

Manual de estilo

Revista *Mundo Diners*

Índice

1. Principios generales

1.1. Los artículos

1.2. Utilidad

1.3. Claridad, concisión y expresividad

1.4. Neutralidad

1.5. Pluralismo

1.6. Corrección de textos

2. Normas de estilo

1. Principios generales

Mundo Diners es una publicación mensual de Dinediciones y está en el mercado desde 1981.

Mundo Diners es una revista cultural y, en tal virtud, su interés principal está centrado en los temas relativos a las artes plásticas, literatura, artes escénicas, cine, música, sin que por eso deje de lado asuntos de interés relacionados con el convivir social en sus distintas manifestaciones, como historia, gastronomía, vestuario, prácticas deportivas, sexualidad, humor, tradiciones, quehacer político, interacción con el medio, religión, tecnología, sicología. De ninguna manera su lectura es apta solo para especialistas, sino que procura que cualquier tema tratado despierte suficiente interés en todos sus lectores.

Aunque muchos de esos lectores tienen una buena formación general y humanística, cuando ellos leen *Mundo Diners* quieren ilustrarse, completar su conocimiento de la realidad ecuatoriana y mundial, descubrir nuevos ángulos, ponerse al día con lo sucedido en el mundo. Los artículos de *Mundo Diners* van a un receptor múltiple y heterogéneo; por tanto, tiene que usar con eficacia los códigos informativo-comunicativos del texto escrito (texto y diseño).

1.1. Los artículos

Los artículos de *Mundo Diners* serán escritos con estilo original, vívido, vibrante, que despierte y sostenga el **interés** del lector. Por cuanto privilegia los géneros periodísticos de crónica, reportaje, entrevista y opinión, no establece las reglas usuales en el estilo periodístico y, por lo tanto, no se aplican los principios construcción piramidal sino que deja librada la redacción al estilo de sus colaboradores.

En la convicción de que para despertar el interés de los lectores no hay fórmulas mágicas, a lo largo de la historia del periodismo, se han identificado unos cuantos factores que despiertan más interés en las lecturas de diarios y revistas, y que son, en orden alfabético, los siguientes:

- Actualidad
- Conflicto
- Expectación
- Hazaña
- Humorismo
- Magnitud
- Progreso (científico, económico)
- Prominencia (de personas, de lugares, de animales)
- Proximidad
- Rareza
- Trascendencia

Si es que se utilizan esos factores, habrá interés. Una historia en que se narra que todo

está bien, y que el futuro también es bueno y maravilloso, tiene muy poco interés. El periodista debe buscar en esa historia la actualidad, la expectativa, el conflicto, mediante la interpretación personal de un hecho, de una obra de arte, de un libro, de una película, de una obra de teatro. Siempre ayuda y, especialmente, en un campo en que se está a la caza de pistas y modelos de comportamiento, el lado humano, las historias de vida, los fracasos y los triunfos. Si aún así sigue sin tener una historia interesante, tal vez la salve el humorismo. Si nada de esto funciona, ¡tire su historia a la basura, pues no sirve para nada!

Lo esencial del artículo periodístico es ponerse en el plan de narrar una historia. El artículo de *Mundo Diners*, por lo tanto, no es un tratado ni una disquisición filosófica. Es, sobre todo y ante todo, una **historia**.

1.2. Utilidad

Por más interesantes que sean los artículos de la revista no serán suficientes para sostenerla a largo plazo: para que los lectores quieran tenerla, *necesiten vitalmente* leerla, *Mundo Diners* tiene que proporcionarles algo que no le da ninguna otra fuente noticiosa, sea revista o periódico.

Cómo lograr que esta revista sea interesante y útil es el interrogante que cada mes se hacen los periodistas, editores, colaboradores y directivos de esta publicación. La revista procura en cada número hacer la mejor combinación de artículos para que el lector pueda abrir variadas puertas y encuentre en cada edición la mayor cantidad de cosas relevantes, interesantes y útiles (y los editores no se decepcionan por el hecho de que es casi imposible lograr que un lector se sienta atraído por *todos* los artículos).

