

# Manual de estilo



Uso del *hashtag*  
Uso de mayúsculas  
Tilde diacrítica  
Dudas más comunes



Estuardo Monge



Este obra está bajo una [licencia de Creative Commons Reconocimiento-  
NoComercial-CompartirIgual 4.0  
Internacional](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Qué es el manual de estilo	5
Cuál es objetivo del MdE	5
Cuál será el resultado de la aplicación estricta del MdE	5
<b>Consideraciones generales</b>	<b>6</b>
<b>Los criterios del MdE</b>	<b>9</b>
<b>Alcances del MdE</b>	<b>10</b>
<b>Criterios generales para redacción de post</b>	<b>13</b>
Lo normativo de la lengua	13
Uso coloquial o expresivo	14
Uso de extranjerismos	14
Recursos para la expresividad y la reactividad	15
Creatividad, el estandarte	15
Recursos gráficos y empleo de la ortotipografía en imágenes	16
Uso del hashtag	17
<b>Dudas frecuentes en el uso del español</b>	<b>18</b>
Homófonas	18
Prefijos	23
Mayúsculas y minúsculas	24
Tilde diacrítica	34
La historia de un prefijo incomprendido	40
Preposiciones	42
Verbos Comodines	43

# Manual de estilo

## Qué es el manual de estilo

El manual de estilo —MdE en adelante— es una guía compuesta de criterios generales

preceptuados para la redacción de contenidos destinados a redes sociales, blogs, páginas web, *landingpage*, etc. como para el diseño gráfico de posts, infografías y otro tipo de recursos audiovisuales que impliquen comunicación escrita.

## Cuál es objetivo del MdE

El principal objetivo del MdE es el de dotar a la Dirección de Comunicación Social criterios homogéneos y consistentes para la publicación de los contenidos.

## Cuál será el resultado de la aplicación estricta del MdE

La estricta aplicación del MdE proporcionará uniformidad en el estilo, de criterios y de formato a los documentos elaborados por los departamentos de redactores y reporteros de la Dirección de Comunicación Social.

# Consideraciones generales

## Comunicación directa

Desde la óptica de la comunicación corporativa es necesario garantizar la coherencia de los mensajes transmitidos, en cualquiera de los canales establecidos para ello, con los valores

institucionales de la Procuraduría de los Derechos Humanos.

Por tanto, la comunicación escrita en las redes sociales debe corresponder a los valores de eficiencia, confianza y efectividad propios, y a las exigencias particulares de cada red social en la que participamos. Además, es indispensable aplicar la estrategia de comunicación digital de cada una de las cuentas.

Para lograr que nuestra comunicación sea directa y efectiva es necesario que todos los involucrados en el proceso de redacción y de control de calidad estén conscientes de su participación en el proceso de creación de los contenidos como de la estrategia de comunicación digital.

Por comunicación directa diremos que es aquella que produce una relación interpersonal entre nuestras marcas y sus seguidores. Para ello, en forma complementaria, se apoyará en los nuevos códigos de expresión e interacción (*hashtags*, emoticones, *emojis*, GIF, etc.).

A pesar de que la interacción entre nuestras marcas y sus comunidades no es personal, en términos formales, la inmediatez de las respuestas a los comentarios, opiniones y demás formas de interactuar deberán apegarse lo máximo posible a la idea de instantaneidad, pues el usuario siente la necesidad de ser atendido pronto.

## Interacción, premisa fundamental

La comunicación dirigida a los distintos grupos objetivos no debe centrarse únicamente en el mensaje en sí, sino que debe provocar en el usuario la idea de que está actuando libremente.

La interacción será lograda si somos capaces de hacer que nuestros lectores participen voluntariamente y que perciban que satisfacemos sus necesidades.

Es muy importante lograr una conexión emocional con nuestras audiencias y lograr el objetivo de la marca. Por lo tanto se requiere habilidades creativas, técnicas propias del nicho como storytelling, tendencias, promociones de la marca y de cualquier recurso audiovisual que se adecúe perfectamente al objetivo de la marca.

## De todos para todos

La comunicación directa e eficaz y la interacción serán logradas solo si todos trabajamos en equipo y enfocados en un mismo objetivo.

# Los criterios del MdE

## Observancia de la gramática actual

El cuidado de la redacción es una responsabilidad de todo el equipo y esta debe observarse desde el momento en que se generan las ideas hasta la revisión del control de calidad. De manera que en cada momento de la línea de producción de posts para redes sociales, blogs, GIF, infografías, videos, páginas web, etc. la ortografía española será prioridad.

## Contextualización de la escritura

La escritura en las redes sociales deberá aprovechar, de la mejor manera posible, las nuevas formas de interacción entre usuarios y las nuevas formas de expresión de emociones y reacciones. Para el efecto, se recomienda que el uso de *hashtag*, emoticones y *emojis* favorezcan la inteligibilidad del mensaje y se abstengan de usarlos cuando el uso de estos provoque ambigüedad.

