirles y darles voz a los sectores más vulnerables de la población venezolana.

Respaldamos la democracia, porque consideramos que es la mejor forma de organización social y porque la libertad de expresión es uno de sus pilares. Apoyamos la descentralización política y de la información; por eso, uno de nuestros objetivos es ofrecer una completa cobertura informativa de las regiones.

Creemos en el derecho a estar informados, y con ese objetivo nos planteamos el reto de usar la tecnología y todos los medios alternos posibles, para llegar a los estratos sociales más pobres, que es nuestro público meta, lo cual no excluye a otras audiencias.

Cuestionamos la corrupción y la injusticia, y creemos que los organismos públicos deben ser transparentes en su gestión; por lo tanto, siempre exigiremos que estas instituciones garanticen a los ciudadanos el libre acceso a la información que generan.

Somos un medio multiplataforma y generamos contenidos para todas estas, digitales o no, en las que **EL PITAZO** decida incursionar para lograr un alcance mayor de su audiencia objetivo.



Hacemos periodismo de investigación para intentar develar los intrínquilis del poder y lo que este quiere ocultar. Nos aliamos con otros medios, redes de periodistas y con organizaciones no gubernamentales para lograr una mayor difusión de nuestras informaciones.

Somos innovadores y para eso intentamos cambiar esquemas en las formas de trabajo y en la manera como presentamos los contenidos.

Buscamos la sostenibilidad económica de este proyecto y para ello exploramos variadas vías de ingresos, pero siempre con el objetivo de poner los intereses de nuestras audiencias por encima de las de nuestros clientes o donantes.

NORMAS ÉTICAS Y PRÁCTICAS PROFESIONALES

Derecho a la información

Nuestra misión es informar todo lo que sea de interés público. Los obstáculos que el periodista encuentre para obtener información deben ser superados y no se contarán en publicaciones, a menos que aporten contenido relevante para la historia.

Identificación

Los profesionales que generen contenidos para **EL PITAZO** deben identificarse como representantes de este medio cuando trabajen en una de sus historias. No deben hacerse pasar por otra persona para lograr una noticia, un dato o unas imágenes. Esto aplica tanto para periodistas, fotógrafos, videógrafos, infógrafos y para cualquier otro profesional que haga trabajo de campo y tenga contacto con posibles fuentes de información.

Fuentes

- Está prohibido el uso de fuentes anónimas. En caso extremo, la información suministrada anónimamente será el punto de partida del trabajo periodístico que debe dar como resultado la verificación de los hechos contados por esta fuente.
- En caso de usar el recurso de la fuente con identidad bajo reserva, en el que el periodista conoce y tiene contacto con la persona, pero decide no revelar su identidad por temor a represalias, esto debe informarse en el texto o material.

Sin embargo, todo dato o información aportada por una fuente en reserva debe ser confirmada, verificada o constatada por otras dos fuentes independientes.

- Las fuentes deben ser contrastadas. Por cada contenido generado debe considerarse el uso de más de dos puntos de vista opuestos o complementarios. Una visión plural y más completa nos acercará a la verdad.
- Deben agotarse todas las posibilidades para obtener la versión de fuentes oficiales o de personas objeto de la nota periodística. En caso de que aún así no lo logre, el periodista lo acotará en el contenido de que intentó mostrar este punto de vista, pero el esfuerzo resultó infructuoso.

Pagos a fuentes

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

Copias previas a entrevistados

En ningún caso, se debe ofrecer la aprobación de la copia como un método para asegurar entrevistas o cooperación.

Ahora bien, se puede permitir que el entrevistado vea el material previamente, en caso de que tratemos temas de difícil comprensión o tratamiento y queramos estar seguros de lo que interpretamos, pero debe aclararse a la fuente de información que es para evitar posibles errores.

No deben realizarse entrevistas mediante cuestionarios previos, salvo en situaciones muy excepcionales. En este último caso, el recurso debe ser aprobado por el editor y ha de advertirse al

lector las razones por las cuales se usó.

Errores

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

- Cuando se incurra en algún error grave y el caso lo amerite, **EL PITAZO**, una vez rectificada la falta, hará la aclaratoria pública y ofrecerá disculpas de manera explícita a los posibles agraviados. Esta información debe ser difundida con las mismas condiciones de jerarquización y distribución que se le dio a la nota que contenía el error.
- **EL PITAZO** debe garantizar canales abiertos para que las audiencias puedan pedir rectificación en los casos que lo ameriten y debe responderles oportunamente.

Justicia

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

Las personas señaladas en publicaciones de **EL PITAZO**, de sentirse agraviadas, tienen derecho a manifestarlo y solicitar el derecho a réplica. Por lo tanto, al final de los reportajes en los que no se haya podido obtener la versión de los involucrados, se colocará un párrafo con la siguiente información:

- Si cualquier persona se siente afectada directamente por informaciones inexactas o agraviantes publicadas en este portal, puede expresar su réplica u opinión por este mismo medio. El derecho a la réplica y a la rectificación corresponde a toda persona, natural o moral, nacional o extranjera, domiciliada o no domiciliada en el país, de derecho privado o derecho público estatal o no estatal, sin discriminación alguna y sea cual sea su profesión u oficio. La Constitución no establece excepción alguna, por lo que toda persona tiene este derecho a réplica y rectificación. Si usted desea expresar su derecho a la réplica o rectificación, por favor, póngase en contacto con nosotros a través de la siguiente dirección: ***elpitazoeditor@elpitazo.com***

Legal

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

Plagio

No se debe usar o reproducir material de otras personas sin su debida atribución. La fuente de material publicado obtenida a partir de otra organización debe ser reconocida, incluyendo citas, imágenes y videos tomados de otros medios.

Esta atribución debe ser colocada junto a la cita o material y no al final de un trabajo, como suelen hacer otros portales.

Si un texto o video contiene una cantidad significativa de una agencia o de otro medio digital o impreso, deben publicarse solo tres párrafos, atribuírsele el crédito y, en caso de que el material esté en línea, debe agregarse el enlace al sitio, para que los usuarios puedan acceder al contenido completo y a la fuente original.

Privacidad

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

Hay que tener precaución sobre la publicación de nombres o direcciones de residencia de personas involucradas con una noticia, que puedan ser usados por otros para inmiscuirse en su privacidad o para afectar su seguridad.

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

Rumor

- Los rumores no son noticia y nunca deben ser considerados para titular, destacar o encabezar una nota o video.

Raza

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

para la historia.

