

# LIBRO DE ESTILO DEL DIARIO EL MUNDO

## ÍNDICE

### I. NORMAS GENERALES DE ESTILO

1. EL ESTILO DE EL MUNDO
2. LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS
3. TÉCNICAS DE REDACCIÓN
4. PROBLEMAS FRECUENTES EN LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

### II. NORMAS DE EDICIÓN

5. LA REDACCIÓN Y EDICIÓN DE EL MUNDO

### III. NORMAS DE PRÁCTICA Y ÉTICA

6. LA PRÁCTICA PROFESIONAL
8. DEONTOLOGÍA PROFESIONAL
9. LA RESPONSABILIDAD LEGAL

# PARTE I

## NORMAS GENERALES DE ESTILO

### CAPÍTULO 1 / NORMAS GENERALES DE ESTILO

#### INTRODUCCIÓN. EL ESTILO DE EL MUNDO SUS PRINCIPIOS GENERALES

El estilo de los textos de EL MUNDO debe ser claro, conciso, preciso, fluido y sencillo. Su objetivo siempre debe ser que el relato resulte fácilmente comprensible para los lectores. Se utilizarán palabras comunes, que no vulgares. Cuando sea necesario incluir términos poco frecuentes, siempre se explicará al lector su significado. Los textos periodísticos no son ni literatura creativa, ni ejercicios de taquigrafía: el buen estilo es necesario, pero siempre al servicio de la sustancia, de la noticia, y no como un fin en sí mismo.

Recordemos a Montaigne: «Me gusta un estilo sencillo y natural, que sea igual sobre el papel y en los labios».

Un texto de EL MUNDO debe distinguirse por la inclusión de elementos informativos (datos, testimonios personales, variedad de fuentes) que demuestren la aportación personal del redactor. Es importante procurar que, tratándose de asuntos que revistan complejidad o entrañen una polémica, las informaciones de EL MUNDO procedan de más de una fuente. Esta necesidad es particularmente perentoria si esa única fuente es la oficial (a menudo, una nota de prensa), sin contrastar con otra o con otras.

#### A. ORACIONES Y PÁRRAFOS

Es norma general emplear oraciones simples, separadas por punto y seguido o punto y aparte. Las oraciones subordinadas son la excepción. Se debe también limitar al mínimo posible el recurso a las acotaciones entre rayas o entre paréntesis. Cada dos oraciones o, como mucho, tres, se colocará un punto y aparte. Los párrafos de más de diez líneas justificadas (cinco de máquina de escribir o de pantalla de ordenador) son la excepción, no la regla.

Estas normas generales pueden verse alteradas en ciertas crónicas largas y reportajes. Tampoco se aplican literalmente a los artículos de opinión, ya sean firmados o editoriales. Pero la claridad en la exposición sigue siendo requisito fundamental de cualquier texto publicado. En este sentido, los textos periodísticos deben caracterizarse por un estilo invisible, que permita captar límpidamente el contenido como si el lector estuviese «viendo los guijarros al fondo del río, a través del agua clara», según señalaba el escritor Ford Madox Ford al joven Hemingway.

## B. NARRADOR O «MOSTRADOR», NO TAQUÍGRAFO

Theodore White se definió a sí mismo como un *storyteller*, un «narrador de historias». Más lejos aún fue León Tolstoi al explicar con estas palabras la fuerza de su novela *Guerra y paz*: «Yo no cuento ni explico. Muestro: dejo que mis personajes hablen por mí».

Narrar o, mejor aún, mostrar, en vez de explicar. Es la primera norma general de un texto bien redactado. En el extremo opuesto de esa cualidad, la de dejar que la historia *salte* hacia el lector y lo capture, está la escuela *taquigráfica*, el estilo seco y plúmbeo. Este se solía identificar con las agencias informativas y todavía hoy goza de algún prestigio en España porque se considera como «anglosajón», es decir, «serio» y «objetivo». Pero no deja de ser una forma de aburrir al lector y despegarlo de la realidad que se pretende contarle.