## Tropicalización del mensaje

El SMM debe vigilar constantemente a quién va a dirigir su mensaje. Por tal razón, debe garantizar que la escritura estará adaptada a las necesidades culturales de la comunidad a la que

se expone. La tropicalización del mensaje debe ser una tarea compartida entre el SMM, el diseñador gráfico y el copy, de manera que el conocimiento de la estrategia de comunicación digital debe ser del conocimiento de todo el equipo, para que en el proceso de producción se disponga de toda la información posible de la marca y gustos del cliente y no se omitan detalles que puedan provocar reacciones negativas por parte de la audiencia.

## Auditoría personal

Cada uno de los involucrados en el proceso de producción de contenidos para redes sociales y blogs, desde la concepción de la idea hasta su realización y publicación, tienen la obligación moral y ética de revisar, las veces que sea necesario, la ortografía de su redacción. En caso de que exista alguna duda sobre el uso correcto o aceptado de determinada terminología se recomienda hacer las consultas necesarias al copy o investigar por cuenta propia, antes de tomar cualquier decisión.

## Alcances del MdE

### Identificar buenas prácticas y estandarizarlas

Agrupar en un solo conjunto ordenado y coherente aquellas acciones que han ayudado a mejorar la



calidad lingüística de los mensajes publicados en las redes sociales de nuestros clientes.

## Establecer criterios

Institucionalizar todas aquellas prácticas cotidianas que regulan la actividad del SMM, sea por costumbre o recomendación, pero que todavía no han sido formalizadas, ayudará a enriquecer las normas del presente manual y a su actualización constante. Entre los criterios que es necesario fijar están: el uso normativo de la lengua, uso coloquial o expresivo de la lengua (modismos, refranes, máximas...) uso de extranjerismos, uso de *hashtags*, emoticones y *emojis*, composición gráfica y recursos gráficos, empleo de la ortotipografía en imágenes.

## Control de calidad

Ayudar a reducir la cantidad de faltas ortográficas (desde el inicio del proceso de producción hasta la carga en la Appsocial) mediante el desarrollo de las competencias lingüísticas de los SMM, diseñadores gráficos y ejecutivos. Para el efecto se proponen los siguientes niveles para el control de calidad:

**Calidad de redacción:** Es la base para garantizar una escritura clara y breve.

**Calidad de edición:** Es la correcta aplicación del MdE (o normas vigentes) a los textos escritos.

**Calidad de revisión:** Entendida como la capacidad de observar el detalle y de no permitir fallas. Sin embargo, en consonancia

con la necesidad de fijar criterios, algunas veces será necesario privilegiar la composición del diseño o la expresión popular del idioma por encima de la norma ortográfica.

## Desarrollo de competencias

Impulsar las competencias lingüísticas ayudarán a los SMM, generadores de contenido, diseñadores gráficos y ejecutivos a redactar mejor y a hacer observaciones oportunas. Por competencias lingüísticas entenderemos:

1. Capacidad de redactar mensajes totalmente inteligibles.  
Capacidad de aplicar las normas ortográficas vigentes.  
Capacidad de escribir limpio (sin `teclazos', espacios dobles, palabras incompletas o ausentes, etc.).  
Capacidad de ser autocríticos.  
Capacidad de hacer investigación lingüística.

Además de las competencias lingüísticas, se propone que el SMM y generador de contenido, diseñadores y ejecutivos también:

Mejoren su tiempo de escritura  
Se reduzca el proceso de producción  
Disponga de un método de redacción

# Criterios generales para redacción de post

Sin importar la red social de que se trate, estos criterios son de observancia general y obligada. Los criterios aquí establecidos son CRITERIOS DE LA AGENCIA y no puntos particulares, de esta manera se evita la dispersión de criterios y se garantiza la unidad de estilo.

## Lo normativo de la lengua

¿Qué es lo normativo de la lengua? Es el uso que se considera correcto en la lengua culta de una comunidad. En el caso del idioma español, la Real Academia Española es la que establece normas y señala qué usos son los más adecuados para el idioma. Por tratarse de comunicación escrita (y visual) la que se produce en esta agencia, la base normativa de este criterio es la *Ortografía de la lengua española* (2010) y la *Nueva gramática de la lengua española* (2009). Además, se cuenta con el auxilio de otras herramientas (al alcance de todos) que permiten la aplicación correcta de dicha normativa y la solución de dudas. Esas herramientas son: *Diccionario de americanismos*, *Diccionario panhispánico de dudas* y *Diccionario de la lengua española* (2014).