Niños

- Hay que tener especial cuidado al entrevistar o mostrar menores de edad en videos y fotos. Los editores deben ser consultados sobre el uso de estos materiales, si fueron obtenidos sin el consentimiento de sus padres.
- No deben publicarse imágenes en las que menores de edad puedan verse vinculados con hechos delictivos o en situaciones que le causen un daño moral. La legislación venezolana vigente prohíbe la publicación de nombres de niños y adolescentes que sean considerados sujetos activos o pasivos de hechos punibles. Es decir, ni víctimas, ni victimarios. En caso de que prevalezca la decisión de publicarla por su valor informativo, deben ocultarse los rostros de los niños y esto debe estar autorizado por un editor.
- En caso de que prevalezca el criterio editorial de publicar el testimonio en video de un menor de edad que pudiera afectar su seguridad o causarle un daño moral, se omitirá su nombre y aplicarán los efectos necesarios para ocultar su rostro y distorsionar su voz.
- Una menor de edad no puede ser calificada como prostituta, pues es víctima de explotación sexual o se encuentra en situación de abuso o explotación sexual.

Conflictos de intereses

- En ***EL PITAZO*** valoramos la integridad e independencia de los periodistas, por lo tanto, su vida personal, intereses, aficiones, convicciones y creencias deben quedar fuera de su rol del trabajo.
- Los periodistas, fotógrafos y editores deben abstenerse de ejercer cargos públicos, o de participar activamente en organizaciones o partidos políticos. También deben ser transparente al comunicar con antelación de su posible vinculación con otras empresas privadas.
- Un periodista no debe escribir o citar en una nota a un familiar o socio, inclusive, si el pariente o pareja es un experto en el campo del que se trate. En caso de ser una información de interés, debe remitir la fuente a otro periodista o comunicarlo al editor.

Sobre posibles beneficios

- Los periodistas no deben usar su rol en ***EL PITAZO*** para obtener beneficios privados a su favor o para otros. No recibirán pagos, regalos u otras ventajas para socavar su imparcialidad o independencia. Mucho menos aceptarán invitaciones u obsequios de las personas que sean objeto de un perfil o reportaje de investigación.
- Cuando otra firma distinta a ***EL PITAZO*** pague el costo del transporte u hospedaje de cualquier profesional que colabore con nosotros, debemos dejar claro que recibimos este apoyo en el texto o material audiovisual. La aceptación de dicha oferta está condicionada a que ***EL PITAZO*** sea libre de informar lo que considere justo, y esto debe ser aclarado a los

patrocinadores antes de ser ejecutado.

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

Trabajo por cuenta propia

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

Redes sociales

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

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

En las redes sociales de **EL PITAZO**, no compartiremos contenidos que no puedan ser comprobados. Los periodistas de este medio también deberían abstenerse de hacerlo en sus cuentas personales, porque son la cara visible del medio. Todos los contenidos generados e, incluso, las narrativas multimedia producidas, deben ofrecer la facilidad de ser

compartidas en redes sociales y permitir la interacción con las audiencias.

Los lineamientos del manejo de las cuentas de medios sociales de **EL PITAZO** se regirán por el Manual de Redes Sociales, a disposición del equipo de community managers.

Los reporteros que eventualmente deban hacer uso de las cuentas para coberturas especiales, recibirán las instrucciones del jefe de Redes Sociales, así como los términos de uso de los accesos a dichas cuentas.

Publicidad

No aceptaremos publicidad de venta de armas, prostíbulos ni aquélla que denigre de la imagen de mujeres y hombres. Los contenidos editoriales no responderán a intereses publicitarios y esto debe ser transparente para los anunciantes. Se publicarán notas enviadas por clientes, solo cuando sean noticia y debe procurarse agregarle valor. Siempre debe prevalecer el contenido editorial por encima del publicitario.

Ningún periodista debe vender publicidad ni recibir comisiones por recomendar posibles anunciantes. Esto solo corresponderá al equipo de Ventas.

En caso de que **EL PITAZO** realice contenidos patrocinados o publicidad nativa, esta será elaborada y promocionada por un equipo independiente al editorial. Además, debe ser identificada como tal en la publicación, de manera que sea transparente para los lectores.

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

TRATAMIENTOS

Género

- Procuremos favorecer el uso del lenguaje inclusivo con palabras o frases que se refieran a todos los géneros. Por ejemplo, ciudadanía, infancia, niñez, el alumnado, el personal médico.
- En casos en los que no exista esta palabra, se usará el género masculino para referirse a colectivos (los bioanalistas, los estudiantes de Derecho, los panaderos, etc), a menos que sea relevante en la historia diferenciar la diversidad; por ejemplo: Había más madres que padres en la reunión de representantes del colegio.
- Debemos usar las adaptaciones al género femenino aceptadas por el Diccionario de la Real Academia Española para cargos, profesiones, oficios y títulos; por ejemplo: La ex presidenta Dilma Rousseff, la ingeniera Juanita Chacón.
- Hay que hacer el esfuerzo por usar también a mujeres como fuentes de información, para rebatir el uso predominante de voceros masculinos.
- Las mujeres que aparezcan en el contexto de historias sobre hombres deben ser identificadas con sus nombres completos. No debemos referirnos a ellas solo con la coletilla de “la esposa de...”.
- Hay que tener especial cuidado al informar sobre temas asociados con la población LGBT, porque hay una tendencia a estigmatizarlos con el lenguaje. En principio, no debe comunicarse sobre las preferencias sexuales de una persona

si esta información no es relevante en la noticia.

- LGBT es una abreviatura de “lesbianas, homosexuales, bisexuales y transexuales.” Utilice las siglas en titulares y sumarios cortos, pero detalle lo que significa en los primeros párrafos o minutos de un video. La Q de LGBTQ se refiere a las personas que siguen explorando su sexualidad. Use LGBTQ solamente en las citas o los nombres de organizaciones formales o eventos.
- En caso de que sea relevante para la historia, use la palabra “gay” si se refiere a los hombres que se sienten atraídos por otros hombres y “lesbiana” para las mujeres que les gustan las personas de su mismo sexo. Es preferible usar ésta por encima de “homosexual”, que hace referencia a un contexto clínico o a la actividad sexual. En titulares en los que el espacio es limitado, “gay” también es aceptable para describir a ambos.
- En el caso de entrevistar a personas gays, lesbianas y, especialmente en los casos de transgénero, se recomienda consultarles cómo prefieren ser identificados y con qué pronombres: él o ella.

Títulos académicos y honoríficos

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

Por ejemplo:

Usar El médico le recetó tomar acetaminofén en vez de El doctor le recetó tomar acetaminofén.

- Es correcto escribir El sicólogo Lino Suárez recomienda drenar el estrés haciendo ejercicios. Es incorrecto redactar El licenciado Lino Suárez recomienda drenar el estrés haciendo ejercicios.
- Se suprime todo tipo de tratamiento honorífico: Su Santidad, Su Excelencia, Su Alteza Real.

En estos casos, se usarán sus nombres acompañados de sus cargos.

Personas con discapacidad

- La discapacidad de una persona no debería ser mencionada en una nota, a menos que esto sea relevante en el contexto del hecho noticioso. Y en estos casos, se recomienda poner el énfasis en las personas y no en las discapacidades. Se debería decir “personas sordas”, “personas con discapacidad” o “persona con Alzheimer”.
- Cuando se les va a comparar no se debe llamar a sus opuestos “personas normales”, sino “personas sin discapacidad”.
- Al describir a una persona que posee una discapacidad, se debe utilizar un lenguaje neutral. No todas sufren, son víctimas, están postradas o afectadas. Tampoco son héroes. Sencillamente, se debería mencionar el verbo “tener”. Por ejemplo, Lila Martínez tiene una distrofia muscular.

