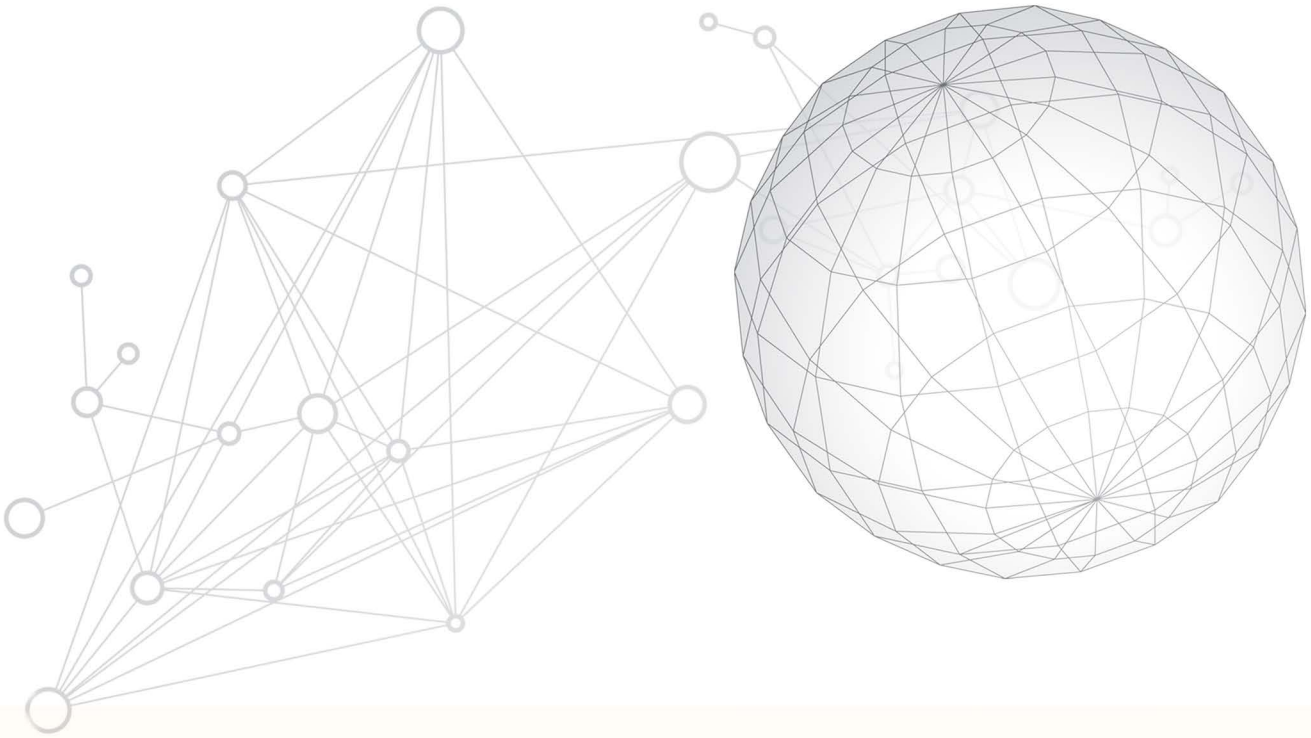

ANN®
GUÍA DE ESTILO
2013

IGLESIA ADVENTISTA® DEL SEPTIMO DIA

news.adventist.org

ADVENTIST NEWS NETWORK

ADVENTIST NEWS NETWORK (Red Adventista de Noticias)

Editada por Ansel Oliver y Elizabeth Lechleitner
AdventistNews@gc.adventist.org

Diseñada por Tanya Holland
Diagramada por Roberto Valencia

Publicada por
Departamento de Comunicación
Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día
12501 Old Columbia Pike
Silver Spring, MD 20904
Estados Unidos

Extractos tomados del blog "Journalism Patterns" (patrones de periodismo) –usados con permiso del autor.

Fotos usadas con permiso.

Esta Guía de Estilo ANN puede hacerse disponible en forma impresa.
Esta Guía de Estilo ANN no está destinada a la venta.

CONTENIDO

i. Prólogo: ANN- Razón de su existencia

ii. Visión General: La Iglesia Adventista del Séptimo Día

1. Conceptos básicos de redacción de Noticias **7**
2. Qué historias informar **7**
3. Extensión del párrafo **8**
4. Vale la pena validar tus noticias **9**
5. Cómo mantener la atención de tus lectores **10**
6. Fotografiando noticias **14**
7. Cómo y por qué redactar pies o leyendas estupendas **17**
8. Redacción de titulares eficaces **19**
9. Sobre obituarios **20**
10. Qué cámara usar **21**
11. Mandamientos para fotógrafos **22**
12. Consejo de avanzada: *perspectiva detrás de una historia* **22**
13. Firma o pie de autor ANN **24**
14. Requerimientos de reproducción **25**
15. Cómo entrar al negocio **25**

ANN- Razón de su existencia

El formato de una noticia se reconoce y acepta casi universalmente. Un dirigente de la iglesia dijo en una ocasión que algunas personas leen las noticias más que su Biblia. "Si esto es así, preferimos que sean nuestras noticias", añadió.

Las noticias reflejan y conectan la comunidad global de fe de unos 17 millones de miembros. Las noticias les hablan también a audiencias que tal vez nunca lean material adventista de evangelización.

La Red Adventista de Noticias fue establecida en 1994 y es el servicio oficial de noticias de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. ANN provee contenido a sitios electrónicos, publicaciones y transmisiones en todo el mundo. Es producida por el Departamento de Comunicación de las oficinas mundiales de la iglesia en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos.

ANN es la voz noticiera de la Iglesia Adventista entre los principales medios de comunicación. Muchas historias que están dentro de los valores de las noticias ANN, encajan también con los valores de los medios de comunicación mundiales y de tu área local.

Aunque la mayoría de las historias ANN informan sobre tópicos positivos, ANN se esfuerza también por cubrir asuntos más desafiantes: cambios propuestos en los reglamentos de la iglesia, movimientos separatistas, tensiones raciales, fracasos financieros de instituciones e índices de apostasía.

Cuando trata de comunicarse con una amplia audiencia en la comunidad —especialmente con los medios de comunicación— la iglesia debe hablar un lenguaje que pueda ser entendido. El uso de jerga local o interna puede producir alienación.

ANN sigue el estilo de redacción del Associated Press Stylebook (Manual de Estilo de la Prensa Asociada). Además, el Glosario ANN en esta Guía de Estilo puede usarse al describir asuntos de la iglesia para ofrecer una mejor comprensión de la misma, de sus doctrinas y estructura administrativa.

Aunque ANN presta sus servicios a la iglesia mundial, se espera que cada administración regional –asociaciones, uniones y divisiones- se propongan mantener informados a sus miembros y público con respecto a las noticias de su área, con su propio servicio de noticias. ANN solamente podrá alcanzar su potencial y misión en el grado en que pueda desarrollar una sólida relación de socios con cada una de las regiones mundiales. Aquellos que están consagrados de todo corazón a este ministerio, contratarán periodistas de experiencia y profesionales de las relaciones públicas en el personal de su departamento de Comunicación.

Dos citas podrían tal vez ilustrar la necesidad de hacer lo anterior:

"Por tanto, hermanos, elegid de entre vosotros a siete hombres de buen testimonio, llenos del Espíritu Santo y de sabiduría, a quienes encarguemos este trabajo".
—Hechos 6:3

El libro de los Hechos señala que la creciente iglesia necesitaba de otras personas para cumplir el ministerio de Dorcas, a fin de que los pastores pudieran enfocar su atención en su tarea de estudiar la Biblia y ministrar. Ciertamente, los ministros son los empleados clave de la denominación, pero se necesitan otras personas llenas del Espíritu, con habilidades profesionales especializada, que apoyen los ministerios de la iglesia.

"Utilícese la prensa, y empléese todo elemento de propaganda que pueda llamar la atención hacia la obra. Esto no debe considerarse como algo no esencial".
—Tomado del libro "El Evangelismo" (EV 130)

Ese fue el consejo de la cofundadora de la Iglesia Adventista, Elena G. White, escrito en 1875. Hoy todavía se necesitan profesionales bien calificados y los buenos comunicadores ayudarán a llevar adelante la misión de la iglesia.

La necesidad de emplear periodistas de experiencia se remonta a las primeras raíces del ministerio de Comunicación en la iglesia. En 1912, las oficinas mundiales de la Iglesia Adventista contrataron al reportero de noticias del periódico "Baltimore Sun", Walter Burgan, para establecer la Agencia de Relaciones con la Prensa, el precursor del departamento de Comunicación actual. Los administradores de la iglesia se dieron cuenta de que necesitaban ayuda para responder a los ataques de los medios de comunicación a las doctrinas de la iglesia. Los dirigentes se dieron cuenta de la importancia de tener un profesional especializado que respondiera a los medios de comunicación; alguien que pudiera hablar su lenguaje.