## Uso coloquial o expresivo

A diferencia del criterio anterior, el uso coloquial o expresivo de la lengua no está regulado por alguna institución, pero sí registrado. Este criterio permite al SMM utilizar frases, refranes y otras expresiones propias de su audiencia y que son claramente utilizadas por ellos. De manera que aunque no esté registrada en alguna gramática su uso se considera correcto, pues agrega variedad o expresividad al mensaje, llevando a la marca a sus clientes de una manera más íntima y personalizada. Se recomienda utilizar este recurso de manera razonable y debidamente justificada.

## Uso de extranjerismos

Un extranjerismo es un préstamo lingüístico no adaptado a nuestra lengua. Por lo que, en la medida de lo posible, se recomienda utilizar las expresiones propias de nuestro idioma que sean lo más cercanas posibles a la idea original del extranjerismo. Por ejemplo: cartel en lugar de *affiche*, tienda de ropa en lugar de *boutique*, comodidad en lugar de *comfort*. Pero por circunstancias relacionadas con la cultura o idiosincrasia de las audiencias en las redes sociales, el uso de extranjerismos está debidamente justificado y puede utilizarse cuando el mensaje así lo requiera y no provoque ambigüedad.

## Recursos para la expresividad y la reactividad

Por tratarse de una comunicación escrita que privilegia la originalidad, la expresividad y la inmediatez el uso de recursos visuales como emoticonos, *emojis* y *hashtags* para expresar emociones o sentimientos es totalmente válido. Por lo que se recomienda el uso de estos en la red social de la manera en que estos son más utilizados por sus usuarios. En algunas redes sociales los *hashtags* están limitados pero en otras no. Para el caso del *hashtag* este no se usará con coma (,), punto (.) ni puntos suspensivos (...). Solo admitirá el uso de signos de modalidad (interrogación y exclamación).

## Creatividad, el estandarte

Se debe evitar en la medida de lo posible que el copy se repita en la imagen y viceversa. Pues, esto evidencia poca creatividad y no se aprovecha al máximo el potencial del recurso gráfico.

Los mensajes deben ser breves, claros y originales procurando aplicar la economía del lenguaje (decir con pocas palabras lo que se piensa) y velar por la uniformidad de la voz, de manera que si la cuenta se comunica en tú, sea así en todos los posts.

## Recursos gráficos y empleo de la ortotipografía en imágenes

Dado lo popular que son los textos en las imágenes y la buena recepción de estos en las audiencias se recomienda que el texto utilizado en las imágenes de los post cumplan con los criterios de brevedad, sencillez y legibilidad. De esta manera se recomienda el uso de tipografías cuya lectura sea fácil y no se utilicen más de tres tipos de letra distintos. Sin embargo, en cuentas donde la estrategia de comunicación no sanciona el uso de muchas fuentes o especifica el uso de un determinado tipo de letra se aplicará exclusivamente a los textos de esas cuentas. Además, los diseñadores tienen a su disposición herramientas que permiten dar expresividad u originalidad a los textos por medio de cambios en el color, el tipo y el tamaño. En estos casos, se respetará la composición del diseño, siempre y cuando, no afecten la comprensión del mensaje.

Se deberá omitir el uso de signos de puntuación en textos breves, listas (como viñetas) y titulares. Además, se deberá respetar la utilización de los signos de modalidad (interrogación, exclamación, comillas) y siempre se usarán en español tanto el de apertura como de cierre. Para el uso de numerales(1., 2., 3., ...) o literales (A., B., C., ...) que acompañan listas siempre deben llevar punto y el punto se colocará sin espacio de separación entre el número o la letra, tal como se observa en los incisos. Cuando un hashtag se utiliza en las

imágenes este se usará de la misma manera que en el copy.

## Uso del hashtag

El *hashtag* tiene un lugar muy especial en las redes sociales. Es un elemento muy importante (casi imprescindible) que ayuda en la interacción y en la búsqueda de post. Por lo tanto deben tomarse en cuenta las siguientes normas para su correcta utilización.

**La forma CamelCase:** Es el estilo de escritura del hashtag. Todos los hashtag deben escribirse con este criterio ya que ayudan a la lectura de los mismos: #EscribíBien #HaceloHashtag En el CamelCase se escribe con mayúscula cada una de las palabras que conforman el *hashtag* sin importar si son, o no, nombres propios.

**Ortografía del *hashtag*:** El hashtag no solo es un etiqueta, también puede ser un elemento con contenido o mensaje. Por tal razón, siempre que se escriba un hashtag, este debe respetar la ortografía, y debe llevar las tildes correspondiente.

**Elemento de la oración:** Cuando el *hashtag* forma parte de una oración, la primera palabra que sigue al hashtag debe escribirse con letra inicial mayúscula. Pero no se usará la minúscula cuando el hashtag tenga independencia y no se relacione directamente con el texto. En estos casos el hashtag puede ir al final o al inicio: #ActitudKotex para todos tus días; #TipKotex No olvides cambiar

tus tampones cada cuatro horas y nunca te duermas con él.