- En vez de “enfermos mentales, se recomienda utilizar los términos genéricos “discapacidad intelectual”, “personas con enfermedad mental” o “personas con problemas de salud mental”. Mucho mejor si se especifica la discapacidad concreta; por ejemplo: “niño dentro del espectro autista”, “persona con síndrome de Down” o “persona con trastorno bipolar”.

Suicidio

- No publicaremos informaciones sobre suicidios de gente común y debemos tener especial cuidado de difundirlo cuando se trate de personas públicas. En todos los casos debe consultarse con el editor.
- Esto no es un delito ni un accidente, sino una decisión personal del autor que deberíamos respetar, así como también evitar que esta acción anime a otros a imitarlo.
- Deben considerarse los sentimientos de los familiares, especialmente, en el uso de imágenes y en la descripción del método de suicidio.
- En caso de que los editores decidan publicar un suicidio por su relevancia, es apropiado añadir un número telefónico de ayuda para prevenir otros casos y algunas recomendaciones de expertos.

Luto

- En las notas luctuosas u obituarios de personajes reconocidos, debe informarse la causa del fallecimiento, siempre que se tenga.

- Las personas deben ser tratadas con sensibilidad durante períodos de dolor y trauma. Antes de exponer a un pariente en duelo, hay que preguntarse cuánto valor le agrega esto a su información.

Encuestas

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

Internet

Deberá verificarse la autenticidad de toda información que se extraiga de la red de redes. Cada sitio web o perfil de un medio social puede ser considerada como una fuente de información, como tal debe ser citada en la noticia y debe tratarsele con la misma rigurosidad de una fuente viva.

El periodista debe buscar siempre la fuente original de la noticia y usar su buen criterio al momento de dar credibilidad a cada sitio web. En estos casos, deben aplicarse los protocolos conocidos y las herramientas disponibles en línea para verificar tanto la autenticidad de los usuarios, que se usan como fuentes de información, como del material gráfico y audiovisual que difundan.

Vínculos o enlaces

Tenemos dos tipos de enlaces:

Enlaces internos: contenido relacionado o que vinculan a otra pieza publicada con anterioridad en **EL PITAZO**. Se utilizan para ampliar el contexto de los hechos citados. Podrán ser colocados de manera que abran en la misma ventana. Enlaces externos: que conducen a contenido que está fuera del sitio de **EL PITAZO** y que también ayudan a elaborar el contexto de la información.

Pueden ser páginas oficiales de organizaciones, organismos públicos, gremios, asociaciones civiles u ONG, otros sitios de noticias y/o blogs.

- Antes de colocar los enlaces debe verificarse que sean sitios confiables y reconocidos.
- Un sitio web como enlace debe ser usado una sola vez en cada texto.
- Debemos relacionar con consistencia los vínculos textuales, de manera que el lector tenga claro el destino al que lo llevará el hipertexto. Por ejemplo: "El Zorro, quien falleció el 15 de diciembre en un enfrentamiento con la policía, estaba siendo perseguido por las autoridades desde hace tres meses".
- Deben ser enlaces significativos, que aporten valor a la información.
- Debemos aclarar de cuándo data el documento enlazado y el formato (si es un PDF o un MP3, por ejemplo)
- Los enlaces externos deberán colocarse de manera que abran

en otra ventana, para que EL PITAZO mantenga la visita.

Uso de contenidos agregados

- Cuando se suba a la web de **EL PITAZO** un material generado por otro medio informativo o blog, se dará el crédito al medio en el sumario de la nota, se hará una nota referencial de tres párrafos (es decir, no se copiará tal cual) y se colocará la frase “lea más en (el nombre del medio)”, con el enlace a la página en la que fue publicada la información original.

Uso de contenidos generados por usuarios

Los comentarios de los usuarios publicados en **EL PITAZO** no son responsabilidad de este medio, y no serán alterados ni corregidos.

Nos reservamos el derecho de eliminarlos, modificarlos o corregirlos, cuando sean ofensivos, conduzcan al insulto fácil o sean identificados como forma de promoción o publicidad.

- Debe ser verificada la veracidad y autoría de contenidos generados por las audiencias en las redes sociales antes de estos sean utilizados por periodistas de **EL PITAZO**. Esto incluye textos, imágenes, gráficos y videos.
- Previo al procesamiento de videos presenciales o fotos hechas por particulares (transeúntes, activistas, víctimas o perpetradores de abusos) que hayan sido subidas a redes sociales o enviados al equipo de **EL PITAZO**, el responsable de su publicación en el portal debe tratar de responderse las siguientes preguntas:

1 ¿Es auténtico?

2 ¿Cuál fue su intención de grabar?

3 ¿Es actual o material de archivo?

4 ¿Su contexto es el que se le atribuye?

- Una vez confirmada su veracidad, debe procurarse cumplir con algunas reglas básicas de “la etiqueta de consentimiento”, que recomienda el colectivo Eyewitness Media Hub
- Consultar al usuario sobre el riesgo que corre su seguridad si se publica el material con su nombre.
- Pedir permiso para usar el material.
- Informarle cómo y dónde se utilizará el material.
- Preguntar si le gustaría que se lo acreditaran.
- Preguntar cómo les gustaría que se lo atribuyeran.
- Lo mejor es conversar esto en un espacio privado, tan pronto como sea posible, para pedirles contexto adicional alrededor del material.
- Si el usuario autoriza el uso del material y una vez cumplidos los pasos anteriores, se usará como una fuente de información más y se le dará el crédito haciendo mención al autor en la red.
- Debe tenerse especial cuidado de no replicar contenidos generados por usuarios en cuyos perfiles se note una intención clara de generar zozobra o violencia.

- Antes de compartir estos contenidos, debe analizarse la cantidad de seguidores que tiene el usuario, si posee una foto real y si es responsable al compartir o generar contenidos en las redes sociales.

LENGUAJE PERIODÍSTICO

¿Qué es un pitazo?

- 1 Es un contenido de actualidad que proviene de diferentes regiones del país.
- 2 Información que no están dando los demás medios (no censurada, con contexto, rebelde)
- 3 Contenido que tenga valor práctico (que sea útil)
- 4 Contenido que esté presentado o contenga, disparadores de memoria (como las listas numeradas, por ejemplo)
- 5 Que esté bien contado (calidad narrativa: lenguaje directo, coloquial, cómplice)
- 6 Una combinación de todas (o alguna) de las anteriores.