Anhelamos que periodistas de experiencia y profesionales de las relaciones públicas sean nombrados mundialmente como directores de Comunicación en las unidades administrativas de la iglesia, a fin de ayudarla a cumplir su misión.

Adicionalmente, estamos agradecidos por la ayuda y apoyo de profesionales voluntarios que donan su tiempo en regiones donde la iglesia no ha podido aun comprometerse en este ministerio.

La Iglesia Adventista del Séptimo Día

La misión de la iglesia es mostrar a la gente el carácter del amor de Dios, para invitarla a aceptar su regalo de salvación y adorar a su Creador en una comunidad de compañeros creyentes.

La Iglesia Adventista está dedicada al desarrollo de la mente y carácter, a través de educación y una vida de gozo en celebración de la salud. La denominación promueve el estilo de vida saludable y opera la red protestante mayor de hospitales y escuelas en todo el mundo.

Los adventistas se esfuerzan también por defender la libertad de creencia religiosa. En 1893, la denominación lanzó lo que se conoce actualmente como Asociación Internacional de Libertad Religiosa (irla.org), una organización no sectaria que promueve la libertad de conciencia para todas las personas en todas partes. La iglesia provee también ayuda en caso de desastre y proyectos de desarrollo de la comunidad en todo el mundo, a través de la Agencia de Desarrollo y Recursos Asistenciales ADRA (adra.org).

1. Redacción de Noticias

La redacción de noticias responde a seis preguntas: ¿Quién? ¿Qué? ¿Cuándo? ¿Dónde? ¿Por qué? y ¿Cómo?

Presenta primero la información más importante y deja entonces para más tarde en la historia otros detalles menos significativos. La mayoría de los lectores no leerán mucho de tu historia, así que hazles un favor presentándoles primero los detalles más importantes.

Piensa: "Si solamente contara con una sola frase para contar esta historia, ¿qué escribiría?" Esa oración es tu oración principal.

Usa citas textuales e insértalas en tu historia para validar una declaración.

Trata de usar por lo menos tres fuentes para tu historia –gente, gráficas, vídeos, libros de reglamentos, etc.

Sigue leyendo y ve cómo otras secciones de esta Guía de Estilo fortalecen tu redacción.

2. Qué historias puedes informar

Ya sea que estés informando acerca de una asociación, unión, división o de las oficinas centrales de la Iglesia Adventista, he aquí algunas historias que puedes informar:

- Discursos de dirigentes de la iglesia

  Presidente, (hacer click para abrir enlaces)
  Secretario,
  Tesorero

- Los asuntos principales de reuniones de junta, comisiones o de constituyente
- Movimientos o tendencias dentro de la denominación local –feligresía, asistencia, inscripción escolar, etc.
- Actualizaciones sobre departamentos de la iglesia
- Avances en cuanto a libertad religiosa –alentadores o contrarios
- Infraestructura y avances educativos
- Premios y reconocimientos
- Nuevos métodos de alcance misionero
- Respuesta o declaraciones de la iglesia sobre asuntos sociales
- Fallecimiento de dirigentes o miembros prominentes
- Artículos divertidos sobre ministerios o personalidades fuera de lo común.

3. Extensión del Párrafo

¿Cuán largo debe ser un párrafo en la redacción de noticias? Generalmente, de una a dos oraciones. A veces tres. Y de vez en cuando cuatro.

Hay un dicho que dice: "¿Cómo se puede comer a un elefante?" Y la respuesta es. "De un bocado a la vez". Da a los lectores muchos pequeños bocados en vez de colocarles enfrente un enorme trozo de texto.

Facilita a los lectores el querer leer al menos unas cuantas frases de tu historia, al presentarles pequeños "bocaditos" de texto. Las agencias de noticias más destacadas lo saben bien y así lo hacen.

Por ejemplo, ¿cuál de las dos historias siguientes es más probable que desees comenzar a leer?

Los adventistas del séptimo día fueron algunos de los primeros en responder al colapso del edificio de una fábrica comercial en Savar, Bangladesh, que ha captado la atención de los medios de comunicación internacionales y encendido un debate sobre normas de construcción.

Diez jóvenes adventistas entrenados en preparación para terremotos y situaciones de potenciales colapsos de edificios, fueron algunos de los primeros en acudir al lugar después del colapso del miércoles 24 de abril y ayudaron a sacar a 30 víctimas, cuatro de ellas todavía con vida.

Otro grupo de 125 jóvenes adventistas acudieron a un sitio de desastre el sábado 27 de abril para ayudar a los equipos de rescate. El grupo ayudó a rescatar a tres mujeres con vida, así como a recobrar varios cuerpos. Proveyeron también agua y alimento a los sobrevivientes.

El edificio comercial de ocho pisos, es conocido como Rana Plaza y está situado aproximadamente a 45 kilómetros de la ciudad capital de Dhaka.

El edificio albergaba cinco fábricas de ropa, líneas de producción, bancos y centenares de comercios. Aproximadamente 3,500 personas se encontraban en el edificio al tiempo del colapso, la mayoría de las cuales eran trabajadoras de menos de 25 años. Hasta la fecha, se han recobrado aproximadamente unos 400 cuerpos y han sido rescatadas 2,444 personas heridas, pero todavía hay centenares no encontradas.

Los adventistas del séptimo día fueron algunos de los primeros en responder al colapso del edificio de una fábrica comercial en Savar, Bangladesh, que ha captado la atención de los medios de comunicación internacionales y encendido un debate sobre normas de construcción. Diez jóvenes adventistas entrenados en preparación para terremotos y situaciones de potenciales colapsos de edificios, fueron algunos de los primeros en acudir al lugar después del colapso del miércoles 24 de abril y ayudaron a sacar a 30 víctimas, cuatro de ellas todavía con vida. Otro grupo de 125 jóvenes adventistas acudieron a un sitio de desastre el sábado 27 de abril para ayudar a los equipos de rescate. El grupo ayudó a recobrar a tres mujeres, así como a varios cuerpos. Proveyeron también agua y alimento a los sobrevivientes.

El edificio comercial de ocho pisos, es conocido como Rana Plaza y está situado aproximadamente a 45 kilómetros de la ciudad capital de Dhaka. El edificio albergaba cinco fábricas de ropa, líneas de producción, bancos y centenares de comercios. Aproximadamente 3,500 personas se encontraban en el edificio al tiempo del colapso, la mayoría de las cuales eran trabajadoras de menos de 25 años. Hasta la fecha, se han recuperado aproximadamente unos 400 cuerpos y han sido rescatadas 2,444 personas heridas, pero todavía hay centenares no encontradas.

Es la misma historia mostrada en párrafos cortos y largos. Usa párrafos cortos para facilitar que el lector desee mantenerse leyendo, en vez de tener que esforzarse a través de enormes bloques de texto.

4. Demuestra que tus noticias son noticiables o de interés periodístico

El profesor de periodismo de la Universidad de Maryland, John Franklin, dijo que la labor de un periodista es informar:

-Qué ocurrió
-Qué significa

Un buen periodista cuenta la noticia, pero también le demuestra al lector por qué vale la pena informarla.

Por otra parte, muchos lectores leerán solamente una frase o dos de una noticia. Así que si leen solamente una frase u oración, hazles el favor de hacer concisa la entradilla o primer párrafo de una noticia, proporcionando la información más importante: 1. Qué ocurrió y 2. Qué significa (su importancia).

El siguiente es un gran ejemplo, que se encuentra en una historia sacada de los archivos de la publicación Recorder de la Unión Sur de Judea:

TITULAR O ENCABEZADO: El ejército filisteo huye al morir su mejor soldado
SUBTÍTULO: La muerte del gigante por un adolescente termina intento de ocupación del territorio hebreo

El soldado palestino más alto y temido, quien durante días se burló del ejército hebreo, fue muerto ayer por un pastor adolescente, probablemente terminando con ello el intento de ocupación palestina en Israel.

Nota cómo este patrón aparece eficazmente en la entradilla o primer párrafo, así como en el titular y subtítulo. El titular dice qué ocurrió y el subtítulo dice lo que significa. El párrafo inicial dice también tanto la noticia como su importancia. Y nota cómo lo hace esa frase inicial: Dice lo que ocurrió y entonces aparece una coma antes de la explicación de su significado o importancia. Un escritor no debe hacer esto en cada ocasión, pero se hace con frecuencia en muchas de las principales organizaciones noticiosas.

El siguiente es otro párrafo inicial de los archivos de la revista de la Unión Sur de Judea:

Un hombre salió de su tumba tres días después de morir crucificado, dando sólida credibilidad a su aserto de ser el Mesías.