## Mensajes propositivos

Dados los efectos psicológicos que producen las palabras negativas en la escritura en general, se recomienda que la escritura de los post no inicie con palabras negativas como la palabra “no” u otro tipo de construcciones cuya connotación sea negativa o de rechazo. Por lo tanto, los post deben transmitir un contenido de valor e ideas positivas desde el inicio hasta el final.

## Dudas frecuentes en el uso del español

### Homófonas

Se oyen igual, pero calzan diferente.

Ha

-Verbo haber

A

-Primera letra del abecedario español

Ah

- Pena, admiración, sorpresa o sentimientos similares

Halla

- De hallar

Haya



- De haber
- Abollar
- Hacer abolladuras
- Aboyar
- Colocar boyas en mares o ríos
- Arrollo
- De arrollar, atropellar
- Arroyo
- Pequeña corriente de agua
- Calló
- De callar
- Cayó
- De caer
- Callo
- De callar. Dureza de la piel
- Cayo
- Islote o peñasco. Accidente geográfico
- Rallar
- Desmenuzar el pan u otra cosa con el rallador
- Rayar
- Trazar rayas; tachar con rayas
  
- Valla
- Cercado de madera
- Vaya
- DE ir, se usa también como interjección.
- Había
- DE haber
- Avía
- De aviar
- Habría
- De Haber
- Abría
- De abrir
- Hacía
- De hacer

Asía

- De asir; de halar hacia sí mismo

Haremos

- De hacer

Aremos

- De arar

Haz

- De hacer

As

- Naípe de baraja

Has

- De haber

Hasta

- Preposición

Asta

- Cuerno, mástil.

Hay

- De haber

¡Ay!

- interjección que denota dolor.

Hecho

- De hacer

Echo

- De echar

Hojear

- Pasar las hojas de un libro

Ojear

- Echar una mirada rápida.

Hola

- Saludo

Ola

- movimiento del mar

Hora

- una de las horas del día

Ora

- De orar

Deshecho

- De deshacer

Desecho

- De desechar

Casa

- vivienda

Caza

- acción de cazar.

Mesa

- mueble

Meza

- De mecer.

Cauce

- Conducto por donde corre el agua

Cause

- De causar

Intensión

- Intensidad

Intención

- Propósito

Baca

- Parte superior de un carruaje

Vaca

- Hembra del toro

Baso

- Del verbo basar

Vaso

- Recipiente para líquidos

Bazo

- Viscera del cuerpo

Bello

- Hermoso

Vello

-Pelo suave que cubre el cuerpo humano.

Bidente

- De dos dientes

Vidente

- que ve; profeta.

Bienes

- Caudal, fortuna.

Vienes

- De venir

Botar

- arrojar, tirar.

Votar

- emitir el voto

Rebelar

- Levantar contra la autoridad

Revelar

- Decir un secreto.

Tuvo

- De tener.

Tubo

-Cilindro hueco.

Hierba(yerba)

- Planta

Hierva

- De hervir.

Barón

- título nobiliario

Varón

Persona del sexo masculino.

## Prefijos

Aún no han cortado el cordón umbilical.

anti-

- Te lleva la contraria, pero a veces, te echa la mano.

- Opuesto o con propiedades contrarias

archi-

-Preeminencia o superioridad, muy

ex-

-Fuera o más allá

-Sí, también cuando ella está fuera de tu corazón.

pre-

-Anterioridad local o temporal, prioridad o encarecimiento.

-Siempre llega antes...

mini-

-Pequeño, breve o corto.

-Que sea pequeño no quiere decir que no sea valioso.

extra-

-Fuera de sumamente

-Sí, está afuera, ese es su lugar.

hiper-

-Superioridad o exceso

-¡Qué exceso!

hipo-

-Debajo de o escasez de

-Ando de bajón

macro-

-Grande

-Problemón a la vista

micro-

-Muy pequeño

-¡Ay! a penas y se nota.

mega-

-Grande

-Es lo mismo que macro

nano-

- Una milmillonésima ( $10^{-9}$ ) parte

-Casi invisible.

inter-

-Entre o en medio entre varios

-Entre medios

intra-

-Dentro de, en el interior.

ultra-

-Más allá

retro-

-Hacia atrás

vice-

-En vez de

sobre-

- Superposición o adición

sub-

-Bajo o debajo de

## Mayúsculas y minúsculas

La función básica de las mayúsculas es la de distinguir el nombre propio del común.

### Introducción

Las palabras pueden escribirse con minúsculas, mayúscula inicial o enteramente con mayúsculas; no obstante, en determinados contextos —como el publicitario, el digital y el diseño gráfico— se

emplea la letra mayúscula para favorecer la legibilidad y estética del mensaje.