Normas generales

- **EL PITAZO** debe procurar escribir en lenguaje sencillo, directo y comprensible. Esto no descarta el uso del lenguaje coloquial, siempre que no llegue a ser vulgar.
- Debe evitarse copiar el lenguaje, muchas veces incomprensible y especializado de los abogados, economistas, médicos, funcionarios públicos e intelectuales.
- Priorizamos el uso de los términos en nuestra lengua
- Descartamos las palabras que puedan ofender. Usemos groserías solo cuando sea absolutamente necesario para los hechos que se narran o para retratar a un personaje. Cuanto más fuerte sea la grosería, más debemos pensar acerca de su uso. No deben ser utilizadas en titulares, a menos que sea pronunciada por un funcionario público.

- Debe procurarse escribir párrafos cortos, siguiendo el orden natural del idioma: sujeto, verbo y predicado. Evite los incisos largos, porque tienden a confundir. Apliquemos lo que recomendaba el periodista argentino Tomás Eloy Martínez: en cada línea, un dato; en cada párrafo, una idea.
- El abuso del uso del gerundio empobrece el vocabulario. Cuando lo utilice, asegúrese de que el tiempo verbal que está narrando es el del presente continuo y que no puede ser sustituido por otro.

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

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

En **EL PITAZO** se acepta el uso de localismos y regionalismos como expresión de la cultura local, siempre que su significado sea explicado en el contenido elaborado.

- No se etiquetará a las personas con adjetivos descalificadores. Debe haber conciencia de que el poder usa el lenguaje como instrumento de dominación y los grupos en pugna terminan imitándolos. Evitemos utilizar términos que sirven para estigmatizar a una parte de la población, como por ejemplo, "bachaqueros", "hordas", "escuálidos", "bolichicos", "enchufados".
- Se deben evitar los eufemismos y procurar llamar las cosas por sus nombres. No hablamos de privados de libertad, sino de presos o detenidos; no usamos afrodescendientes por negros, reajuste de precios por aumento de precios; rebeldes cuando se habla de la guerrilla; retenidos por secuestrados;

recuperación en vez de expropiación; guardias del pueblo por milicias o rebelión cívico militar por golpe de Estado.

EL PITAZO se excluirán de los nombres de los ministerios venezolanos la denominación "para el Poder Popular". Ejemplos: Ministerio de Educación, Ministerio de la Defensa, Ministerio de Turismo.

- El redactor evitará expresiones como 'al parecer', 'podría', 'no se descarta' o similares. Estas fórmulas sólo sirven para añadir especulaciones o rumores. En ese caso, deberá aportar los datos que le inducen a creer que algo podría ocurrir.
- También deben evitarse adjetivos imprecisos como muchos o pocos. Estas expresiones deben ser sustituidas por los datos y las correspondientes comparaciones que aporten suficiente información para inferir si fue poco o mucho.

Estilos

- El nombre de ***EL PITAZO*** se escribirá en negrita y cursivas en la web y en videos. La de otros medios de comunicación solo irán en cursivas. En las redes sociales, el nombre de nuestro medio se procurará colocar con el correspondiente usuario: @ElPitazoTV, @ElPitazo.
- Las palabras en otro idioma irán en letra cursiva, hasta que sean incorporadas al castellano.
- También se escribirán en cursivas los nombres de publicaciones periódicas y los medios de comunicación en línea.
- Los nombres de canales de televisión se escribirán en letra redonda.

- Los títulos de libros, películas, obras de teatro, cuentos, canciones y artículos llevarán comillas.

Mayúsculas y minúsculas

Irán en mayúscula inicial

- Los nombres de estados, organismos, asociaciones, departamentos, cuando se coloquen sus denominaciones completas. Por ejemplo: Ministerio de Relaciones Exteriores o Gobernación del Estado Miranda. Irán en minúscula cuando se refiera a estos con el nombre incompleto, por ejemplo: El ministerio aprobó...
- Las leyes o resoluciones, una vez aprobadas. Mientras sean proyectos de ley, se expresarán en letras bajas, por ejemplo: El proyecto de ley de matrimonio igualitario. Una vez aprobado y sancionado en la Asamblea Nacional, se escribirá: La Ley de Matrimonio Igualitario.
- Nombres de divinidades: Dios, Jehová, Mahoma.
- Nombres de grupos familiares o dinastías derivadas de estos: los Chávez, los Capriles.
- Los alias o sobrenombres, pero el artículo que lo acompaña va en minúscula. Ejemplo: "el Picure", "el Conejo", "la Pulga".
- Las regiones geográficas: los Andes, los Llanos, el Mediterráneo. En estos casos, el artículo va en minúscula.
- Las áreas geopolíticas, zonas integradas por varios países que constituyen una zona geopolítica, deberán escribirse en mayúscula, inclusive, si están compuestas por dos nombres: América Latina, Cono Sur, Medio Oriente, Europa del Este.

Cuando el artículo forma parte del nombre. Ejemplos: La Habana, Las Acacias, Los Samanes, El Salvador. Hay casos contrarios en los que el artículo suele escribirse erróneamente en mayúscula y no corresponde porque no forma parte del nombre, como la Candelaria, que es parroquia Candelaria, o los Estados Unidos. En estos casos, lo recomendado es suprimir el artículo.

- Los puntos cardinales (Norte, Sur, Este y Oeste), cuando se refiere a su concepto original, por ejemplo: La brújula marcaba al Norte cuando ocurrió el accidente. Cuando se refiera a una zona de la ciudad, irá en minúscula: Ellos venían del oeste de la capital.
- La inicial de la primera palabra de cualquier obra o creación: un libro, canción, obra de teatro o filme: Los miserables, Los otros, El libro de la selva.
- Los nombres de festividades religiosas (Carnaval, Semana Santa) y de las vírgenes (Virgen de La Pastora, Virgen del Valle).
- Eventos o grandes acontecimientos. Ej: Olimpiadas de Río 2016, la Feria del Libro.

Irán en minúscula

Los cargos y títulos de personas, a excepción del Papa y el Presidente de la República, y en estos casos, solo cuando no vayan acompañados del nombre propio. Por ejemplo: ... la detención preventiva del teniente coronel Miguel Ángel Gallegos Matos.

- Los días de la semana.
- Los meses del año.
- Los gentilicios. Por ejemplo, zuliano, italiano, estadounidense.
- Los nombres de religiones. Ejemplo: judaísmo, catolicismo, budismo.
- Los apellidos solo cuando comienzan con preposiciones o preposiciones y artículos, y se escriben junto al nombre. Por ejemplo, Ángel di María, Juan Martín del Potro, Roberto de la Concha.. Se escriben en mayúscula si no van acompañados del nombre de pila. Por ejemplo: Di María, Del Potro, De la Concha.
- El estado Falcón va en minúscula. El único Estado que va en mayúscula es cuando se refiere a la institución nacional. Por ejemplo: Los cuatro poderes del Estado venezolano.
- Para casos que no estén considerados en este manual, puede consultar el portal Fundeu.

Expresión de cifras y símbolos

- Las cifras se expresan con todos sus números: 27.000 ...y no 27 mil espectadores. Se acepta, sin embargo, juntar cifras y letras en los casos de millón, trillón y cuatrillón, porque son sustantivos.
- Irá solo en letras del cero hasta el número once.
- La hora debe expresarse así: 8:00 am ...u a las ocho de la mañana. Nunca, 8 am u 8 de la mañana.