1.3. Claridad, concisión y expresividad

Dando por supuesta la corrección gramatical y sintáctica, que es fundamental y de lo que no puede tratarse en un manual de estilo, la redacción de los artículos para *Mundo Diners* deberá alcanzar aquellas especiales calidades del estilo que aseguran a un texto su eficacia.

Los tratadistas reducen esas calidades a tres: claridad, concisión y expresividad.

Escribir con **claridad** es hacerlo de modo que lo escrito se lea con facilidad, que nada esté oscuro ni sea innecesariamente difícil o arduo.^[1] Las palabras adecuadas, la redacción clara, ordenada y coherente, la construcción gramatical correcta, sin exceso de frases subordinadas y, sobre todo, el verbo principal colocado de manera que permita la comprensión inmediata de la frase permiten que el texto se vuelva una herramienta eficaz de comunicación.

Con miras a ese mismo objetivo, de comunicar bien, es preferible usar oraciones simples a usar las que incluyen varias subordinadas, que oscurecen el sentido y exigen

^[1] Rodríguez Castelo, Hernán, *Cómo escribir bien*, Quito, Corporación Editora Nacional, 1993, pág. 25.

esfuerzos extraordinarios del lector. Los incisivos y el hipérbaton rompen la continuidad de la frase y solo deben ser usados cuando no desorienten al lector.

Cada vez que se use un término técnico o poco frecuente, se debe explicar su significado. El uso de tecnicismos o términos de argots profesionales no explicados reflejan la incapacidad del articulista para entender y comunicar una realidad compleja. Se debe llamar las cosas por su nombre, sin caer en los eufemismos impuestos por determinados grupos.

Escribir con **conciación** es hacerlo de modo que se digan las cosas exactamente y con la mayor propiedad verbal; sin nada vago o impreciso.^[2] Un defecto muy latinoamericano es creer que la belleza de la frase reside en la retórica y en la superabundancia de palabras altisonantes. Esto atenta contra la eficacia de la comunicación. En cambio, la comunicación eficaz se hace con economía de medios: las palabras exactas que se requieren para comprender, pero sin minuciosidades o adornos engorrosos. Esto implica, por lo tanto, precisión en el uso de términos, rigor en las expresiones (debe evitarse el uso de términos como “varios”, “algunos”, “numerosos” y sustituirlos por datos concretos), avaricia en el uso de verbos en potencial (que llevan a sectores interesados a especular en el alcance de la noticia o el análisis). Todo lo que puede ser dicho en una frase no debe ser dicho en dos. La precisión y el rigor llevan a la claridad y a la concisión reclamadas.

En *Mundo Diners*, como en muchos medios modernos, se escribe con medidas exactas, “al centímetro”. Esto no quiere decir, por supuesto, que por ello se sacrifique la elegancia de la frase o que se admita un estilo simplón o telegráfico.

Escribir con **expresividad** es hacerlo sin monotonía, con interés, con emoción, con vitalidad y dinamismo, con concreción y plasticidad, con originalidad e ingenio, con vigor.^[3] *Mundo Diners* aborrece la monotonía, la sequedad, la falta de vida, la abstracción excesiva, la falta de color, la ordinarietà intelectual. Para eso hay que usar comparaciones (son muy buenas aquellas comparaciones con la vida cotidiana), incluso metáforas (breves, al paso), efectos narrativos, imágenes, descripciones. Las imprecaciones o las interrogaciones, propias más del discurso hablado, no deben usarse sino cuando se tenga total dominio de la redacción periodística.

Ser expresivo significa, también, huir de la monotonía. Por ello hay que variar la estructura de las frases —la forma, el orden y los elementos de cada oración— para que el lector no se encuentre con un paisaje yermo, aburrido, o con una pared de ladrillos (las frases) exactamente iguales entre sí.

1.4. Neutralidad

Los cronistas y articulistas de *Mundo Diners* pueden ser protagonistas de la información: su opinión, su presencia, sus anécdotas personales, incluso los trabajos que hayan pasado para obtener la información pueden ser del interés de los lectores de la

^[2] *Ibidem*, pág. 26.