En lo que al uso de la diéresis (¨) y la tilde (´) se refiere, siempre se debe usarlas en las letras mayúsculas; por esa razón, las palabras escritas con letras mayúsculas deben regirse por las normas de acentuación vigentes.

La minúscula es, por el uso general, el tipo de letra ordinaria —sin uso marcado— en la escritura del español. Por tal razón, es el tipo de letra que debe utilizarse en aquellos casos en que el uso de la mayúscula no está normado.

Las funciones de la letra mayúscula son, básicamente:

- Delimitar determinados fragmentos del discurso
- Distinguir a los nombres de personas e hipocorísticos (Pepe, Checo, etc.)
- Señalar expresiones que sirven para referirse a entidades únicas
- Formar siglas
- Favorecer la legibilidad de las palabras

Casos en los que es obligado el uso de la mayúscula

- Cuando es marcada por la puntuación (punto y seguido, punto final, etc.)
- Símbolos de carácter internacional
- En las siglas y abreviaturas
- Escribir los números romanos

Además del ámbito lingüístico, la mayúscula es útil en ámbitos donde no solo es relevante el texto para transmitir el mensaje; recursos como el tipo de fuente, tamaño, color, juegos de palabras, figuras retóricas, mayúsculas injustificadas y otro tipo de transgresiones a las normas se justifican con fines expresivos y estilísticos, siempre y cuando se apliquen con sentido y medida.

Casos particulares del uso de las mayúsculas

- En publicidad y diseño gráfico
- En marcas comerciales
- Nuevas tecnologías la comunicación

Punto, dos puntos y puntos suspensivos

1. Después de punto

*Llegó temprano. Aún no había anochecido.*

2. Tras los dos puntos que cierran los subtítulos o epígrafes de un libro, artículo, etc., cuando están en una misma línea.

*La arquitectura egipcia: El elemento más característico de la...*

3. Tras los dos puntos que introducen una explicación en línea aparte

*La receta se prepara tal como se enumera a continuación:*

*Se baten los huevos y el azúcar hasta que estén a punto de...*

4. Tras los dos puntos que enumeran una lista



*En esta región se cultiva gran variedad de setas:*

- *Trompeta de los muertos: Se trata de una...*
- *Rabozuelo: Es una seta muy fácil de reconocer...*

5. Se escribe con mayúscula la primera palabra de un enunciado cuando esta reproduce un cita textual

*Y los sueños, sueños son”.*

6. Cuando los puntos suspensivos coinciden con el cierre de un enunciado la palabra que le sigue usa mayúscula

*Estuvieron con nosotros Luis, María, Nieves...  
Todos preguntaros por ti.*

7. Después de dos puntos, cuando una sola palabra da un aviso

*Atención: Copy bravo; ADVERTENCIA:  
Contiene ortografía en alto grado.*

Signos de interrogación y exclamación

8. Después de las interrogaciones o exclamaciones cuando son enunciados completos

*¿A qué andén debo dirigirme? He de tomar el Transmetro a Cenma.*

Uso de la mayúscula en nombres comunes

1. Cuando una expresión común reemplaza al nombre propio

*el Libertador, por Simón Bolívar; la Ciudad Eterna, por Roma; Mundo Nuevo, por América; El Viejo Continente, por Europa; el Maligno, por Lucifer, el Gran Arquitecto, por Dios, Virgen de Fátima, por la madre de Jesús, la Tizona, por la espada del Cid, la Siguanaba, ser mitológico de la cultura guatemalteca, el Destructor de Amistades, por Mario Kart*

2. Hipocorísticos

*Paco por Francisco, Guayo por Eduardo, Dorcas por Dolores del Carmen, Marielos por María de los Ángeles*

3. Apodos y alias

*la Faraona, el Chino, la Dama de Hierro, Ernesto "Che" Guevara, Carlos "Pescadito" Ruiz*

4. Sobrenombres

*Alfonso X el Sabio, Isabel la Católica, Jack el Destripador*

5. Seudónimos

*Azorín (José Martínez Ruíz), Pablo Neruda (Ricardo Eliécer Neftalí Reyes Basoalto), Rubén*

*Darío (Félix Rubén García Sarmiento)*

Uso de la mayúscula en nombres de personas

1. Nombres simples

*Juan Esteban Torres Saenz, María Émili Martos  
Sánchez*

2. Nombres simples unidos por la preposición “de”; o con preposición y artículo “de la”

*Juan Ramón Gómez de la Serna, Luis de  
Torres, Ernesto de Ávila, Carlos de la Colina*

3. Nombres simples unidos con artículo “la”

*Álvaro La Merced, Sofía La Vaid*

4. Cuando el apellido va sin el nombre de pila, la preposición o artículo va con mayúscula

*señor De Alvarado, señora De la Rosa, señor  
de De León, señora La Cruz, Señor La Torre*