- Solo llevan punto las cantidades por encima de mil (1.535, 8.569).
- Los años no llevan punto. Se escribirán: 2016, 1985, 2000 y así. En cuanto a los artículo que le anteceden, en **EL PITAZO** se podrá escribir: "el" o "del" previo al año, siempre que se trate de años a partir del año 2000, tal como lo recomienda Fundeu. Ejemplo: "En el referendo del 2004", "La Constitución de 1930" o "La Constitución del año 1930" .
- Los porcentajes se expresarán siempre con el símbolo % en títulos, sumarios y textos, porque son más directos. La academia de la lengua acepta el uso de artículos (un, el) antes de la cifra, pero en **EL PITAZO** preferimos omitirlos: 65% de la deuda es mejor que el 65% de la deuda. Pero no es incorrecto.

Títulos y sumarios

- Deben ser informativos, responder fielmente al contenido y poseer el dato más novedoso. Descarte todo lo que pueda cargarlo de opinión.
- Serán concretos, en lenguaje directo y descriptivos. Preferiblemente, titular con sujeto verbo y predicado y, en casos de reportes regionales o locales, especificar el estado o ciudad en el que ocurrieron los hechos
- Debe procurarse titular en tiempo presente, pero tener especial cuidado de colocarlo en pasado en casos de protestas que hayan cesado o sucesos acabados.
- Evite los títulos obvios o que no aportan. No desaproveche la oportunidad de informar y de atraer interés de la audiencia.
- Titular con una pregunta debe ser una última opción, porque

el lector no quiere preguntas sino respuestas. En caso de que se decida por esta alternativa, asegúrese de que en el contenido se ofrecerá una completa respuesta a la audiencia.

- Procure no usar siglas.
- No suprima los artículos.
- Debe evitarse incluir dos ideas en el título.
- Se evitarán los títulos que oculten a los responsables de las acciones: No es correcto Acuerdan paro de transporte en Mérida. Se recomienda: Gremios del transporte acuerdan paro en Mérida.
- No debe entrecomillarse en el título información que no haya sido dicha textualmente por la fuente, y que aparezca de igual manera incluida en el desarrollo de la noticia.
- Se evitará la negación en los verbos. En su lugar, se incluirán palabras que recojan esa negación. Por ejemplo: Fracción parlamentaria de AD no se reunirá este lunes. Mejor es: Fracción parlamentaria de AD suspende reunión de este lunes.
- El título debe recoger el estilo de **EL PITAZO** y el tono del texto. Por lo tanto, los títulos elaborados a partir del humor, el doble sentido o la ironía, solo deben utilizarse en el caso de información de farándula o de deporte. Ejemplo: Ante el paro del transporte usuarios se quedaron vestidos y alborotados. Mejor: El paro de transporte dejó a los usuarios varados hasta seis horas-
- Debe evitarse recurrir a nombre de libros, películas, canciones o refranes para construir un título porque suelen ser salidas fáciles. Puede haber excepciones, como aquellos casos

relevantes en los que el hecho haga recordar una historia de ficción, como el video: ¿Dónde está el piloto?

- Los sumarios deben ser complementarios al título. No repita información ni palabras que mencionó en el título y agregue datos atractivos que inviten a leer el resto del contenido.

Intertítulos

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

Uso de comillas

- Las citas entrecomilladas deben ser fieles. No se debe alterar su contexto ni el significado.
- No se deben usar las comillas para resaltar una sola palabra en un título con el fin de darle énfasis o para aclarar que es textual, porque puede ser interpretado como un acto

peyorativo, de desconfianza o de ironía de parte del medio.

Siglas

- Deben evitarse en los títulos.
- Se colocarán todas en mayúscula cuando posea tres letras. Aquéllas que contengan cuatro letras o más irán en altas y bajas.
- La primera vez que se mencione la institución o iniciativa se colocará el nombre completo con las siglas entre paréntesis. Después, se podrán usar las siglas solas.
- No deben pluralizarse las siglas. Por ejemplo, lo correcto es las ONG, las OLP.

Verbos para atribuir

A

abundó
admitió
aceptó
adujo
aclaró
advirtió
acusó
afirmó
agregó
alegó
aludió
anticipó
anunció
apuntó
argumentó
articuló
aseveró
avisó

C

calificó
censuró
coincidió
comentó
comunicó
confesó
confirmó
continuó
convino
criticó

D

declaró
defendió
demandó
desglosó
designó
destacó
detalló
determinó
dictó
dijo

E

enumeró
especificó
exclamó
expresó
expuso

F

favoreció
formuló

G

garantizó
incluyó
indicó
informó
inquirió
insinuó
insistió
manifestó
mencionó
mostró

N

negó
nombró

O

objetó
observó
opinó

P

precisó
presentó

MATERIAL MULTIMEDIA

- Las narrativas multimedia (fotos, fotogalerías, sonidos, audiogalerías, infografías, visuales para redes sociales y reportajes multimedia) se rigen por los mismos principios editoriales y las normas éticas previstas para los textos.
- Las piezas multimedia pueden ser publicadas de manera autónoma o como complemento en un reportaje multimedia. Sin embargo, en el primer caso, deben ir acompañadas de un título y sumario que resuma de qué trata.
- Cuando formen parte de un reportaje multimedia, nunca deben repetir de manera idéntica lo que se ha informado en el texto o en otro tipo de narrativa, sino, al contrario, complementarlo.
- Todos los materiales producidos por profesionales de **EL PITAZO** deben ser debidamente acreditados a sus autores, y estos, al igual que los redactores, son los primeros responsables del contenido generado.
- Los materiales multimedia no generados por **EL PITAZO** que sean utilizados como referencias deben ser debidamente acreditados a su fuente primaria e identificados con fecha, lugar y contexto real. Podrán publicarse los de otros sitios web que de forma explícita hayan cedido el material para su publicación o indican que son de uso público. Si no advierten permiso explícito para su difusión, no podrán ser utilizados.
- Las imágenes de apoyo que no sean propias deben ser correctamente atribuidas e identificadas, y debe procurarse cumplir con las recomendaciones para el Uso de Materiales Generados por Usuarios (detallado en este manual, en un ítem anterior).

- **EL PITAZO** no debe publicar materiales en imágenes, videos o audios que inciten a la apología del delito. En casos de dudas, debe consultarse al editor.
- No se deben hacer ediciones que alteren el contexto de los hechos.
- Debe haber extremo cuidado en la publicación de imágenes de archivo como ilustración de notas o videos, en las que aparezcan personas cuya reputación pueda verse afectada.
- Siempre es necesario identificar la fecha y contexto de la situación fotografiada o grabada en los pies de fotos, leyendas o insert. Esto aplica también para los videos de archivo que se usan como imágenes referenciales.