Cuando el redactor *muestra*, deja de actuar como intermediario entre la información y el lector, e introduce directamente a este último en la situación.

Melvin Mencher, veterano profesor de redacción de la Universidad de Columbia, daba (en *News reporting and writing*, Wm. C. Brown, Dubuque, 1984) el ejemplo de dos versiones de un mismo funeral, el de un niño trágicamente muerto por disparos de un francotirador. Un periodista escribía: «Los afligidos padres lloraban durante la ceremonia». Y el otro: «Los padres lloraban calladamente. La señora Franklin se apoyaba en su marido para no caer». En el primer artículo se nos explica que los padres estaban «afligidos»; el segundo nos muestra esa aflicción.

## C. CITAS E INTERÉS HUMANO: EL «COLOR»

Consecuencia automática de ese principio de dejar que los protagonistas de la historia la cuenten con sus palabras, gestos y acciones es que las mejores citas entrecomilladas deben colocarse cerca del inicio de la información. Las citas ayudan a visualizar a los protagonistas y dan verosimilitud.

De la misma manera, el redactor debe intentar colocar tan cerca de la entrada del artículo como sea posible el tema de interés humano: el incidente o la anécdota más interesantes, siempre que sean relevantes dentro del tema central de la información. El *color* porque sí, ajeno a los datos fundamentales, es muestra de mal periodismo. Pero el *color* pertinente es esencial. Los acontecimientos son más noticia cuanto más tienen que ver con seres humanos.

¿Qué es el llamado *color*? Como su propio nombre indica, se trata de las pinceladas que dan vida a una información, y en particular a un reportaje de mayor calado, diferenciándolo de una fría y seca

relación de hechos y datos. Esas pinceladas dan forma humana a los personajes y agregan elementos de atmósfera sobre el lugar, el momento, las voces, los ruidos o los olores que enmarcan la información. Es el mejor modo de proporcionar vigor y atractivo literario a un relato periodístico, enriqueciéndolo con el mayor número posible de elementos descriptivos. La correcta utilización de estos recursos es especialmente decisiva en todo relato de acción. Ese es el caso del periodismo deportivo, en el que, por desgracia, los tópicos, latiguillos, apodos y metáforas más desgastadas usurpan, a menudo, el papel de una buena y original descripción de los hechos.

En la información básica, con su entrada directa, más formal y rígida, lo apropiado es colocar las citas y los detalles de interés humano directamente después de esa entrada. En la crónica o el reportaje, géneros propicios para la entrada *aplazada*, el incidente o la anécdota pueden, e incluso deben, abrir directamente el artículo. Se logra así el impacto necesario para *enganchar* al lector.

Nada de esto significa que se deba caer en la tentación de recurrir a los largos e insulsos entrecomillados, que son uno de los elementos fundamentales del «periodismo declarativo», tan pertinaz como pernicioso en nuestro país. Las citas deben ser siempre seleccionadas con rigor: porque aportan color, porque aclaran una historia con las palabras de los testigos presenciales, porque es importante que el lector conozca la literalidad de las palabras de un responsable político o empresarial... En todo lo demás, la tarea del redactor sigue siendo fundamental para condensar y explicar eficazmente los elementos de la información.