^[3] *Loc. cit.*

revista. Por ello, no necesariamente deben permanecer al margen de lo que cuentan (de allí la posibilidad de usar la primera persona o la tercera).

Mundo Diners puede pedir artículos de opinión a personas calificadas. Serán artículos firmados e identificados claramente con el cintillo de “Opinión”.

Mundo Diners por definición es una revista de interés general que no se adscribe en ninguna ideología o partido político concreto, aunque está comprometida con el desarrollo del Ecuador, el progreso de toda la sociedad y la eliminación de la injusticia.

La neutralidad no significa, tampoco, que no se pueda criticar una política, una decisión, un funcionario, una situación. Olival Costa, fundador de la *Folha de São Paulo*, decía que “la función de la prensa es informar. Pero informar no es solo dar noticias; es, al mismo tiempo, seleccionar y orientar. En el esfuerzo de seleccionar se halla subentendida la obligación de criticar”.

No existe objetividad en periodismo. Al escoger un texto, al escribirlo o al editarlo, el periodista toma una serie de decisiones que son en gran medida subjetivas y que están influenciadas por sus posiciones personales, sus hábitos y sus emociones.

Esto no exime, sin embargo, de la obligación de procurar ser lo más objetivo posible. Para retratar los hechos con fidelidad, para reflejar sus circunstancias y repercusiones, para analizar sus causas y consecuencias, el articulista de *Mundo Diners* debe verlos con la distancia, con frialdad, lo que no significa apatía o desinterés.

1.5. Pluralismo

En una sociedad compleja y diversa como la ecuatoriana, cada cosa es objeto de interpretaciones divergentes cuando no antagónicas. *Mundo Diners* se propone reflejar esa pluralidad de puntos de vista y asegurar el acceso del lector al espectro ideológico de la sociedad en que vive. Por eso, *Mundo Diners* no se casa con nadie, ni aunque se trate de corrientes hegemónicas en el pensamiento de cierto sector político, social o económico.

Su compromiso con el pluralismo debe manifestarse en la elaboración de pautas y encargos de artículos, la realización de polémicas, la ejecución de análisis y la propia edición.

1.6. Corrección de textos

Es obviamente una parte muy importante de la revista. Se debe corregir lo que se ve y lo que no se ve, no solamente errores gramaticales, de tipeo, de puntuación, de ortografía, conjugación de verbos, escritura correcta de nombres de personas e instituciones; sino también omisiones, repeticiones; estilos, fuentes, sangrías, espacios, interlineados, centrados; además, se debe observar la parte gráfica: fotografías, ilustraciones, cuadros y gráficos. La corrección en la revista GESTIÓN sigue básicamente las reglas que dispone la Real Academia Española (RAE), pero también acepta americanismos, ecuatorianismos y expresiones del habla coloquial, de acuerdo con el tema tratado.

Sus herramientas básicas son las siguientes:

- *Diccionario de la lengua española* (última edición de la RAE).
- *Diccionario panhispánico de dudas* (última edición de la RAE).
- *Ortografía de la lengua española* (última edición de la RAE).
- *Nueva gramática de la lengua española* (última edición de la RAE).
- *El habla del Ecuador* de Carlos Joaquín Córdova (última edición).
- *Diccionario del uso correcto del español en el Ecuador* de Susana Cordero de Espinosa (última edición).

2. Normas de estilo

Antetítulo: Para aclarar, limitar o completar el alcance del título, *Mundo Diners* puede utilizar antetítulos. Se trata de una frase independiente y, por lo tanto, debe evitarse que —aunque no lleva punto final— forme una sola oración con el título principal. El antetítulo, al igual que el título, debe ser informativo e impactante.

Cierre: No por tratarse de una revista mensual las fechas de cierre dejan de tener importancia. El flujo de la entrega de originales, su edición, diagramación, corrección de pruebas y versión definitiva para imprenta depende de la coordinación de la revista y sus normas y plazos serán estrictamente respetados.