Muchas de las principales organizaciones noticiosas hacen esto. Las siguientes son algunas frases que pueden frecuentemente seguir después de esa coma:

, un movimiento que subraya
, la primera vez que…
, la última señal…
, potencialmente colocando el marco para…
, forzando un debate…
en un paso que subraya…(sin coma)
, reflejando un incremento de…
, marcando el principio
, ofreciendo evidencia
, apresurando el ritmo de…

5. Cómo mantener la atención de tus lectores *al informar reuniones y discursos*

Un desafortunado patrón que en ocasiones observamos en principiantes (No para criticar, pues nosotros fuimos también principiantes) es informar sobre una reunión o un discurso.

Las reuniones y discursos no constituyen una noticia – lo que se **vota** en la reunión y lo que se **dice** en el discurso, esa es la noticia.

En el futuro, piensa de esta manera: "Estoy presente en esta reunión o discurso. ¿Cuál es aquí el asunto real?" Informa eso. Ya sea lo que se logró o votó en la reunión, o los puntos principales del orador.

Con frecuencia vemos titulares como el siguiente:

Los dirigentes se reunieron a discutir asuntos
o
El presidente de la asociación habló el sábado de tarde

Esos titulares y su subsecuente historia no responden a la pregunta "¿Por qué?". Un reportero necesita explicar qué lograron los dirigentes, por qué ese asunto ameritaba discutirse o por qué habló el presidente de la asociación.

Los titulares más eficaces informarán sobre el *asunto,* no la fachada de la reunión o discurso. Unos mejores titulares para los ejemplos anteriores, serían los siguientes:

Los dirigentes votaron reducir los gastos en un 5 por ciento.
o
El presidente de la asociación hizo un llamado a un énfasis renovado en el servicio a la comunidad

En los medios deportivos, nunca se ven titulares que digan:

Los Medias Rojas juegan con los Yankees
o
El tribunal atiende un caso

Estos titulares ineficaces informan reuniones. Recuerda, los titulares eficaces informan resultados:

Un cuadrangular de los Medias Rojas vence a los Yankees
o
Smith fue encontrado culpable

El siguiente es un clásico ejemplo de cómo un redactor no entrenado cubre un discurso, particularmente para una publicación religiosa. Considera la siguiente entradilla o párrafo inicial ineficiente:

El 3 de junio, miles de personas se reunieron en el centro de retiros de la Asociación del Sur de Judea para escuchar a Jesús de Nazareth hablar sobre el tema del fin de semana "Sermón del Monte".

Habló y contestó satisfactoriamente preguntas sobre temas tales como debilidad espiritual, personas sufrientes y sal. Los asistentes a la conferencia provenían de Cirene, Antioquia, Jerusalén, Corinto, Tiro y otras partes de la Unión del Sur de Judea.

"Fue un gran discurso y todos fuimos verdaderamente bendecidos", dijo Saúl Lubstein, presidente de la Unión del Sur de Judea.

Este tipo de entradilla hace que tus lectores quieran gritar: **"¿Qué fue lo que dijo de hecho el orador?"**

Sugerencias:

Deja la fecha para después. Aunque la pregunta "Cuándo" es importante, no es tan importante como "Qué" y "Quién" y generalmente no debe encabezar la primera frase. Esta entradilla ineficaz comienza con la fecha y la reunión. Para ver más allá de la fachada de la reunión, comienza con "Quién" o "Qué". Ejemplo:

Coros Masculinos del norte de California, del Ministerio Californiano a Través del Canto (click to open link)

El nombre del sujeto no es tan importante como el quién es. Ofrece primero un título o algún contexto. Puedes decir, "la actriz Meryl Steep", o "el presentador de noticias Brian Williams". Ejemplo:

La ciudad de Atlanta da la bienvenida a los adventistas durante conferencia de prensa (hacer click para abrir enlace)

Lo más importante es informar primero las respuestas dadas en vez de solamente los tópicos o las preguntas hechas. Por ejemplo:

Sitio web coordina oración mundial para la sesión de negocios de iglesia (hacer click para abrir enlace)

En África del Este Central, el presidente adventista insta tomar "posesión" de la iglesia. (hacer click para abrir enlace)

¿Cómo se seleccionan los delegados a la sesión de la Asociación General? (hacer click para abrir enlace)

Ahora nota cómo el cortar a través de la fachada de una reunión te permite identificar las noticias reales con una más efectiva entradilla o párrafo inicial:

Un carpintero de Nazareth que asegura ser el Mesías, está poniendo de cabeza la tradición religiosa al acusar a los líderes de adorar las reglas en vez de al amante Creador de ellas.

Jesús de Nazareth bendijo a los débiles mentales y sufrientes en el centro de retiros de la Asociación del Sur de Judea el 3 de junio, diciendo que ellos y no los fanáticos religiosos, heredarían la salvación.

"Bienaventurados los pobres en espíritu porque de ellos es el reino de los cielos", dijo Jesús a la multitud de unas 5,000 personas.

Ahora un ejemplo de cómo informar sobre una reunión. Primeramente veamos cómo no debe informarse una reunión. Nota la siguiente entradilla ineficaz:

El día de ayer, más de 15 miembros de la junta de la Iglesia Adventista Central Tierra del Fuego, se reunieron para celebrar su junta mensual. Fue una oportunidad para votar sobre asuntos de agenda y escuchar amplios informes de varios ministerios.

El Hno. Ron Genebago comenzó la reunión con una oración de apertura y los miembros de la junta oraron también en grupos de dos y tres personas. Entonces Malou Escasa, de 13 años de edad, dirigió la repetición de la Promesa de los Conquistadores.

Los miembros de la junta procedieron entonces con la agenda, considerando cuidadosamente cada punto y discutiendo ampliamente sobre…

Este tipo de entradilla o párrafo inicial es ineficaz y deja preguntándose a los lectores: "**¿Qué ocurrió realmente y cuál fue el resultado de esta reunión?**"

Más bien, una entradilla eficaz se inicia con resultados:

La junta de la Iglesia Adventista Central Tierra del Fuego votó anoche construir una escuela para prestar servicios a unos 200 estudiantes inscritos actualmente en una problemática escuela pública.

Los miembros de la junta aprobaron la cantidad de $900,000 durante los siguientes dos años para iniciar la construcción de la escuela en la propiedad de la iglesia.

"Estamos contentos de contar con los recursos para invertir en nuestros niños", dijo el presidente de la junta, Jefferson Kern. "Esto es algo que necesitábamos ya por mucho tiempo".

La junta votó también…

Ofreceremos más ejemplos sobre esta perspectiva en los siguientes capítulos, pero por ahora, piensa: "¿Qué puedo hacer para ver más allá de la fachada de esta reunión o discurso? ¿Cuál es el asunto real o resultado que debe guiar mi historia?"

6. Fotografiando las noticias

El fotoperiodismo o periodismo gráfico de la iglesia es similar al del gobierno o al fotoperiodismo en los negocios. A veces lo siguiente suena como un cliché, pero con frecuencia tus fotografías entrarán en una de cuatro categorías.

1. Personas ante un micrófono
2. Retratos
3. Foto de archivo en institución
4. Personas haciendo algo

Veamos una por una:

1 Personas ante un micrófono

Esto muestra a una persona hablando ante un grupo, generalmente con un micrófono delante de su rostro. Como se mencionó en un capítulo previo sobre mantener la atención del lector, tu trabajo es informar lo que la persona está diciendo. Así que muéstralos diciéndolo. Considera los ejemplos siguientes:

Homer Trecartin
Joseph Kissinger/ANN

ANN
Gerry Chudleigh/ANN

Robert East/ANN
ANN

2 Retratos

Este tipo de fotografía se emplea frecuentemente cuando estás presentando a alguien. Tal vez hay un nuevo presidente de división o director de escuela; o alguien que ha recibido un premio o reconocimiento.

David Fournier
ANN

Ansel Oliver/ANN
ANN

ANN
ANN

3 Fotos de archivo de instituciones

Muchas de nuestras historias saldrán de las reuniones que cubrimos. Pero en vez de informar sobre la reunión, informa sobre los resultados clave de la reunión. Los resultados.

Grayloc Partners
Patuxent Capital Consulting

Sekoya Capital
Eliot Management Publications

Bloom Burg News
Daily Business Investor

Con frecuencia, las juntas y comisiones toman acuerdos sobre una institución. Así que en vez de mostrar a los lectores una fotografía de una aburrida reunión, muéstrales la institución acerca de la que se tomaron acuerdos. Pero no muestres simplemente una aburrida fotografía de un edificio. Deja que la foto cuente una historia. Capta las palabras en un letrero y asegúrate de que capta algo real, como por ejemplo personas que están haciendo algo. A una fotografía sin gente le falta el toque humano y no cuenta mucho de una historia. Estas fotos de archivo de instituciones son comunes en el fotoperiodismo en los negocios y el gobierno.

