

# Guía de Estilo

## Guía de estilo para la redacción de productos de conocimiento

- El propósito al redactar es comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo. Por tanto, el estilo de redacción debe ser claro, conciso, preciso, fluido y fácilmente comprensible, a fin de captar el interés del receptor.
- Los términos empleados deben ser comunes, pero no vulgares. Cuando haya que incluir vocablos poco frecuentes —por estar en desuso o por ser excesivamente técnicos—, es preciso explicar al receptor su significado.
- Las frases deben ser cortas, con una extensión máxima aconsejable de 15 palabras. Sujeto, verbo y predicado es regla de oro. No obstante, conviene variar la longitud y estructura de las frases y los párrafos. Es una forma de mantener el interés. Cambiar la forma, el orden y los elementos de las frases resulta más importante incluso que cambiar su longitud. Repetir la misma estructura es el camino más seguro para aburrir al receptor.
- Ningún párrafo debe constar de más de 100 palabras.
- Es preferible utilizar los verbos en voz activa y en tiempo presente. Esto acerca la acción al receptor.
- Las citas o reproducciones literales de un texto irán entrecomilladas, no en cursiva. Hay que distinguir entre lo que es una cita textual y lo que es parafrasear un dicho.
- Las palabras no castellanas se escriben en cursiva, y con la acentuación, el género o los plurales que les corresponden en su idioma original. Lo anterior no aplica para frases enteras. Se recomienda no abusar de citas en lengua no castellana.
- Un texto informativo debe explicarse en sí mismo. Ha de estar concebido de manera que el receptor no necesite recordar los antecedentes para comprender la información que se le ofrece.
- Hay que ofrecer al receptor todos los datos necesarios para que comprenda el entorno de los hechos que se narran.
- Se debe evitar el uso excesivo acrónimos.

## Guía de estilo para la utilización de la marca Fomin en los productos de conocimiento

Este texto debe incorporarse en todos los productos de conocimiento realizados como parte del proyecto excepto en las Hojas de Proyecto

### USO DEL LOGO

El Fondo Multilateral de Inversiones requiere que todos los proyectos que financia mencionen su contribución en los comunicados y artículos en prensa y medios digitales, en los materiales de marketing (como folletos, banners, etc.) y en los productos de conocimiento que se producen. Los logos oficiales y aprobados por el FOMIN deben descargarse del toolkit para su uso. El logo del FOMIN debe colocarse en igualdad de condiciones y tamaño que el logo de la agencia ejecutora.

### COPYRIGHT

- Esta/e publicación, video, (poner nombre del producto de conocimiento) ha sido financiada por el proyecto (xxxx-xxxx) cofinanciado por “nombre de la agencia ejecutora” y el Fondo Multilateral de Inversiones, miembro del Grupo Banco Interamericano de Desarrollo).
- © Nombre de la “Agencia ejecutora” & Fondo Multilateral de Inversiones. Número de la edición ( por ej. Primera edición).
- Esta publicación, video, (nombre del producto de conocimiento) etc...es propiedad de “Nombre de la agencia ejecutora” & Fondo Multilateral de Inversiones. Queda permitido reproducir esta publicación (poner nombre del producto de conocimiento) parcial o totalmente, siempre y cuando se tenga consentimiento previo de “Nombre de la agencia ejecutora” & Fondo Multilateral de Inversiones y su autoría quede atribuida.
- La información y las opiniones presentadas en esta publicación, video, etc, (poner el nombre del producto de conocimiento) son las de los autores y no representan necesariamente la posición oficial del Banco Interamericano de Desarrollo.
- 



1300 New York Avenue, N.W.  
Washington, D.C. 20577, USA

T. (202) 623-1000  
F. (202) 623-3096

[www.fomin.org](http://www.fomin.org)