Créditos: La revista señala claramente el nombre del autor y del fotógrafo o ilustrador. En caso de que las fotos interiores fuesen de otro fotógrafo su nombre va escrito junto a la fotografía con el signo de derecho de autor y el año correspondiente. Los créditos gráficos de la portada van en la página del índice.

Cursivas: Se emplean para citar títulos de libros, revistas o periódicos, además de usarse para enfatizar y, aunque muy excepcionalmente, para ironizar. También se usan para los extranjerismos.

Edición: Editar es revisar un texto y hacer en él las modificaciones apropiadas para preservar la corrección ortográfica, gramatical y sintáctica; mejorar la claridad, concisión y expresividad; unificar la presentación externa, y potenciar periodísticamente un texto y dejarlo del tamaño adecuado y posible. La edición es un derecho irrenunciable de un medio de comunicación moderno. Editores con muchos años de práctica coinciden en afirmar que quienes escriben muy bien, con seguridad, elegancia y eficacia, no temen ser editados, mientras que, por el contrario, quienes peor escriben son quienes más protestan y más belicosamente rechazan cualquier cambio en su ‘sacrosanto texto’.

Quienes escriben profesionalmente (periodistas) saben la función del editor y la respetan, pero se les hace difícil aceptar a quienes confeccionan excepcionalmente un artículo. Finalmente, como dicen los letreros de los aeropuertos: “Usted puede rechazar ser inspeccionado, pero si no es inspeccionado no sube al avión”, es decir: un autor

puede rechazar que su artículo sea editado, pero si no lo es, su artículo no aparecerá en la revista.

Sin embargo, si los cambios son relevantes y pueden modificar el sentido del artículo, el editor se comunicará con el autor y lo consultará, a fin de que el texto sea publicado con su autorización.

Encabezamiento: Encabezamiento es el inicio de un artículo (equivale al *lead* de la escuela periodística angloparlante). En la revista se usan dos tipos de encabezamientos: con *entradas* y normales. El encabezamiento o *lead* de un artículo debe atrapar al lector.

Entradilla: Se llama así a los encabezamientos que se destacan gráficamente mediante el uso de letras cursivas o en puntaje más grande que el ordinario. En estricto sentido, la entrada no elimina el *lead* o encabezamiento noticioso, pues, a veces, la entrada es más una explicación sobre los alcances y motivos de la nota que un *lead* periodístico. Sin embargo, a veces puede reemplazarlo, dependiendo del planteamiento. La entrada es decidida por el editor o sugerida por el autor.

Entrega: La entrega de artículos a *Mundo Diners* debe realizarse en la fecha señalada por la coordinación de la revista, por correo electrónico. Adicionalmente debe informarse si es necesario tomar fotografías a entrevistados, procesos o lugares.

Extensión: La extensión de los artículos está relacionada directamente al tema y al tipo de artículo. Por lo general, la *Entrevista* debe ocupar de cinco a siete páginas. La extensión se mide en número de caracteres, de acuerdo con las siguientes equivalencias para el programa *Word for Windows*:

<i>Páginas</i>	<i>Caracteres</i>
Una	3.500
Dos	7.000
Tres	10.500
Cuatro	14.000
Cinco	17.500

Firma: Los artículos de *Mundo Diners* van, por lo general, firmados. La firma debe aparecer enseguida del título, con el nombre del autor, que será escrito como lo disponga el autor. Por política editorial, cada autor solo puede firmar un artículo en cada número. Si escribe dos o más, será el autor quien escoja cuál de ellos irá firmado y cuál irá solo con sus iniciales, que constarán al final del texto.

Ganchos: Se llaman así a los textos destacados en alto puntaje que la diagramación introduce en un artículo para aliviar el gris o porque sobra el espacio. También pueden planificarse con anticipación, pero su inclusión definitiva dependerá de la diagramación final.

Los ganchos tienen como objetivo atrapar la atención del lector, es decir, darle más razones para leer el artículo. El gancho, entonces, puede resumir una parte o todo el artículo, o puede entresacar una cita o alguna parte especialmente interesante del texto de la página en que va el gancho.