Y puedes hacerlo también para el periodismo de la iglesia:

ANN

Belle Dollar-Bill

ANN

ANN

ANN

Levon Kontanko

4 Gente que está de hecho haciendo algo.

Bien, lo admitimos, este es un tipo de categoría "cajón de sastre" (en donde cabe todo), pero tiene que ver con personas participando de hecho en el evento o la actividad noticiable o de interés periodístico:

ANN

Edwin Garcia/ANN

Johnstone Muguro
Dallas Christian Academy

David Turner

Jaime Vilcapoma

7. Cómo y por qué redactar magníficas leyendas

Los escritores con una mentalidad de servicio, se toman el tiempo para redactar leyendas eficaces para sus lectores. La mayoría de los lectores no van a leer toda la historia y muchos ni siquiera van a empezar a leerla. Pero algunas investigaciones sugieren que una leyenda es probablemente el texto que se va a leer palabra por palabra en tu página. Eso es porque aparece inmediatamente debajo de lo que el ojo del lector es dirigido a ver primero –una lámina.

El manual de estilo de la Prensa Asociada sugiere que las leyendas bajo las fotografías deben contener generalmente una o dos oraciones:

Primera oración –usa el tiempo presente para describir lo que está pasando en la fotografía. Incluye también el lugar y la fecha en que se tomó la foto.

Segunda oración –usa el tiempo pasado para ofrecer contexto al describir por qué la fotografía es noticiable.

Por ejemplo:
Gyua Halasz sonríe ampliamente mientras muestra su enrojecido estómago, para envidia de los abatidos contendientes en los clavados de panza en la piscina del centro recreativo de la Asociación del Este, en Towny, Statesville, el 19 de junio. En medio de la creciente competencia, Halasz aumentó 15 libras para mantener su estatus de campeón, ganando así la competencia por el quinto año consecutivo. (fotografía: Francis Matos)

Nota cuán específicamente está redactada la primera oración. Dice qué está ocurriendo en la fotografía como si no pudieras verla; y de hecho no la puedes ver, pero es fácil imaginar cómo se vería. Piensa en cómo necesitarías explicar la fotografía a una persona invidente. Una explicación concisa y cautivadora hace vivir la escena.

Mira también cuán fácil es agregar lugar y fecha al final de la primera oración.

Por supuesto, hay excepciones. Si no hay espacio, el redactor de la leyenda debe combinar el contenido de las dos oraciones en una sola. Y también, cuando la fotografía es una antigua foto de archivo, se pueden revertir las dos oraciones y hacerse menos específica la fecha. Por ejemplo:

Adventist Risk Management insta a todos los dirigentes de la iglesia a revaluar sus pólizas de seguro de todas sus propiedades. Este es el edificio de la Unión Asociación Británica después de un incendio en el 2009. (foto: Ann Leibowtz)

La mayoría de los lectores ni siquiera notarán que estás usando una fórmula. Ellos simplemente reciben claramente la información sin siquiera darse cuenta qué hizo eficaz la leyenda.

No puedes forzar a los lectores a leer todo lo que escribes. Pero puedes hacerles un favor al facilitarles su decisión o deseo de continuar leyendo más de tu noticia. Esa es la razón por la que una historia noticiosa comienza con la parte más interesante de la misma: el clímax. En esencia estás arruinando el final. Nota que la segunda oración de tu leyenda es básicamente, aunque no palabra por palabra, el mismo concepto que aparece en la entradilla de tu historia. El hacerlo le ahorra tiempo a tus lectores. La persona que se interesa en la entradilla o en la oración de la leyenda, continuará leyendo.

Algunos editores mantienen corta la leyenda o texto bajo una fotografía o lámina, para "hacer" que los lectores lean la historia para enterarse de qué se trata.

Pero, ¿funciona realmente?

Recuerda, la mayoría de los lectores no leerán la mayoría de lo que escribas. Si les haces el favor de facilitarles el descubrir en la leyenda de qué trata la historia, hay una mayor posibilidad de que lean más de tu historia… pero solamente si están interesados en ese tema. El ofrecer un resumen de la historia en la segunda oración de tu leyenda, significa que valoras el tiempo de tus lectores y deseas solamente que lean historias que realmente les interesen.

Los siguientes son ejemplos de buenas leyendas:

El tesorero de la Iglesia Adventista, Robert. E. Lemon, informa el día de ayer a los delegados que la iglesia adventista mundial recibió la misma cantidad de diezmos que el año previo. Los informes financieros revelaron también una nueva estructura de financiación para el servicio de auditoría de la iglesia, en que las organizaciones pagan una porción de sus auditorías. (foto: Henry Carter-Brandan)

Palan Mulonda, embajador de Zambia en los Estados Unidos, alaba la labor humanitaria y desarrollo educativo de la Iglesia Adventista, en una recepción en las oficinas mundiales de la denominación, en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos, el 1 de abril, mientras el presidente de la Iglesia Adventista, Ted N. Wilson, a la derecha, escucha atentamente. Hay más de 800,000 adventistas en Zambia. (foto: Aunz L. Adams).

Los miembros de la Iglesia Adventista en Irlanda portan una bandera de EndItNow, durante el desfile del Día de San Patricio, en Galway, la semana pasada. La iglesia adventista mundial patrocina un sábado mundial de Prevención del Abuso, el cuarto sábado de cada mes de agosto. (foto: Dorth Elain)

8. Redacción de titulares eficaces

Haz que tus encabezados o titulares contengan un verbo. No más titulares como "Ministerios de Escuela Sabática", o "Venta en beneficio de Club de Conquistadores".

Una publicación de un colegio adventista publicó una historia con el siguiente titular:

La biblioteca introdujo un nuevo buscador para los estudiantes

Aunque es relativamente buen titular, deja sin contestar la pregunta: "¿Cómo se llama?, o "¿Por qué?"

Un titular un poco mejor podría haber ofrecido más detalles –su nombre, qué hace, o una crítica del mismo. Los siguientes son buenos ejemplos:

La biblioteca introdujo el buscador Geegle
Geegle ofrece búsqueda de todo contenido bibliotecario
El nuevo buscador Geegle cumple con lo que ofrece, pero siguen presentes los errores

Además, cuando se anuncia a un nuevo empleado, menciona quién es. Los siguientes titulares se acercan a la noticia, pero no cumplen totalmente con el papel de un titular.

Nuevo dirigente elegido como presidente de asociación
El ministerio en la playa anuncia nuevo director

Estos titulares se acercan más al ideal, pero todavía no dicen quién es de hecho la persona. Lo primero que debe hacer un titular es echar a perder el final de la historia. Además de informar que ha quedado ocupada una posición, un titular dice de hecho quién es esa persona y tal vez hasta dice algo acerca de ella. Mejores ejemplos:

J. González fue nombrado como nuevo presidente de la asociación
El subdirector Smith es el nuevo director del ministerio en la playa

De la misma manera, al informar sobre un discurso, en vez de simplemente informar que esa persona habló, menciona cuál fue su punto principal. Así que en vez de este vago titular:

El presidente de la asociación habló el sábado de tarde

Intenta algo más completo. Los siguientes son mejores ejemplos:

El presidente de la asociación insta a los miembros a más labor comunitaria
Franco demandó más ensaladas en los almuerzos de camaradería

Las siguientes son algunas formas verbales que generalmente no deberían usarse en los titulares. No es que sean malas, y no es que nunca se usen en periodismo; es simplemente que se han usado en demasía por reporteros sin mucha experiencia.

Habla
(Llena el espacio vacío) *asuntos discutidos*
Reunidos
Celebró
['Tema' del nombre de la reunión]
Auspicia
Reúne
Convoca
Se reúne

Si tienes algunas de estas palabras en tu titular, has probablemente pasado por alto el asunto mismo de la historia. Retrocede y mira más allá de la fachada de la reunión o discurso, e informa el asunto real, su conclusión o lo que se logró. Para más información sobre este tópico, ver el capítulo 5: "Cómo mantener la atención de tus lectores".

9. Sobre obituarios

Muestra una fotografía de la persona en su mejor momento. Eso es quien era y lo que representaba su vida. No muestres una fotografía de la persona como se veía días antes de su muerte. Eso no es lo que era.

Está bien que la familia te envíe una "headshot" (fotografía de busto - de la cabeza y parte superior del tórax) de su ser amado, pero asegúrate de pedirles algunas fotografías de sus mejores momentos, haciendo lo que le gustaba hacer y por lo que era conocido. Pide que te proporcionen varias fotografías para tener más de dónde elegir.

No comiences tu historia mencionando el lugar donde nació la persona. Comienza informando acerca de sus logros y lo que su vida representó. Solamente a mitad de la historia puedes regresar al comienzo cuando se inició su vida.

Y sobre todo, recuerda que un obituario enfoca su atención en la vida de la persona, no en su muerte.