Fotografías

- Las imágenes podrán ser complementarias de otra pieza de texto o multimedia, o ser autónomas, como un género periodístico más, a través de fotogalerías o audiogalerías.
- Una fotogalería puede estar dedicada a distintos temas (como los resúmenes gráficos del día) o puede ser monotemática, con un hilo narrativo textual o en audio (audiogalerías).
- Las fotografías digitalmente mejoradas o las imágenes alteradas para hacer montajes e ilustraciones deben estar claramente identificadas como tales.
- Está prohibido invertir una imagen con el propósito de que la cara de la persona fotografiada dirija su vista en sentido contrario al real.

- No se publicarán imágenes explícitas de cadáveres, por respeto al fallecido, sus familiares y a los lectores. Habrá excepciones con fotos desagradables cuando añadan información en temas relevantes, para la investigación penal del caso, por ejemplo, y siempre que sea autorizado por el editor.
- En caso de fotografías de personas, debe procurarse la identificación en las leyendas de todos los que aparecen y, si es posible, de sus roles o cargos
- Las fotoleyendas no deben repetir información que ya esté contenida en títulos, sumarios o destacados. Tampoco debe repetirse la misma leyenda en todas las imágenes de una fotogalería, porque se pierde la oportunidad de aprovechar un recurso valioso para complementar la historia que se muestra en la imagen.
- En las fotoleyendas también debe quedar explícita la autoría de la imagen: nombre completo del fotógrafo, del servicio, usuario de redes o si se trata de una cortesía.
- Las imágenes referenciales o de archivo que sean usadas para ilustrar o complementar notas deben estar libres de derechos de autor. No porque estén publicadas en Google, significa que pueden ser utilizadas, y deben estar debidamente identificadas con el autor o propietario.
- Las imágenes deberán ser tomadas preferiblemente en formato horizontal, para que puedan ser usadas en las plantillas de diseño de la web.

Videos

- Los videos pueden ser generados por profesionales que trabajan para **EL PITAZO**, por usuarios de las redes sociales y por infoc Ciudadanos formados por este medio, obtenidos de manera lícita en Internet o mediante capturas de canales de televisión abierta de Venezuela.
- Las imágenes que sean descargadas de Internet, tomadas por capturas de pantalla, es decir, que no sean producidas por **EL PITAZO**, deben ser identificadas con el sitio web, con el nombre del canal de TV o del usuario que hizo el video.
- Sin importar los dispositivos utilizados para la captura (cámara, celular, etc), los videos deben ser realizados en forma horizontal, exclusivamente, a menos que la situación en la que fueran grabados no lo permitiera. Esto no descarta el uso de video verticales, especialmente, cuando posean contenido relevante.
- Cuando el material esté publicado en Youtube o en algún otro canal de video, pero es exclusivo de algún sitio en Internet, se agregará en la herramienta de publicación el código embed, para que los usuarios accedan a la fuente originaria del video donde se está difundiendo.
- Si el video generado por otro medio o blog no está publicado en Youtube o en alguna otra red, debe colocarse el enlace al sitio web original.
- La música utilizada en los videos debe ser de libre uso y cumplir con las normas internacionales de copyright.
- En cuanto a los videos producidos por **EL PITAZO**, los que se publicarán en el canal de Youtube no deben superar los 2:50 minutos, y los que serán difundidos en las redes sociales

deben durar menos de un minuto. En casos excepcionales, cuando su contenido lo amerite, podrían tener una duración mayor.

- Todos los videos, sin excepción, deben tener logo, insert y cierre de **EL PITAZO**, con las redes sociales y la dirección de la web.
- Al aparecer por primera vez a un personaje, debe agregarse su nombre completo y cargo mediante un insert.
- No debe abusarse del uso de imágenes fijas (fotos o gráficos) como material de apoyo. En caso de ser utilizadas, deben presentarse en movimiento.
- Cuando se mencionen cifras, se recomienda indicar en el guión que deben ser apoyadas con el número en cuestión en la pantalla, especialmente, cuando sean cifras escandalosas.
- Siempre, al cerrar el reporte en video, aparezca o no el reportero en cámara, debe escucharse la coletilla con el nombre, lugar (preferiblemente, la ciudad) y el nombre del medio. Ejemplo: "Josefina Ramírez, reportó desde Cabimas para **El Pitazo**".
- En caso de grabar a una fuente con identidad bajo reserva, no se mostrará su rostro ni cualquier otro detalle que la delate y se distorsionará su voz con efectos especiales.
- Los social videos no deberían exceder los 60 segundos de duración, pero puede haber excepciones. En estos casos, se podrán utilizar combinaciones de videos, fotografías, infografías y cualquier otra imagen que permita contar mejor la historia.
- Estos videos no deben tener voz en off, cada texto colocado

sobre la imagen no tendrá movimiento y aparecerá línea por línea.

- Se podrá hacer énfasis en ciertas palabras colocándolas en otro color.
- Los textos de los inserts deben cumplir con las normas de estilo y redacción que aplican para los contenidos de textos.

Sonidos

- Los audios en ***EL PITAZO*** pueden ser publicados de manera autónoma (como es el caso de los programas de radio, entrevistas o reportajes) o como complemento de piezas multimedia.
- En el último caso, no deben repetir lo que ya se ha contado en texto, a menos que aporten otros elementos que ayudan a completar la historia, como sonidos de ambiente, risas, disparos, el énfasis que un entrevistado le da a una frase, acentos regionales. Su uso debe estar plenamente justificado.
- Los sonidos publicados de manera autónoma, como es el caso de los programas de radio, deben llevar un título informativo y no solo la fecha de difusión.
- En los contenidos de audio se justifica mucho más que todos los que hablan estén correctamente identificados: tanto los locutores, periodistas, como los entrevistados.
- Las grabaciones de voces de personas deben ser autorizadas por estas. En casos de menores de edad, sus representantes deben haberlo permitido. Solo en situaciones de relevante interés público, se permitirá la publicación de audios obtenidos sin la autorización de los entrevistados y siempre

que haya sido consultado antes a un editor.

- Los audios descargados de Internet siempre deben poseer de forma explícita el origen del sitio web o la fuente original de la que procede.
- Las audiogalerías (también conocidas como slideshow) se pueden crear para complementar sonidos con fotos obtenidas por **EL PITAZO** o para darle voz a personas o situaciones retratadas.
- Los Notiaudios o resúmenes informativos para los grupos de chat o redes sociales deben estar anteceditas por la fecha y hora del reporte. Todas las voces de los que hablan en el resumen deben ser identificadas y se mantendrá la identidad bajo reserva solo en aquellos casos en los que lo amerite y siempre que lo autorice un editor.

Infografías

- La infografía, el gráfico y la visualización de datos son otros géneros periodísticos y deben ser tratados con el mismo rigor periodístico de un texto, audio o video.
- Su objetivo fundamental es hacer comprensible una información compleja, con el uso de datos, tipografías, íconos, ilustraciones y todos los recursos gráficos que se puedan usar.
- Deben contener poco texto y los recursos gráficos son los que deben predominar.
- Deben contener información precisa, correcta y fiel, y deben estar acompañados de su fuente de origen y autoría.