Hora: Siguiendo la norma del INEN, *Mundo Diners* expresa las horas con el reloj de 24 horas. Cuando menciona los minutos, los escribe pegados en la misma palabra que las horas, tras dos puntos como señala la Real Academia Española. Ejemplo: 14:35. No debe emplearse *m* para significar minuto (*m* es abreviatura de metro). Para el caso de describir la duración de algún acontecimiento, las horas seguirán el principio de estilo de los números. Ejemplo: *La conferencia, a pesar de que duró dos horas y 40 minutos, atrapó el interés de los asistentes.*

Ilustraciones: El autor deberá acompañar a sus artículos sugerencias gráficas.

Índice: En la tercera página derecha, *Mundo Diners* publica el índice del número. Constan los títulos de todos los artículos, con su autor y la página respectiva, debajo del nombre de cada sección fija.

Intertítulos: La revista puede utilizar intertítulos, intercalándolos en sus textos, para alivianarlos y organizar la lectura. Deben ser muy cortos (preferiblemente dos palabras).

Investigación: Si toda noticia de prensa merece ser investigada, el carácter propio y la frecuencia de *Mundo Diners* le obligan a que todos sus artículos sean resultado de una investigación periodística seria. Por ello es imperdonable que sus colaboradores simplemente copien material de otras fuentes. Aunque se tratara de material exclusivo, el respeto propio del periodista debe impedir que se le confunda con un mecanógrafo. Por lo tanto, debe contactar a las fuentes y extraer de ellas la información más completa, valiosa y precisa; verificar cuidadosamente sus informaciones; no desmayar ante la primera dificultad, y presentar el conjunto de sus hallazgos en un artículo claro, conciso, emotivo y veraz.

Invitaciones: *Mundo Diners* acepta invitaciones hechas a sus periodistas para viajes. Las invitaciones pueden ser de instituciones, Gobiernos, personalidades políticas, empresarios, etc. Pero es norma de *Mundo Diners* no esconder a sus lectores que el periodista viaja invitado, con estadía pagada y por quién. Procedimiento análogo, en el sentido de no ocultar nada al lector, es adoptado en casos de textos cuya producción resultó de invitaciones para espectáculos o eventos festivos.

Mundo Diners también acepta invitaciones para que sus periodistas visiten ciudades, provincias, estados, países, empresas industriales, agrícolas o culturales, sin que tengan la obligación de producir textos sobre la visita. No se aceptan, por tanto, invitaciones que tengan como contrapartida la obligación de publicar textos a propósito del viaje.

Mapa: Es de *Mundo Diners* el diagrama de colocación del contenido general y la publicidad. Su elaboración corresponde a la coordinación de la revista, en acuerdo con la gerencia comercial de Dinediciones que entregará por escrito y en fecha determinada los espacios comerciales a ser colocados. En caso de que deban ser colocados espacios de media página o formatos especiales, este particular debe ser informado con anticipación para prever estos espacios mientras se diseñan los artículos.

Mayúsculas: La revista utiliza el mínimo de mayúsculas y solo las aplica cuando designan un nombre propio, tal como señala la Real Academia Española.

* Hay una tendencia a creer que, por poner con mayúscula, lo designado es más importante. También, como dicen algunos tratadistas, muchos emplean mayúsculas como signo de respeto. *Mundo Diners* no cree que el respeto se manifieste en las mayúsculas, así que cuando no se trata de nombres propios usa minúsculas.

* Hay quienes para destacar la palabra clave del artículo la escriben completa en mayúsculas. Si es necesario destacar una palabra se emplea cursivas (itálicas) o negritas.

Medidas: Se utiliza el sistema métrico decimal (en el caso de que haya medidas distintas, por ejemplo, en caso de noticias provenientes de Estados Unidos, debe indicarse la equivalencia).

Las unidades de medida se mencionarán con todas sus letras la primera vez que ocurran en el artículo, pero posteriormente se deberá citar solo por su símbolo, la cual se escribirá en singular, sin punto, tal cual indica la Real Academia Española (237 km, 24 ha).

Cuando se desee resaltar la importancia de una determinada magnitud, conviene establecer referencias comparativas.