Buenos ejemplos:
Gary Carter, receptor, en salón de la fama, muere a los 57 años (hacer click para abrir enlace)

Betty Skelton, 'la mujer más veloz del mundo', muere a los 85 años (hacer click para abrir enlace)

Remembranza: El persuasivo vendedor de Libros, L. Ramírez, de 93 años, fue el primer director hispano en la AG (hacer click para abrir enlace)

10. Qué cámara usar

Durante los talleres de entrenamiento, siempre surge la pregunta. "¿Qué tipo de cámara debo comprar?" Nuestra respuesta es: "Una que sepas cómo usar".

No contestamos así para evadir la respuesta. Un buen fotógrafo puede obtener increíbles fotos con una sencilla cámara, pero a un principiante no le va a ayudar demasiado una cámara más sofisticada.

Lo más importante es conocer los elementos de una buena fotografía y cómo funciona una cámara. A fin de aprender, toma una clase de fotografía o aprende tú mismo buscando en línea "consejos sobre fotografía", o estudiando libros en la biblioteca. Un gran libro para comenzar es la "National Geographic Photography Field Guide".

Otra forma de responder a la pregunta anterior es contar la historia del fotógrafo de "National Geographic", Sam Abell. Muchos de los mejores fotógrafos en el mundo tienen muchas cámaras y lentes para situaciones diferentes. Sam Abell usa una sencilla cámara con lentes normales, de 28 mm. No teleobjetivo (zoom). Cuando enseña en talleres de entrenamiento, casi no menciona su equipo. Habla más bien de emociones y expectativas. Consulta su gran libro "Stay This Moment".

Bien; habiendo dicho lo anterior, si realmente quieres que te recomiende una cámara, una gran cámara pequeña es la Nikon CoolPix S9500, o la Canon Powershot SX280. Ambas son pequeñas cámaras automáticas de "apuntar y disparar", pero tienen lentes de tamaño decente.

Si cuentas con mayor presupuesto y quieres una cámara réflex de objetivo único, prueba la Nikon d90 o la Canon60d.

Aun mejores cámaras son la Nikon d7100 o la Canon 7d.

Si cuentas con un presupuesto realmente grande, puedes obtener una cámara con un sensor "full frame" (tal como la Nikon d600) con lentes f/2.8.

Pero nuevamente, tal vez ya tengas en tu bolsillo una cámara lo suficientemente buena: tu smartphone (teléfono inteligente).Te sorprenderás de cuán excelentes fotografías ha tomado ANN con un smartphone.

Recuerda, el talento que desarrolles es más importante que el tipo de cámara que poseas.

(Nota: ANN no endosa ninguna marca y no está conectada de ninguna manera a ninguna compañía. Las recomendaciones anteriores se ofrecen simplemente como guía. Hay muchas otras cámaras similares de buena calidad producidas por otras compañías)

11. Mandamientos para fotógrafos

I. Al tomar fotografías de un discurso o sermón, no harás un espectáculo de ti mismo. Tomarás fotografías por 2 o 5 minutos cuando el orador comienza a hablar. Entonces terminarás con eso y no tomarás más fotos por el resto del discurso o sermón.
II. No usarás flash durante un discurso. No llamarás la atención cerca o lejos del orador.
III. Vestirás ropa de color oscuro o neutro, evitando rótulos grandes o logos. Si vistes un chaleco con llamativas letras que te identifican como miembro de la prensa.
IV. Acordarte has de fotografiar noticiosamente y leer el capítulo 6. Tus lectores se cansarán de solo ver fotografías de grupo.
V. Tomarás muchas fotografías desde diferentes ángulos, proporcionando así a tu editor abundantes tomas entre las cuales elegir. Entonces los lectores podrán ver el evento y decir que era bueno.
VI. Estudiarás fotografía. Desarrollarás también cierto aguante y buscarás un buen fotógrafo que te critique tus fotos, porque habrás de mejorar continuamente tu talento. Y algún día, después de haber crecido mucho en talento y sabiduría, prestarás a otros tus servicios como crítico amable y servicial.

Si has quebrantado cualquiera de estos mandamientos, no temas y consuélate con la idea de que los profesionales fueron también algún día principiantes.

12. Táctica avanzada: la perspectiva detrás de la historia

Situado en las colinas de la región sur de Filipinas, el reportero de ANN, Ansel Oliver, aprende a preguntar "por qué" cinco veces.

Me encontraba caminando por la ladera selvática del sudeste de Asia, el año pasado, cuando decidí emplear una técnica de investigación señalada por el más grande fabricante de autos mundialmente. Tú puedes usarla también:

Eleva tus historias a un más alto nivel preguntando "por qué" cinco veces. Si te atoras, puedes sustituir uno o todos los cinco con "¿y eso qué?" "¿qué tiene que ver?"

Tomé esta idea de un libro acerca de la Toyota Motor Corporación. Su históricamente impresionante confiabilidad se basa en sus principios administrativos, una ciencia que no se ha ganado suficiente reconocimiento. Si algo saliera mal, irían más allá de la explicación superficial y buscarían una posible razón subyacente preguntando "por qué" cinco veces.

Por ejemplo: Uno de cada tres parabrisas que fueron instalados por Sally en la línea de ensamblaje, se rajan en el transcurso de un día. En vez de correr a Sally del trabajo, preguntan "por qué" cinco veces:

1. ¿Por qué?: Porque los golpea cuando los instala. Sally no es capaz de controlar bien el instalador.
2. ¿Y qué tiene que ver eso?: Ella pensaba que era torpe, pero ahora, cuando su supervisor prueba el instalador, tiene el mismo problema con su máquina.
3. ¿Por qué?: Porque el mes pasado se le dio a la máquina un servicio inapropiado. El técnico Bob instaló inadvertidamente un tornillo de reemplazo del tamaño equivocado.
4. ¿Por qué?: Porque sin saberlo sacó un tornillo de 3/8 e pulgada de un cajón etiquetado como de ¼.
5. ¿Por qué?: Porque Jared, cuyo trabajo es mantener en orden la instalación de los repuestos, ha sido descuidado en su trabajo y etiquetó equivocadamente la gaveta.

Como podemos ver, Jared es el empleado que necesita una reprimenda por su trabajo descuidado. Pero sin haberse preguntado "por qué", o "y qué" cinco veces, buenos trabajadores como Sally en la línea de ensamblaje, o Bob, el empleado de mantenimiento, habrían sido erróneamente criticados.

Tomé muy en serio esta lección de preguntar "por qué" cinco veces cuando reporté una historia en las colinas del sur de Mindanao en las Filipinas. Los dirigentes máximos de la División Sudasiática del Pacífico, de la Iglesia Adventista, me dijeron que había ocurrido algo muy interesante en el sur, en años recientes: unos 40 pastores protestantes de otras denominaciones se habían convertido a la fe adventista, juntamente con muchas de sus congregaciones. Así que tomé el vuelo de una hora de duración hasta la ciudad de General Santos y me reuní con un guía.

Pero en vez de redactar mi historia acerca de cuán maravilloso era todo esto y de exhibir la fe adventista como la religión "verdadera", con 40 pastores convertidos para probarlo, decidí que iba a ir más allá de la superficie.

Tomé muchas fotografías y tomé notas constantemente mientras iba dando de tumbos a través de montañosos caminos rurales y mientras ascendía y descendía por empinados senderos a través de las laderas selváticas y granjas. En una pequeña iglesia de techo de paja, tomé la fotografía de una niña sentada junto a mí. Llevaba cargando un bebé que era su hermanita, o al menos así lo creí. Mi guía me dijo más tarde que no era su hermana pequeña, sino su hija. Me sorprendió porque esa madre no podía haber tenido más de quince años. Resulta que los matrimonios tempranos son muy comunes en esa región.

Fue entonces cuando lo capté. Recordé que había escrito notas dos horas antes acerca de cómo los dirigentes en esa región quieren que los pequeños de las nuevas congregaciones adventistas entren a nuestras escuelas. Otras denominaciones no tienen el enfoque educativo y la infraestructura que tienen los adventistas.

Supe entonces que tenía ya mi entradilla y comencé a hacer más preguntas para confirmarlo. "Los padres empujan a sus hijas al matrimonio a fin de recibir la dote", me dijo mi guía. "Ahora esperamos que esos padres que se han vuelto adventistas, juntamente con sus ministros, empujen más bien a sus hijas a terminar la escuela".

Así que en vez de una historia acerca de 40 pastores que se convierten al adventismo, elaboré una historia acerca de lo mismo, pero enfocando la atención en cómo va a cambiar la vida de muchos de sus feligreses. Esencialmente, había preguntado subconscientemente "y qué" varias veces.