Nombres geográficos

1. Ríos, mares, lagos, ciudades, océanos, etc.

*ciudad de Panamá, estrecho de Magallanes, el  
mar Rojo, río Polochic, el volcán de Fuego, el*

*Amazonas, los Alpes, la Patagonia, el Everest, el Pacífico, islas Canarias, América del Norte, Corea del Sur, Europa del Este*

2. Cuando el nombre no se refiere al área geográfica en sí, sino a otra realidad

*Río de la Plata, estuario formado por los ríos Panamá y Uruguay; Cabo Verde, estado soberano insular de África*

3. Artículos, sustantivos y adjetivos en los nombres de países, ciudades, aldeas, etc.

*El Salvador, La Habana, La Haya, El Cairo, Las Palmas, San Salvador, Ciudad del Cabo, Países Bajos, Islas Cook, Sierra Nevada, Selva Negra, Buenos Aires*

4. Continentes, países, regiones, lugares imaginarios

*la Arcadia, la Antártida, los Campos Elíseos, Macondo, el País de Nunca Jamás, Mordor*

5. Divisiones territoriales y de carácter administrativo

*el consejo de Amatitlán, condado Naranjo, departamento de Escuintla, la comuna de Guatemala, el municipio de Fraijanes, la región*

*Metropolitana, arquidiócesis de Los Altos, barrio La Merced*

Uso de la mayúscula en nombres de entidades

1. Organismos e instituciones

*Teatro de Bellas Artes, Departamento de Recursos Humanos, Ministerio de Cultura y Deportes; la Tricentenaria, por Universidad de San Carlos de Guatemala, el Estado, el Ejército, la Iglesia, el Gobierno, el Congreso*

2. Establecimientos culturales, comerciales y recreativos

*hotel La Buena Vida, restaurante Humo En Tus Ojos, cafetería La Esquinita, centro comercial Miraflores*

3. Establecimientos culturales, comerciales y recreativos con nombre común parte del propio

*Café Jardín, Bar Monumental, Hotel Camino Real, Museo del Prado, Parque del Retiro*

Nombres de festividades, días internacionales y tiempos especiales

1. Civiles, militares, históricas, religiosas

*Navidad, Año Nuevo, Día de la Madre, Semana Santa, la Pascua, el Ramadán*

Tratamientos

1. Profesiones

*licenciado, doctor, médico, abogado, radiólogo, endocrinólogo, cardiólogo, diseñador, editor*

2. Cargos

*magistrado, procurador, ministro, viceministro, presidente, alcalde, papa, rey, príncipe*

3. Gentilicios

*mayas, aztecas, salvadoreños, catrachos, ticos, chapines, filipinos, guatemaltecos, chinos*

Personajes de ficción

1. Literatura, cómics, novelas, radionovelas, cine

*Mafalda, personaje de ficción de Quino, Aureliano Buendía “Cien años de soledad”, Batman, Superman, Caperucita Roja, el Gato con Botas, la Ratita Presumida, el Principito, el*

*Padrino, Chita, Moby Dick, Pluto, el Pato Donald*

2. Mitología, seres religiosos

*Alá, Jehová, Kukulkán, Odín, Júpiter, Lucifer, Minerva, Polifemo, Galatea, Pegaso,*

Edificios y monumentos

1. Edificios de carácter monumental

*el Coliseo, el Partenón, La Casa Presidencial, la Casa Blanca, la Torre Eiffel, la Catedral Metropolitana,*

2. Nombre de construcciones de carácter coloquial

*estadio Cementos Progreso, la Bombonera por el estadio Alberto J. Armando del Boca Junior argentino*

3. Calles y espacios urbanos

*avenida la Reforma, bulevar Los Próceres, bulevar Liberación, plaza Central, avenida del Cementerio, la calle Real, cuesta de Villa Lobos, Diagonal 6, paseo La Sexta, plaza de la Constitución, pasaje Rubio, plazuela España, carretera a El Salvador, ruta Interamericana*

## Equipos deportivos

### 1. Nombre de equipo deportivos

*Atlético de Madrid, FC Barcelona, Club Social y Deportivo Municipal, Fútbol Club Comunicaciones*

### 2. Sobrenombre de selecciones nacionales

*la Roja, por la de España, la Naranja Mecánica, por la de Holanda, la Albiceleste, por la de Argentina, la Azul y Blanco, por la de Guatemala*

## Tilde diacrítica

### La tilde hace la diferencia

#### Introducción

Aunque nunca hayamos oído antes una palabra, existe un signo que nos permite pronunciarla correctamente cuando la escribimos. Este signo se llama tilde diacrítica, acento gráfico u ortográfico; y consiste en una rayita que siempre descende de derecha a izquierda (´) y que indica que la sílaba de la cual es parte recibe una



elevación del tono —por eso dice que esa sílaba es tónica—.