Monedas: La unidad monetaria se escribe solamente con su signo convencional; por ejemplo: S/. 528.945, \$ 47, etc. Cuando se trate de monedas de otros países, se escribirá el nombre completo de la unidad monetaria y se traducirán, en todos los casos, a dólares de Estados Unidos.

Números: Los números se citan así:

*de uno a veintinueve, con **letras**.

*de 30 a 999.999 con **números**.

*de 1 millón en adelante, las unidades, decenas, centenas y miles en **números** y los millones en **letras** (por ejemplo 327.120 millones). Sin embargo, cuando sea importante citar la cifra exacta, todo irá en números, ejemplo: 2'134.127 votantes.

Pie de foto: La foto es un recurso muy importante de la revista (que siempre pone mucho énfasis en su calidad gráfica) y debe ser lo más periodística posible, y estar muy relacionada al texto que ilustra. El pie debe relacionar la imagen con el texto del artículo. Si hay varios personajes, debe identificarlos de izquierda a derecha.

Rectificaciones: Conforme al principio constitucional, *Mundo Diners* ofrece a sus lectores la posibilidad de rectificar hechos erradamente presentados por la revista, en el espacio adecuado. Tiene también el deber de investigar si la información publicada era correcta o no y comunicárselo a sus lectores.

Recuadros: Tienen dos funciones: destacar una parte del artículo que por su interés merece ser tratado aparte o entresacar párrafos para que pueda ser consultado por quien sienta especial atracción para ello. También puede deberse a que el texto principal es demasiado largo y, por razones de concepción editorial y de diseño, se lo divide con uno o más recuadros. Por lo general, el recuadro completa, comenta o interpreta el texto principal.

Secciones fijas: Son una parte de la revista que aparecen siempre. Entre ellas están las siguientes:

- **Entrevista:** La sección *Entrevista* es uno de los pilares de *Mundo Diners*. Se trata de una conversación más bien amigable con un personaje seleccionado por su trayectoria y sus logros, para que este, al mismo tiempo que cuenta los pasajes de su vida, realice las reflexiones que crea necesarias. No es, por tanto, un diálogo sobre asuntos coyunturales (aunque estos pueden ser tocados tangencialmente) y, por eso mismo, su tono es más bien informal.

Deberán observarse las siguientes reglas con los entrevistados:

- * El periodista no se comprometerá con los entrevistados o sus asistentes a enviar el artículo para revisión. *Mundo Diners* no acepta esta práctica, ya que es contraria a la dignidad de sus periodistas y a la calidad de la revista.

- * El periodista no se comprometerá a que el artículo aparezca en un número determinado. Por razones de programación, el artículo puede ser postergado y el periodista quedará mal.

- * Deberá acudir a las entrevistas con la credencial de *Mundo Diners* (si se la necesita, solicitarla a la coordinación) y con el número de ese mes de la revista para entregarla al entrevistado como cortesía, si es que no lo tiene ya.

- * Para prestigiar a la revista y completar el círculo de buena voluntad, el periodista tiene la obligación de llevar personalmente o, al menos, enviar a los entrevistados un ejemplar del número en que aparecieron sus opiniones.

- * El periodista deberá procurar que los entrevistados entreguen las fotos que se requieran para publicar en la revista. El periodista deberá anticipar al entrevistado que un fotógrafo de la revista le pedirá audiencia para tomarle fotos actuales, avisar a la coordinación de la revista y coordinar la visita del fotógrafo al entrevistado.

- **Cartas de los lectores:** Es la sección destinada a reproducir cartas de los lectores, sean estas favorables o no al contenido de la revista o a un artículo en concreto. Por otro lado, la revista acepta como errores los que lo son y los rectifica.

- **Carta del editor:** Cada número se abre con una presentación escrita por el editor. Se la escribe cuando está listo todo el material, pues va en la última entrega. Por lo general, describe en tono coloquial lo más importante del número.

- **Galería:** Es un análisis sobre la trayectoria de un creador plástico, sea este pintor, escultor, fotógrafo, diseñador.