Esta es la historia:
En las Filipinas, la conversión religiosa ofrece seguridad espiritual y esperanza práctica. (hacer click para abrir enlace)

El legendario reportero Jimmy Breslin, enfocaba las historias en forma similar. Deseaba cubrir los eventos principales enfocando su atención en la forma como afectaban a la "gente común".

El día del funeral del Presidente de los Estados Unidos, John F. Kennedy, todo reportero en Washington D.C. se encontraba en la Avenida Pennsylvania, cubriendo el evento de la misma manera. No así Breslin. Estaba enfrente del río Potomac, en el Cementerio Arlington, entrevistando al hombre que estaba cavando la tumba de JFK. Al día siguiente, la historia de Breslin se destacó sobre las otras.

Así que antes de reportar una historia podrías elegir preguntarte varias veces "por qué" o "y qué tiene que ver". Pregúntate también "¿A quién realmente afecta?" Esto probablemente te dará opciones en cuanto a reportar desde un ángulo más único e interesante, una historia que de otra manera sería muy predecible.

13. Reglamento ANN sobre firma o pie de autor

La firma personal se usa para que la persona que hizo el reportaje y que es responsable por su exactitud, pueda ser siempre identificada.

La doble firma (Sam Clemens y Vicky Hugo/ANN) se usa cuando dos personas fueron responsables por reunir el contenido y redactar la historia.

Al contribuyente que obtuvo un hecho menor o que ofreció traducción para ayudar al reportaje de la historia, se le da una etiqueta (tag) al final de la historia, en cursiva:

-reportaje adicional por Eric A. Bair
O
-Winston Smith contribuyó a esta historia

Cuando se recibe la historia de otra fuente, pero necesita fuerte edición, redactarla de nuevo o información adicional, la etiqueta se le concede al autor, seguido de la frase "Personal ANN"

Carl Woodward y personal ANN

14. Requisitos para reproducir o copiar

ANN alienta la distribución de sus historias. La intención de sus artículos es que sirvan de fuente y puedan ya sea reproducirse en su totalidad, acortarse o usarse como una de varias fuentes para construir una historia. Nota que el material de ANN tiene derechos de autor. Al reproducirse o citarse las historias de ANN, se requiere que se reconozca apropiadamente a ANN como fuente.

15. Cómo entrar al negocio —escribir acerca de otras personas

Con frecuencia se nos pide que consideremos a un estudiante universitario específico o a un recién graduado como candidato potencial a reportero independiente, generalmente de parte de un familiar bien intencionado de tal persona. Al investigar, nos damos cuenta de que aunque esta persona escribe muy bien, solo ha escrito acerca de sí misma, de sus propias opiniones, sus propias meditaciones espirituales, sus propios ensayos, cosas de la historia que le interesan personalmente, un viaje misionero al que fue, su primer triatlón, etc.

El periodismo tiene que ver con *otras personas*. Contarle al lector la historia de alguien más.

Si estás en la universidad, entonces haz lo que puedas para dominar el periódico del campus. Conviértete en el reportero "enviado". Haz ahí lo mejor que puedas. Sirve a los demás y a tu editor.

Localiza entonces el más cercano periódico o blog de pueblo pequeño y muéstrales muchos de tus reportajes y ofrece tus servicios como escritor independiente. No te preocupe el lastimoso pago. Lo que estás buscando es que te publiquen tus reportajes. Si eres bueno, el dinero vendrá después.

Una vez que hayas dominado grandes y aún mayores salas de prensa, tal vez encuentres diariamente un mercado importante. Ábrete paso a través de tu trabajo. Al procurar ascender hacia un nuevo nivel, tu blanco es lograr que te publiquen tus contribuciones. Al principio eso vale más que el dinero.

Resumiendo: Sirve a tu editor al ser la persona que va a los sitios. Redacta historias de manera tal que las personas en la comunidad o campus, se reconozcan a sí mismas y a otras que conocen.

Esto ocurrirá cuando cuentes las historias de otras personas, no de ti mismo.

Glosario ANN

Ayuda a garantizar una comunicación clara con todas las audiencias al usar
el Libro de Estilo de la Prensa Asociada y el Glosario ANN que aparece en seguida

A

Adventista del séptimo día – (Seventh-day Adventist) No abreviarlo, porque quienes no están familiarizados con la Iglesia Adventista podrían no saber que es "ASD" (podría ser cualquier otra cosa) La versión abreviada es *Adventista*, la cual debe usarse en segunda referencia.

AG – (GC) Ver **Asociación General**

Agencia Adventista de Desarrollo y Recursos Asistenciales - (Adventist Development and Relief Agency) ADRA es aceptable en una segunda referencia o en titulares. Las oficinas internacionales están en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos.

Agencia Adventista de Manejo de Riesgos – (Adventist Risk Management. Inc.) Corporación que provee servicios de valoración de riesgos y seguro para las instituciones de la Iglesia Adventista. Aceptables las siglas ARM en una segunda referencia. Establecida en 1936 siguiendo el consejo del asegurador profesional adventista William A. Benjamin, quien sugirió que la denominación protegería mejor sus propiedades y ahorraría dinero al operar su propia compañía de seguros. Situada en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos, con oficinas en todo el mundo.

Altos administradores – (Church official/s) Rango más alto dentro de la administración en la Iglesia Adventista. Incluye presidente, secretario y tesorero, así como sus asociados: vicepresidente, subsecretario, secretario asociado, subtesorero y tesorero asociado. Ver **Dirigentes de iglesia**

Anciano – (Elder) Título de un dirigente laico en la iglesia local. Para un ministro ordenado, particularmente en relación al liderazgo, el término preferente es Pastor. P.ej. *Pastor Juan Rosales*.

ASD – (SDA) No uses esta abreviatura para Iglesia Adventista del Séptimo Día porque quienes no están familiarizados con la Iglesia Adventista no sabrían a qué se refiere (podría ser Asociación de Secretarias y Dactilógrafas o cualquier otra cosa). La versión abreviada de Adventista del Séptimo Día es *Adventista*, el cual es el término preferente en segunda referencia.

ASI Ver **Servicios e Industrias de Laicos Adventistas**.

Asociación – (Conference) Un área administrativa local que consta de varias congregaciones y escuelas de la iglesia.

Asociación Estadounidense de Libertad Religiosa – (North American Religious Liberty Association) La filial estadounidense de la Asociación Internacional de Libertad Religiosa. *NARLA* es aceptable en segunda referencia.

Asociación Internacional de Libertad Religiosa – (International Religious Liberty Association) Lanzada por la iglesia en 1893, como NRLA (Nacional), por sus siglas en inglés, esta organización no sectaria es actualmente el foro mundial más grande de libertad religiosa. *IRLA* (por sus siglas en inglés) es aceptable en segunda referencia.

Asociación Ministerial – (Ministerial Association) Presta sus servicios a la Iglesia Adventista a través de servicios a pastores, familias pastorales, ancianos de iglesia local y dirigentes de congregaciones y secretarios de asociaciones ministeriales adventistas. Nota: el director de esta organización se llama *secretario* no "director" y debe ser un ministro ordenado al evangelio. Situado en las oficinas mundiales en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos.

Asociaciones regionales – (Regional conferences) Asociaciones de la iglesia que han representado históricamente congregaciones afroamericanas en los Estados del Este de los Estados Unidos.

C

Campaña Usa este término en vez de "cruzada" al describir un esfuerzo de evangelización. Ver **cruzada**

Campo – (Field) Término interno de la denominación para referirse a un área geográfica en la que trabajan pastores y miembros laicos adventistas para el avance del mensaje del evangelio. Usar el nombre geográfico de la región; p. ej., *Israel y no el campo de Israel*.

Centro Adventista de Ciencias de la Salud de la Universidad Loma Linda – (Loma Linda University Adventist Health Sciences Center) Una corporación sin fines de lucro que funciona como organización "paraguas" (de respaldo) a la Universidad Loma Linda, Centro Médico Loma Linda y varias entidades médicas y educativas más. Afiliado directamente a las oficinas mundiales de la iglesia. Situado en Loma Linda, California, Estados Unidos

Colportor – (Literature evangelist) Persona que va de casa en casa vendiendo materiales religiosos.

Comunicación Departamento de la iglesia dedicado a la comunicación interna y externa a través de los medios. No usar "s"; no usar "Departamento de Comunicaciones". Establecido en 1912, como Bureau of Press Relations (agencia de relaciones con la prensa), cuando los administradores de las oficinas de la iglesia mundial contrataron al reportero de "Baltimore Sun", Walter Burgan, para ayudar a responder a los ataques contra la iglesia por parte de los medios de comunicación.

Concilio Anual – (Annual Council) Una de las dos reuniones bianuales de la Junta Ejecutiva Directiva de la iglesia adventista mundial, celebrada generalmente en el mes de octubre, en las oficinas mundiales de la iglesia.

Conquistadores – (Pathfinders) Una organización de actividades juveniles de la Iglesia Adventista.