- Pueden ser usadas de manera autónoma o acompañando contenido de textos y pueden ser usadas en la web, en videos animados o distribuidas en las redes sociales.
- Deben ser diseñadas en formato responsive y con tipografías legibles para que puedan ser apreciadas también en las plataformas móviles.

PRINCIPIOS QUE RIGEN NUESTRA COBERTURA ELECTORAL

Durante el período electoral, **EL PITAZO** informará, vigilará el proceso y será portavoz de los electores. Se hará cumplir el derecho a la información veraz y oportuna, previsto en el artículo 57 y 58 de la Constitución.

Estas normas tienen como objetivo preservar la credibilidad y la independencia de los profesionales y del medio, por lo que invitamos a darle fiel cumplimiento.

Algunas reglas de este capítulo se refieren específicamente al período electoral fijado por el Consejo Nacional Electoral. Anterior a cada campaña, **EL PITAZO** hará públicas las normas generales en este manual y en relación específica a cada elección.

Campañas políticas

EL PITAZO entiende como incompatible el ejercicio de manera simultánea de la condición de comunicador con el de un funcionario público o candidato a un cargo político. El momento en el que esto ocurra, sea reconocido y formalizado, el comunicador debe abandonar el medio.

EL PITAZO no tiene ni apoya a candidatos y partidos. Debemos garantizar imparcialidad y equilibrio.

Pre comicios

Se ofrecerán espacios para que los partidos y sus candidatos, sin favoritismo o persecución, tengan la posibilidad de expresar sus programas de gobierno, de manera que los electores cuenten con la mayor cantidad de información, que les permita ejercer su derecho al voto con plena conciencia de los hechos.

No se difundirán sondeos de opinión y encuestas durante el lapso de siete días antes del día de las elecciones. (Art. 82 y 232 Ley Orgánica de Procesos Electorales).

El día de las elecciones

Toda cobertura debe responder a las siguientes preguntas:

- 1** ¿El proceso electoral se desarrolla libre de violencia e intimidación?
- 2** ¿Existe confianza pública en que los resultados electorales serán respetados?
- 3** ¿Han podido los medios informar libremente durante el proceso?
- 4** ¿Se han dado las condiciones para una competencia genuina?
- 5** ¿En la práctica, el principio de una persona, un voto, se cumple en el país?
- 6** ¿La distribución de las circunscripciones de votación favorece a una representación equitativa?

7 ¿Se garantiza el voto secreto tanto en la ley como en la práctica?

8 ¿Han sido los votantes condicionados o forzados a revelar su preferencia electoral?

- La ley garantiza a periodistas y comunicadores la entrada libre a los centros electorales, pero los integrantes de los equipos de **EL PITAZO** deben procurar estar debidamente identificados con documentos de identidad y credenciales, asumir una actitud profesional ante cualquier irregularidad por parte de autoridades, no obstaculizar el proceso electoral. (Art. 231 LOPRE), así como evitar cualquier incitación directa a la violencia. (Art. 13 CADH) o provocaciones que puedan ocasionar problemas innecesarios.
- En caso de que se incumpla la ley y no se permita el acceso a los medios de comunicación social, los periodistas procurarán dar cobertura hasta donde lo permitan las autoridades para resguardar su seguridad, pero lo harán saber en sus contenidos. Habrá excepciones, autorizadas por un editor, para que periodistas en su rol de ciudadanos, puedan ingresar a los centros de votación como electores para poder tener acceso a información pública.

Está prohibido informar en todos los canales de **EL PITAZO** sobre los resultados electorales antes de que se publique el primer boletín oficial del Consejo Nacional Electoral (Art. 232 LOPRE)

EL PITAZO no publicará contenidos elaborados por los candidatos o sus equipos, a menos de que sean objeto de noticia o sirvan de contraste en una cobertura electoral

equilibrada, y se den a conocer con el fin de incluir diferentes partes en disputa. En este sentido, debe informarse a la audiencia el origen del material difundido.

Manejo de redes sociales

En las redes sociales de **EL PITAZO** no deben replicarse contenidos generados por los partidos o grupos electorales sin aporte editorial por parte de este medio, a menos que un editor de guardia considere que alguno de estos materiales de texto o audiovisual poseen información de interés valiosa y que deben ser de urgente publicación.

El comunicador Luis Carlos Díaz recomienda en el Manual de Twitter para la Cobertura Electoral Ciudadana, de @ReporteYa, que antes de replicar información se verifique:

¿Quién genera la información? ¿Es una cuenta sin identidad clara?

¿Es un anónimo o una persona con nombre y foto? ¿Qué nos dice su biografía?

¿Tiene un link a su página web donde veamos mejor quién es?

¿Cuántos seguidores tiene esa persona? ¿Es una cuenta recién creada, sin seguidores ni popularidad?

¿El nombre está bien escrito o está imitando a alguien? Hay cuentas falsas de gente famosa que cambia una o por un o, usan la misma fotografía, y hacen correr bolas de humo.

¿Quién más está produciendo esta información? Utilizando el buscador se puede revisar si alguien más ha escrito sobre el tema

Si es algo nuevo, es mejor esperar a que otras fuentes lo validen.

Conflictos de intereses

- Los periodistas y comunicadores de **EL PITAZO** no deben participar, como ciudadanos, en actividades políticas, tales como mítines, caravanas, campañas de publicidad o todo tipo de actos que pudieran comprometer su credibilidad periodística y la del propio medio. La única manera de que participen es con fines estrictamente profesionales de cobertura del evento.
- La participación del periodista o comunicador en propaganda política durante el periodo electoral supone su liquidación como empleado de este medio.
- **EL PITAZO** recomienda a sus periodistas y comunicadores evitar expresar públicamente – incluso, en redes sociales- su preferencia política o inclinación ideológica, de manera que puedan preservar su independencia y credibilidad.
- Integrantes de los equipos de cobertura periodística de **EL PITAZO** no deben llevar prendas de vestir con colores o logos alusivos a partidos, movimientos o grupos electorales, mientras estén ejerciendo actividades propias del medio.
- Se recomienda a los comunicadores de **EL PITAZO** no aceptar favores de trabajadores o candidatos de partidos políticos. Si llegaran a usar su servicio de transporte para realizar una pauta o asignación especial, que esto no impida que sean precisos, rigurosos y equilibrados en su cobertura.