- **Ojo en la hoja:** Comentarios sobre libros de actualidad, preferentemente novelas, cuentos, biografías, poesía, historia, con la firma de un especialista.

- **Humor:** Tratado en columnas o en caricaturas y dibujos.

- **Bienestar:** Consejos y novedades sobre diversos aspectos que marcan la tendencia en la vida diaria: estilos de vida saludables, alimentación, cuerpo, hábitos de consumo, etc.

- **Viaje:** Crónica sobre lugares poco conocidos o presentación de lados ocultos de ciudades, sitios, parajes cuya revelación es tan útil como sorprendente.

- **Política internacional:** Sección de análisis sobre la situación de un país, una región o un líder de gravitante presencia en el mundo.
- **Cine y televisión:** Comentarios, crónicas o entrevistas.
- **Música:** Comentarios, crónicas o entrevistas.
- **Perfil:** De algún personaje nacional o internacional.
- **Espectáculo:** Puestas en escena y/o manifestaciones culturales o artísticas.
- **Cronos:** Hechos históricos y aniversarios de personajes o acontecimientos de relevancia mundial.
- **Revolución:** Los inventos más importantes de la humanidad trazando un paralelo entre el primer invento y su evolución hasta nuestros días y, en algunos casos, sus aplicaciones en la vida diaria.
- **Link:** Novedades de ciencia y tecnología.
- **Infografía:** Descripción y despliegue gráfico de diversos hechos o información.
- **Álbum:** Perfiles, estilos de vida o asuntos de interés sobre celebridades del arte, la música, el cine, la moda, el deporte, etc., así como temas de relevancia histórica.
- **Sexo:** Relaciones de pareja y sexualidad a partir de estudios, libros, opiniones expertos o tendencias de la vida moderna.
- **Salud:** Prevención y tratamiento de dolencias y novedades científicas y médicas.
- **Destino:** Tema turístico relacionado a sitios nacionales o internacionales.
- **Diseño:** Temas de interés sobre el diseño en todas sus manifestaciones, por ejemplo, gráfico, arquitectónico, accesorios, materiales y decoración.
- **Cocina:** Notas sobre el origen de los alimentos y su uso en la gastronomía.

Siglas: La primera vez que se menciona en un artículo nombres de organismos o entidades, así como conceptos económicos o técnicos que normalmente se citan por sus siglas, siempre que vaya a utilizarse más de una vez en el texto, se escribirá el nombre completo seguido de las siglas entre paréntesis. Posteriormente se citará el organismo o concepto solamente por sus siglas.

Siempre que la palabra resultante sea de cuatro letras o menos, las siglas irán con mayúsculas. Si están compuestas de cinco letras o más, irán como nombre propio (la primera en mayúscula y las demás con minúsculas). Las siglas no tienen plural: es incorrecto decir las ONGs y peor usar el apóstrofe inglés: ONG's. Debe escribirse: las ONG.

Tratamientos: *Mundo Diners* no utiliza tratamientos de respeto a sus entrevistados o personajes citados, tales como “señor” o “don”, o sus equivalentes femeninos, delante de nombres y apellidos. Esta restricción comprende también los tratamientos en idiomas extranjeros (*mister, monsieur, etc.*), los superlativos jerárquicos de la Iglesia o la diplomacia (eminentísimo, excelentísimo) y el posesivo de la milicia, la realeza o la iglesia (mi general, su majestad, su reverencia). Solo respeta los tratamientos o cargos en los nombres de personajes de ficción (ejemplo: *don Quijote*).

La primera vez que en un artículo se menciona al entrevistado se da su nombre de pila, su apellido (el segundo apellido, solo en casos que pueda haber confusión), y el cargo completo que desempeña, por conocido que este sea. El nombre y apellido se escribirán siempre de manera correcta en su idioma original.

En cuanto a los títulos académicos, es preferible eliminarlos, a no ser que el entrevistado insista en su uso, y en ese caso se lo mencionará una sola vez, al identificar al personaje. En todo caso, si es que quiere precisarse de quien se trata, es más periodístico poner la profesión después del nombre.