Corporación de la Asociación General de los Adventistas del Séptimo Día – (General Conference Corporation of Seventh-day Adventist) El nombre legal de la denominación global con sede en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos.

Cruzada Al describir un evento de evangelización, nunca uses esta referencia a las campañas militares cristianas contra los musulmanes en el siglo doce. Usa mejor *reuniones, serie, campaña o esfuerzo de evangelización*.

D

Data o Fecha y Lugar – (Dateline) Usa ciudad, estado (provincia) y país. Al referirte a una de las ciudades internacionales citadas en el Libro de Estilo de la Prensa Asociada, cita solamente la ciudad. (p. ej., no se necesita explicación para ciudades muy conocidas, tales como Londres, Tokyo, etc.)

Departamento Oficina de la iglesia en cada nivel de administración: oficinas de la iglesia mundial, división, unión, asociación, congregación local.

Director de departamento En mayúsculas el nombre del departamento. *"…dijo Heather Dawn Small, directora de Ministerio de la Mujer"*.

Dirigente(s) de iglesia – (Church leader/s) Director y director asociado de departamento. Debe identificarse como tal al director o director asociado de Comunicación, pero puede también hacerse referencia a él o ella como vocero o vocera cuando habla con los medios de comunicación en nombre de la denominación. Ver **Altos administradores**.

División Una de las 13 regiones administrativas de la iglesia mundial. *División Transeuropea*. Escribe "división" con minúscula cuando no te estés refiriendo a una división específica, o en una segunda referencia.

E

Educación Departamento de la iglesia establecido en 1902 para apoyar el desarrollo del sistema escolar y universitario adventista.

Elena G. White Una de los fundadores que ejerció el don de profecía durante sus 70 años de ministerio. No abreviar. Menciónala como cofundadora de la iglesia en la primera referencia.

Encantado – (Delighted) Término demasiado usado en respuesta a la pregunta de cómo se siente alguien acerca de un nuevo empleado o programa. En vez de ello, haz que la fuente hable de las habilidades del nuevo empleado o lo que va a lograr tal programa.

Escuela Sabática – (Sabbath School) Organización dentro de las iglesias locales para personas de todas las edades con actividades semanales de camaradería, estudio de la Biblia, servicio a la comunidad y misión.

Escuela Sabática y Ministerios Personales – (Sabbath School and Personal Ministries) El departamento de la iglesia que apoya la Escuela Sabática, los ministerios personales, los servicios a la comunidad y las escuelas bíblicas por correspondencia.

Espíritu de Profecía – (Spirit of Prophecy) Libros y artículos por Elena G. White, una de los pioneros fundadores de la iglesia. Usar escritos de la cofundadora de la iglesia, Elena G. White.

Estados – (States) No abreviar estados o provincias de ningún país.

Estados Unidos - United States Usar EE.UU en segunda referencia.

G

Gran chasco – (Great Disappointment) Un acontecimiento en la historia temprana de varias denominaciones cristianas, incluyendo la adventista, cuando Jesús no regresó a este mundo el 22 de octubre de 1844, como algunos esperaban. Entre 1831 y 1844, el predicador bautista Guillermo Miller, lanzó el "gran despertar con respecto al segundo advenimiento". Basado en su estudio de Daniel 8: 14, Miller calculó que Jesús

iba a retornar en algún momento entre 1843 y 1844. Otros calcularon la fecha específica del 22 de octubre de 1844. Cuando Jesús no apareció, los seguidores de Guillermo (William) Miller, experimentaron lo que se dio a llamar "El Gran Chasco". Ver también **movimiento millerita**.

I

Iglesia Adventista – (Adventist Church) Usa siempre *Iglesia Adventista del Séptimo Día* en la primera referencia, usando la "I" mayúscula para la palabra "Iglesia". Usa la "i" minúscula al describir congregaciones locales sin nombre propio: Juan ayudó a construir una iglesia adventista. Ver **Iglesia Adventista del Séptimo Día e iglesia mundial Adventista del Séptimo Día.**

Iglesia Adventista del Séptimo Día – (Seventh–day Adventist Church) Una comunidad religiosa cristiana con una membresía de casi 17 millones para el final del 2010. Usa *Iglesia Adventista* en segunda referencia. Ver también **Iglesia Adventista**. Ver la entrada en Associated Press Stylebook (Guía de Estilo de la Prensa Asociada).

Iglesia adventista mundial (Adventist world church) Usa este término al describir la denominación global en segunda referencia. En la primera referencia usa *iglesia mundial Adventista del Séptimo Día* ("iglesia mundial" en letra minúscula) o Iglesia Adventista del Séptimo Día ("Iglesia" con mayúscula).

iglesia mundial adventista – (Seventh–day Adventist world church) Usar letra minúscula al describir la denominación global. Ver también **Asociación General**

Instituto de Investigación Bíblica – (Biblical Research Institute) Provee estudios de la Biblia, estudia documentos y responde a preguntas sobre asuntos bíblicos. Las siglas *BRI* son aceptables en segunda referencia. Situado en Silver Spring, Maryland. Estados Unidos, con oficinas en todo el mundo.

Instituto de Investigaciones Geocientíficas – (Geoscience Research Institute) Organización de la iglesia fundada en 1958 para investigar tanto ciencia, como el recuento bíblico de la creación para atender la cuestión de los orígenes. Afiliado directamente a las oficinas mundiales de la Iglesia Adventista. Situado en Loma Linda California, Estados Unidos.

Instituto de Misión Mundial Provee entrenamiento multicultural a misioneros voluntarios de tiempo completo y tiempo parcial en países extranjeros y facilita su retorno a su país de base. Situado en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos. Establecido en 1966.

Instituto Internacional Adventista de Estudios Avanzados – (Adventist International Institute of Advanced Studies) Escuela de nivel de posgrado para estudios religiosos, situada en Silang, Cavite, Filipinas. Afiliada directamente a las oficinas mundiales de la Iglesia Adventista.

Intencional Término demasiado trillado en administración religiosa. Omitirlo a menos que sea parte de una cita, o usar la palabra "deliberado".

J

Junta de Primavera – (Spring Meeting) Una de las reuniones anuales de la junta ejecutiva de la iglesia mundial celebrada en las oficinas mundiales de la iglesia en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos. Ver también **Concilio Anual**

Junta Ejecutiva – (Executive Committee) El segundo más alto cuerpo de gobierno en la denominación, después de los delegados a la Asociación General en sesión. Está compuesta por los administradores tope de la Asociación General, directores de departamentos, los administradores máximos de las trece divisiones, presidentes de unión, presidentes o rectores de las instituciones de la Asociación General, tres miembros laicos de cada división, un pastor de cada división, un empleado adicional de vanguardia por cada 500,000 miembros o fracción de los mismos en divisiones con más de 500,000 miembros, más treinta miembros generales.

L

Librería adventista – (Adventist Book Center) Establecimientos de venta al menudeo que ofrecen literatura cristiana y alimentos saludables. Puedes usar también *ABC* en segunda referencia.

M

Mensaje de los Tres Ángeles o del Tercer Ángel – (Three Angel's Message) Añade una referencia al libro de Apocalipsis, capítulo 14.

Mensaje de salud – (Health message) Término empleado internamente para los consejos de salud que promueve la iglesia. Es mejor mencionar el énfasis adventista en una vida saludable.

Ministerio Adventista de Capellanía – (Adventist Chaplancy Ministries) Departamento de la iglesia establecido en 1985. Coloca y apoya capellanes adventistas en planteles educativos, agencias de la comunidad, institutos correccionales, instituciones de salud, fuerzas militares y lugares de trabajo. Usa *MAC* en una segunda referencia (ACM por sus siglas en inglés).

Ministerio de la Familia – (Family Ministries) Departamento de la iglesia cuyo propósito es apoyar y desarrollar relaciones en las familias. Establecido en 1975

Ministerio de la Mujer – (Women's Ministries) Departamento de la iglesia que enfoca su atención en la habilitación y desarrollo espiritual de la mujer. Establecido oficialmente en 1995.

Ministerio de Mayordomía – (Stewardship Ministries) Departamento de la iglesia que enfatiza la administración cristiana de los recursos. Establecido en 1967.

Ministerio de Patrimonio Adventista – (Adventist Heritage Ministry) Corporación de la iglesia que preserva cuatro sitios relacionados con la fundación de la denominación en los Estados Unidos: Historic Adventist Village (Aldea histórica adventista), las Granjas de Guillermo Miller e Hiram Edson en Nueva York y el hogar de niñez de José Bates, en Massachusetts. El nombre legal de esta dependencia es Adventist Historic Properties, Inc.

Ministerio de Publicaciones – (Publishing Ministries) Departamento de la iglesia que enfoca su atención en la producción y distribución de materiales religiosos, incluyendo libros, revistas y multimedia. Establecido en 1902.