Encuestas electorales

- ***EL PITAZO*** anuncia resultados de las encuestas llevadas a cabo exclusivamente por empresas o instituciones de reconocida credibilidad, registradas bajo la ley y que no hayan sido ordenadas por partidos, candidatos o gobiernos.
- La noticia de los resultados deberá ir acompañada por información sobre cómo, cuándo, dónde y a cuántas personas se le hizo la encuesta, el método de selección de la muestra, el diseño de las preguntas, el tamaño de la muestra, quién pagó la encuesta, así como del margen de error admitido para la investigación.
- Durante la campaña, no se darán a conocer sondeos o encuestas que no cumplan con los requisitos anteriores.
- ***El Pitazo*** no trata las encuestas como el principal elemento de cobertura de las elecciones. Son auxiliares de un plan de contenidos que debería favorecer las propuestas y los perfiles de los candidatos, así como todo lo que tiene que ver con darle información de servicio a los electores.
- Hay que estar alerta si la encuesta fue pagada por el candidato que figura como ganador; si la hizo una encuestadora desconocida; si se hizo sólo en pueblos pequeños, pero pretende mostrar la opinión de todo un estado; si las preguntas son sesgadas; o si se recogieron las encuestas vía telefónica en un lugar donde sólo pocos tienen el servicio.

Publicidad electoral

- Durante el período electoral no se divulgará publicidad o solicitudes con los resultados de las encuestas sobre intención del voto.
- ***EL PITAZO*** se abstendrá de difundir propaganda electoral dentro de las 48 horas previas a las votaciones y el día en que se celebren (Art. 232 LOPRE)

APÉNDICE

Sobre los ilícitos electorales

- Se consideran delitos electorales y serán sancionados, según la Ley Orgánica de Procesos Electorales (Art. 231, 232)
 - 1** Difundir o promover la candidatura para un cargo de representación popular, a sabiendas de que no reúnen las condiciones y requisitos de elegibilidad.
 - 2** Obstaculizar la realización de los procesos electorales o la de actos de propaganda.
 - 3** Concurrir armados a los actos de inscripción, votación o escrutinios, con excepción de los miembros de la Fuerza Armada Nacional Bolivariana.
 - 4** Obstruir el desarrollo de las actividades de actualización del Registro Electoral.
 - 5** Siendo integrante de las Mesas Electorales que, sin causa justificada, abstenerse de concurrir al lugar y hora señalados para la apertura e instalación de éstas.
 - 6** Impedir a los trabajadores designados para integrar algún organismo electoral, el cumplimiento de las obligaciones que les impone la ley.
 - 7** Los responsables de los medios de comunicación social que se nieguen a difundir la propaganda electoral, que cumplan con la ley;
- Que difundan propaganda electoral dentro de las cuarenta y ocho horas previas a las votaciones y el día en que éstas se celebren
- Que publiquen, violando los plazos establecidos por la ley, por cualquier medio, sondeos de opinión o encuestas que den a conocer la preferencia de los electores.

En caso de irregularidades

Espacio Público recomienda registrar los hechos con información completa de:

- Afectado (nombre completo, C.I.)
- Agraviante (nombre y órgano al que pertenece)
- Lugar (centro de votación)
- Hora
- Derecho violado
- Narración
- Testigos
- Reparación solicitada
- ¿Quién atendió el reclamo? Nombre, cargo, C.I. y la respuesta dada al afectado.
- Recoja todas las pruebas que sea posible, incluyendo fotografías y copias de documentos si los hubiese.
- Denuncie en las instituciones correspondientes de acuerdo con el caso.
- Todos los medios informativos deben publicar noticias sobre cualquier amenaza contra periodistas, y exigir a la Comisión Electoral del Plan República que los proteja.
- Recuerda que el derecho a la información sólo puede ser restringido por LEYES, no por reglamentos ni por

resoluciones administrativas.

-Ante cualquier irregularidad, denuncie.

-Documente estos hechos y denunciarlos a tiempo es la herramienta para evitar su repetición y hacer justicia.

-Comunique siempre a su editor cualquier ataque o amenaza. Exija a la Comisión Electoral que los proteja.

-Los periodistas de **EL PITAZO** deben procurar evitar: poner etiquetas a un grupo, como "terrorista, fanático, fundamentalista o extremista", pues esto equivale a que el reportero adopte una posición, condenando a una parcialidad.. Para designar a los grupos, se debe emplear la denominación o la etiqueta que ellos mismos se atribuyen. Si los candidatos políticos utilizan esas palabras al referirse a otros grupos, deben ser atribuidas directamente a ellos y no sólo comunicadas como hechos.

Preguntas para los periodistas y editores

Todo periodista y editor debe formularse estas preguntas antes de comunicar reportajes sobre elecciones (Tomado de: Media & Elections: An Elections Reporting Handbook, por Ross Howard, IMSIMPACS, 2004)

- 1** ¿Es exacto el reportaje? ¿Los hechos y los nombres son correctos y considero verídica la información? ¿He hecho todos los esfuerzos posibles por corroborar la veracidad de la información?
- 2** ¿Es imparcial y bien equilibrado el reportaje? ¿Incluye ambos bandos u opiniones alternativas y presenta las noticias sin favorecer especialmente a ningún partido o candidato?

- 3** ¿Es éste un periodismo responsable? ¿Se obtuvieron estas noticias sin sobornos o actos ilícitos, y se protegen las fuentes y no se violan las leyes relativas a las elecciones y a la prensa?
- 4** ¿El reportaje está centrado en los electores? ¿Contiene noticias importantes para éstos? ¿Se hace eco de las preocupaciones de los electores?
- 5** ¿Es una visión completa e imparcial del asunto? ¿Esas palabras o fotografías, esos videoclips o cintas audio ofrecen un panorama fiel del aspecto más importante de lo ocurrido?
- 6** ¿Contribuirá este reportaje a que los electores estén bien informados de modo que puedan votar con buen tino, en su propio interés?
- 7** ¿Son estas elecciones libres y limpias? ¿Hay alguna otra noticia sobre estas elecciones que debería comunicarse?

REFERENCIAS DOCUMENTALES

Cairo, Alberto. **Infografía 2.0. Visualización interactiva de información de prensa.** Alamut. 2008. Primera edición. 125 págs.

DÍAZ, Luis Carlos. **Manual de Twitter para la Cobertura Electoral Ciudadana.** @ReporteYa. 2012

ESPACIO PUBLICO. **Guía para la Cobertura Informativa de las Elecciones Presidenciales.** Venezuela. 2013

[Fundeu.](#) Portal de dudas del español.

GRUPO RBS. **Guía de Ética y Autorregulación Periodística.** 2011.

HERNANDEZ, Ramón y NAVARRETE, Luis. **El Nacional. Manual de estilo.** 3era edición. 2008.

[Ley Orgánica de Procesos Electorales de Venezuela.](#) 2009.

[Manual de estilo del diario El País de España.](#) Undécima edición. 1996.

National Lesbian & Gay Journalists Association. [Stylebook Supplement on Lesbian, Gay, Bisexual, & Transgender Terminology](#)

[The Guardian Editorial Code.](#) August 2011

PÉREZ, Milfri. [Manual de estilo multimedia para El Universal.](#) 2011. Caracas.

RONDEROS, María Teresa y MORENO, María Fernanda. [Cómo cubrir elecciones. Manual para periodistas](#). Vote bien. Bogotá.

ROSS, Howard. [Media & Elections: An Elections Reporting Handbook](#). IMSIMPACS. 2004.