Las reglas de acentuación gráfica son el sistema y nos indican en qué casos se determina la presencia o ausencia de la tilde.

Principios de la acentuación

- En las palabras solo puede aparecer una tilde
- La tilde siempre se escribe sobre la vocal
- La forma correcta del signo de la tilde es (´)

Tipos de palabras por la posición de acento

- Agudas, aquellas que tienen el acento en la última sílaba
- Graves o llanas, las que tienen acento en la penúltima sílaba
- Esdrújulas, tienen el acento en la antepenúltima sílaba
- Sobreesdrújulas, las que tienen el acento en las sílabas anteriores a la antepenúltima sílaba

Normas de acentuación

Tipo de palabras	Norma	Ejemplo
Agudas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tildan cuando terminan en <b>n, s</b> o <b>vocal</b>, cuando no están precedidas de una consonante.</li> <li>• No se tildan cuando terminan en una consonante distinta de <b>n, s</b> o <b>ch</b>.</li> </ul>	<p>Canción, cantá, escocés</p> <p>reloj, trigal escribir, maquech, amistad.</p>
Graves	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se tildan cuando no terminan en <b>n, s</b> o <b>vocal</b>, o cuando no están precedidas de una consonante.</li> <li>• No se tildan cuando terminan en más de una consonante:</li> </ul>	<p>Árbol, césped,níquel</p> <p>minigolf, zigzags, confort, mamuts o cuando terminan en y: guirigay, convoy, virey</p>
Esdrújulas y sobreesdrújulas	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las palabras esdrújulas y sobreesdrújulas se escriben siempre con tilde.</li> </ul>	<p>Análisis, cóselo, hábitat, rápido, recítacelo.</p>

él

Pronombre personal

—quien te quitó a la novia

el

Artículo determinado

—cuando se refiere a un nombre común

tú

Pronombre personal

—con tilde cuando se refiere a una persona

tu

Adjetivo posesivo

Tuyo o tuya

—no se tilda cuando se usa para designar que algo pertenece a alguien

té

Sustantivo común

-Bebida hecha a base de hojas de té

te

Pronombre personal

—nombre de la letra t (te)

mí

Pronombre personal

—cuando se refiere a tí mismo

mi

Adjetivo posesivo

—cuando el objeto es de tu propiedad

más

Adverbio comparativo

—si expresa exceso, aumento, ampliación o superioridad

mas

Conjunción adversativa

—si se puede sustituir por pero o sino

qué

Pronombre interrogativo o exclamativo

— ¿Qué le pasó a Juan? ¡Qué alegría verte!

que

Pronombre relativo

— el que te quita el sueño... es el despertador

quién

Pronombre interrogativo referido a personas

— ¿Quién no ha “olvidado la tarea”?

quien

Pronombre relativo referido a personas

— Quien no te hace llorar, no te quiere

cuál

Pronombre interrogativo o exclamativo

— ¿Cuál de los dos te gusta más?

cual

Pronombre correlativo

— Hazlo tal cual te lo ordeno

cómo

Adverbio de modo, interrogativo o exclamativo

—¿Cómo dices que se llama?

como

Adverbio de modo

— Hazlo como te lo dice

cuanto

Pronombre relativo cantidad

—Cuanto lo escuchaban lo admiraban

cuánto

Pronombre interrogativo o exclamativo

—¿Cuánto le debo?

cuándo

Adverbio de tiempo

— ¿Cuándo fuiste a Walmart?

cuando

Conjunción de tiempo

— Cuando seas adulto me entenderás

adónde

Adverbio interrogativo

— ¿A qué lugar vamos el fin de semana?

adonde

Adverbio relativo de lugar

— El lugar adonde vamos es muy bonito

dónde

Adverbio interrogativo de lugar

—¿Dónde estamos?

donde

Adverbio relativo del lugar

—La calle donde vives.

está

Verbo

—Cuando es verbo va tildado

esta

Pronombre demostrativo

—No se tilda si se refiere a algo cercano.

súper

### Sustantivo

— Cuando se refiere al lugar donde se hacen las compras de la canasta básica o a los artículos.

### Adjetivo

— Usado después del sustantivo: gasolina súper, calidad súper, fiesta súper. Calidad superior.

super-

### Prefijo

—Soldado a la palabra cuando esta es un sustantivo, adjetivo o adverbio: superhéroe, superpapá, superhombre, supergordo, superútil, superalimentos.

## La historia de un prefijo incomprendido

Super- es un prefijo que tiene la costumbre de pegarse a las demás palabras, pero no lo hace de mala gana; simplemente lo hace para darles mayor vida.

Es, a veces, superdependiente, supercariñoso y superpegadizo, y superbién portado.

En cierta ocasión, lo tildaron de dar mal aspecto a sus amigos inseparables: los sustantivos, los adjetivos y hasta los prefijos, pero eso a él no le importa; sabe muy bien cual es su función.