Ministerio de Salud – (Health Ministries) Departamento de la iglesia que promueve un estilo de vida saludable; un programa esencial de la iglesia. Se reorganizó en su forma actual en 1980.

Ministerio Infantil - (Children Ministries) Departamento de la iglesia dedicado al desarrollo espiritual de los niños. Establecido en 1995.

Ministerio Juvenil – (Youth Ministries) Departamento de la iglesia que enfoca su atención en los adolescentes y su desarrollo espiritual.

Ministerios Personales - (Personal Ministries) Ministerio de la iglesia que enfoca su atención en entrenar, equipar y movilizar a los miembros de la iglesia para que compartan su fe. Es ahora parte del departamento de Escuela Sabática y Ministerios Personales. Anteriormente se llamaba Actividades Laicas. Se estableció en 1870 como Tract and Missionary Society (Sociedad misionera y de folletos misioneros).

Misión Adventista – (Adventist Mission) Organización de la iglesia en sus oficinas mundiales que promueve el servicio misionero. Incluye Misión Global. Establecida en 1990.

Movimiento millerita Fundado por el predicador bautista Guillermo (William) Miller para pregonar el pronto retorno de Jesucristo. Precursor de la Iglesia Adventista del Séptimo Día. Ver también **Gran Chasco**.

O

Obrero – (Worker) Término anticuado para referirse a un pastor o empleado de la Iglesia Adventista. Usa mejor su título o posición: *pastor* o *maestro de Biblia*.

Oficina de Consejo General Provee consejo legal y servicios a la Corporación de la Asociación General. Situada en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos. Establecida en 1936.

Oficina Global de Software e Internet Provee plataformas para sitios electrónicos de iglesias locales e instituciones.

Oficinas mundiales de la Iglesia Adventista (Adventist Church world headquarters) Usarlo en vez de Asociación General o AG.

P

Pacific Press Publishing Association Una casa publicadora adventista situada en Nampa, Idaho, Estados Unidos. Conocida comúnmente como "Pacific Press". Está afiliada directamente a las oficinas mundiales de la iglesia.

PARL (por sus siglas en inglés) Usarla como abreviación del departamento de **Relaciones Públicas y Libertad Religiosa** en segunda referencia.

Pastor Usar mayúscula al usarse como título inmediatamente anterior a un nombre en su primera referencia: *Pastor Jaime Treviño*. De otra manera, usar letra minúscula: *Samuel Clemente es pastor de la Iglesia Adventista Central de Monterrey*. En segunda referencia, puede usarse solamente el apellido. Ver también **Anciano (Elder)**.

Patrimonio White – (White Estate, Ellen G. Incorporated) El patrimonio de la cofundadora de la iglesia,

Elena G. White, quien ejerció el don profético. Referirse a éste como *Patrimonio Elena G. White* en la primera referencia y como *Patrimonio White* o el *patrimonio* en subsecuentes referencias. Situado en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos. Establecido en 1915 e incorporado en 1933.

Planificación de la Dadivosidad y Servicios Fiduciarios Departamento de la iglesia que ofrece servicios y asistencia a miembros de la iglesia al hacer provisión para legados y herencias y administrar su patrimonio. Establecido en 1968.

Pluma inspirada Frase coloquial usada para describir los escritos de Elena G. White y no debe utilizarse cuando se escribe para el público. Usar más bien: *mencionado en los escritos de la cofundadora de la iglesia. Elena G. White*

Presidente Usa el término en letra mayúscula solamente como título antes de un nombre: *El Presidente Ted N.C. Wilson*. De otra manera, usa letra minúscula: *Israel Leito es presidente de la iglesia en Interamérica*.

Presidente de la AG – (GC president) Usar presidente de la iglesia adventista mundial.

R

Radio Mundial Adventista – (Adventist World Radio) El ministerio radial de la Iglesia Adventista. Puede usarse RMA en segunda referencia. Oficinas principales en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos.

Relaciones Públicas y Libertad Religiosa – (Public Affairs and Religious Liberty) Departamento de la iglesia que promueve la libertad de conciencia y establece contacto con legisladores, diplomáticos y gobernantes. Establecido en 1902.

Remanente o iglesia remanente Término de uso interno que describe el movimiento adventista del séptimo día. No debe usarse cuando se escribe para el público, a menos que sea parte de una cita.

Review and Herald Publishing Asociación Casa publicadora adventista en Hagerstown, Maryland, Estados Unidos, citada generalmente como *Review and Herald*. Afiliada directamente a las oficinas mundiales de la iglesia.

Revista Adventista – (Adventist Review) Fundada en 1849 por el cofundador de la iglesia, Jaime White, como "La Verdad Presente". Continúa siendo la revista principal de la denominación y presta sus servicios a la iglesia en Estados Unidos. La Revista Mundo Adventista, lanzada en el 2005, presta sus servicios al resto del mundo.

S

Salud Adventista Internacional – (Adventist Health International) Una organización administrativa asociada con servicios de salud en países en desarrollo. Oficinas centrales en Loma Linda, California, Estados Unidos.

Segunda Venida Se refiere a la *Segunda Venida de Jesús*.

Servicio de Auditoría – (Auditing Service) Ver **Servicios de Auditoría de la Asociación General.**

Servicio de Auditoría de la Asociación General – (General Conference Auditing Service) Provee servicios de auditoría a la denominación desde las oficinas de la iglesia mundial, con oficinas en todo el mundo. Usar *GCAS* por sus siglas en inglés, en segunda referencia.

Servicios e Industrias de Laicos Adventistas – (Adventist-Laymen's Services and Industries) Puede usarse *ASI* en segunda referencia. Esta es una asociación de miembros laicos negociantes y profesionales, incluyendo ministerios laicos de apoyo, dedicados todos a dar a conocer a Cristo en el lugar de trabajo. Oficinas centrales en Silver Spring, Maryland. Estados Unidos.

Servicios para Invidentes Christian Record - (Christian Record Services for the Blind) Organización de servicio que ofrece gratuitamente publicaciones de inspiración, en Braille y letra grande, así como materiales en audio para personas con deficiencia visual. En una segunda referencia, usa la versión abreviada *Christian Record* o sus siglas *CRSB*. Su nombre legal es "Christian Record Services Inc." Está afiliada directamente con las oficinas mundiales de la Iglesia Adventista. Situada en Lincoln, Nebraska, Estados Unidos.

Sesión de la Asociación General – (General Conference Session) El más elevado cuerpo gubernamental de la iglesia, el cual se reúne cada cinco años para una sesión global espiritual y de negocios.

U

Unión Un área administrativa local que se compone de un grupo de asociaciones o iglesias.

Universidad Andrews – (Andrews University) Situada en Berrien Springs, Michigan. Cuna del Seminario Teológico Adventista del Séptimo Día. Lleva el nombre de John Nevins Andrews, el primer misionero adventista de ultramar.

Universidad Griggs - Academia Internacional Griggs – (Griggs University/Griggs International Academy) Una institución que provee programas de educación a distancia para la Iglesia Adventista. Ofre-

ce educación preescolar, primaria, secundaria, universitaria y de posgrado. Conocida anteriormente como Home Study International. Se estableció en 1909 y está situada en Berrien Springs. Michigan, Estados Unidos

Universidad Oakwood –(Oakwood University) Una histórica institución adventista afroamericana de enseñanza superior, situada en Huntsville, Alabama, Estados Unidos, afiliada a las oficinas mundiales de la denominación. Establecida en 1896.

V

Veintiocho Creencias Fundamentales – (Twenty-eight Fundamental Beliefs) La comprensión y expresión de las enseñanzas de la Biblia por parte de la iglesia. Establecidas en 1980. Usa *28 Creencias Fundamentales* usando numerales cuando no sea al comienzo de una oración o frase. Usar mayúsculas al mencionar solamente *Creencias Fundamentales*.

Ventana 10/40 – (10/40 Window) Término usado por varias denominaciones cristianas para describir un rectángulo geográfico en el hemisferio oriental, entre los grados10 y 40 de latitud norte, donde vive más del 60 por ciento de la población mundial, gran parte de la cual no ha escuchado todavía el mensaje del evangelio.

Versión Esperanza TV en español - (Hope Channel) Red oficial de televisión de la Iglesia Adventista. Ofrece programación mundial culturalmente contextualizada, en diferentes idiomas, tanto en línea como vía satélite, a través de múltiples canales. Usar el referente en inglés solo como Hope Channel, no “el Hope Channel”, “Hope TV” o “Hope”. Situado en Silver Spring, Maryland, Estados Unidos.

W

White, Elena G. No abreviar. Una de las fundadoras de la iglesia que ejerció el don de profecía durante su ministerio de 70 años de duración. En la primera referencia, debe presentársela como cofundadora de la iglesia.