Es superseguro de sí mismo.

Un día al salir de la escuela tuvo una pelea con algunos compañeros de clase y por ello prefiere

mantener cierta distancia, pero trata de no perder su amistad.

Sus amigos eran: super de moda, super a gusto, super buena onda, super en forma entre otros que prefieren poner una preposición entre ellos.

Super- es muy famoso, pues ha trabajado con palabras muy conocidas, pero siempre guardando cierta distancia.

Hace poco trabajó como super-FBI, como super-Wolverine, Superratón y hasta en la promo super-4 de un súper muy popular.

Cuando lo llegas a conocer sabes que super- es superrápido de comprender, también supermegahiper necesario y te puede hacer supersuperfeliz.

Super- siempre tiene la mente abierta y nunca se deja llevar por prejuicios.

Cierto día, nuestro prefijo amigo pensó que sería incomprendido toda la vida, hasta que conoció a súper, muy parecido a él, igual de confuso y con problemas existenciales.

A súper le molestaba que lo involucraran en cualquier lugar y que no respetaran su identidad, pues él tenía clara su vocación y sus habilidades.

Nació para representar a los súper. Su mayor satisfacción era ser parte de la fuerza que mueve al país.

Su mejor trabajo era el de identificar a la gasolina súper y se sentía orgulloso de que lo usaran para

recordar buenos momentos: “La pasé súper en la PDH”.

## Preposiciones

La función de la preposición es unir o enlazar palabras, grupos de palabras u oraciones.

Las principales preposiciones son:

a	hacia
ante	hasta
bajo	mediante
con	para
contra	por
de	según
desde	sin
durante	sobre
en	tras
entre	

Y con ellas se pueden construir frases preposicionales. La forma correcta de construirlas es como se muestra a continuación:

a base de	en lugar de
con base en	en vez de
a causa de	a favor de
a fin de	frente a,
con relación a	a fuerza de,
en relación con	a causa de
de acuerdo con	junto a
debajo de	



## Verbos Comodines

Un verbo comodín es una palabra que tiene un significado muy genérico, por lo tanto, puede producir expresiones poco precisas y variadas. Por lo que se recomienda mucha precaución al momento de redactar.

### Tener

<b>Expresiones con tener</b>	<b>Expresión más precisa</b>
tener en su poder	obrar en su poder
tener una sensación	experimentar una sensación
tener buena salud	gozar de buena salud
tener más interés	cobrar interés
tener una actividad	desarrollar una actividad
tener un cargo	desempeñar un cargo
tener la esperanza	albergar o concebir la esperanza
tener síntomas	presentar síntomas
tener una ideología	profesar una ideología
tener una postura	adoptar una postura
tener efecto	surtir efecto

tener una enfermedad	padecer una enfermedad
tener una meta	marcarse una meta
tener recursos	disponer de recursos
tener el mando	ejercer/ostentar el mando
tener un peligro/una dificultad	entrañar un peligro/una dificultad
tener un error	cometer un error/Incurrir en un error
tener gravedad	revestir gravedad
tener compromisos/obligaciones	contraer compromisos/obligaciones
tener cualidades	atesorar cualidades

### Haber

<b>Expresión con haber</b>	<b>Expresión más precisa</b>
haber silencio	reinar el silencio
haber muchas críticas	llover críticas
haber un temporal	arreciar/azotar un temporal
haber una inquietud	latir una inquietud
haber un cambio	experimentar un cambio
haber peligros	acechar peligros

haber una batalla	librarse una batalla
haber dudas/sospechas	suscitarse dudas/sospechas
haber rumores	correr rumores

### **Poner**

<b>Expresión con poner</b>	<b>Expresión más precisa</b>
Ponerse de rodillas	hincar las rodillas
Ponerse el sombrero	calarse el sombrero
Poner un centinela	apostar un centinela
Poner normas	establecer normas
Poner una placa	dedicar una placa
Poner un sello	estampar un sello
Poner atención	prestar atención
Poner una emisora	sintonizar una emisora
Poner confusión	sembrar confusión

Poner un negocio	montar un negocio
Poner la lumbre	encender la lumbre
Poner un monumento	levantar/erigir un monumento
Poner la mirada en algo/alguien	fijar la mirada en algo/alguien

### Hacer

<b>Expresión con hacer</b>	<b>Expresión más precisa</b>
Hacer maravillas	obrar maravillas
Hacer un poema/una canción	componer un poema/una canción
Hacer amistades/negociaciones	entablar amistades/negociaciones
Hacer preguntas	formular preguntas
Hacer estragos	causar estragos
Hacer muchos favores/elogios	prodigarse en favores/elogios
Hacer un viaje	emprender un viaje
Hacer un túnel	perforar un túnel
Hacer un trayecto	recorrer un trayecto