## D. BREVIARIO DE TÉCNICAS DE REDACCIÓN

A modo de recordatorio práctico para todo redactor y toda redactora se pueden resumir algunos consejos siempre útiles:

- Mostrar es mejor que narrar, narrar es mejor que afirmar. Para mostrar se utilizan anécdotas, citas de fuentes competentes, ejemplos. Eso es información verdadera, a diferencia del editorial disfrazado o de la aburrida relación taquigráfica.
- Las mejores informaciones son las que adquieren vibración personal a través de los detalles de interés humano y las buenas citas entrecomilladas: así *saltan* de las páginas del periódico los protagonistas de la noticia. Naturalmente, las mejores citas que se hayan obtenido deben colocarse muy cerca del principio del artículo.
- El lenguaje periodístico debe ser, según la definición favorita del profesor Melvin Mencher, «preciso, claro y convincente».
- El estilo y el tono no tienen por qué ser idénticos en todos los casos, sino amoldarse al acontecimiento que se narra: mayor seriedad, mayor ligereza, más o menos citas...
- La relectura, las correcciones (repetidas), la autoedición son recursos obligatorios. Lo son más aún en un entorno de edición electrónica como el actual, con elevada responsabilidad del redactor ante la calidad del producto final, es decir, del artículo tal y como aparece impreso en las columnas del diario.

- Una buena cita, con todo el colorido posible, es un plus decisivo para una información. Por mucho que confieran viveza y realismo a la cita, las palabras soeces no son aceptables en los textos publicados por EL MUNDO, salvo en circunstancias muy excepcionales que el redactor, el jefe de la sección y el redactor jefe deberán discutir y sopesar en cada caso.

## CAPÍTULO 2 / NORMAS GENERALES DE ESTILO

### LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

#### A. GÉNEROS PRINCIPALES

Los ocho años transcurridos desde la publicación de la primera edición de este libro han ratificado que en la prensa escrita diaria de hoy el género más importante, más definitorio del estilo de un periódico y de su éxito de audiencia, es el de la *crónica*, al que se puede agregar el del *reportaje*. La noticia pura ha seguido perdiendo importancia en la prensa escrita frente a los medios audiovisuales, a los que desde mediados de los años 90 se ha agregado Internet, con sus propias ediciones electrónicas diferenciadas del periódico impreso.

Por ello, la jerarquía de los géneros principales ha sufrido una evolución:

**I. La crónica.** Se puede definir por exclusión: la crónica contiene más elementos estrictamente noticiosos que el reportaje y menos que la información. Y también puede definirse, como género en sí mismo, como una narración más rica en elementos ambientales y analíticos que las informaciones. [También se puede agregar la distinción que hace el periodismo anglosajón al hablar de *news feature*, equivalente a la crónica, y de *feature* o reportaje].

La crónica es, esencialmente, un tipo de narración periodística más rico que el de la noticia pura; es un género típico de los corresponsales y enviados especiales, así como de ciertos cronistas especializados: deportes, toros, cultura, vida social. Requiere alguna brillantez literaria para acercar ambientes y personajes al lector, no está tan limitado por las normas de redacción y pretende entretener tanto como informar. Es un género de interpretación que incluye valoración y análisis – como apuntan los profesores Martínez Albertos y Martín Vilvaldi, entre otros –, lo cual significa que el cronista puede legítimamente hacer valoraciones, aunque sin tomar partido. Sin embargo, las opiniones del redactor no están entre las licencias permitidas. La entrada o entradilla directa es la excepción, ya que estas narraciones son terreno abonado de la entrada *aplazada*. Pero la mayor flexibilidad en cuanto a la redacción no exime al periodista de su obligación de organizar la historia atendiendo a los requisitos periodísticos de EL MUNDO: la crónica no es pura creación literaria ni periodismo subjetivo y libérrimo, sino que –como todos los demás géneros– debe cumplir con los requisitos de economía de espacio, concisión, legibilidad y servicio al lector.

Las cuatro reglas de oro de la buena crónica son:

- Mostrar a personas haciendo cosas.
- Dejar que esas personas hablen. Utilizar constantemente citas, pero sólo las pertinentes y atractivas.
- Escribir económicamente: que la acción y el diálogo sean los que lleven adelante el artículo.
- No dejar que la historia pierda ritmo. Para ello es imprescindible organizar el artículo de forma que tenga claramente un principio, una parte central y un desenlace.

**II. El reportaje.** Este es un género cuyo nombre procede indirectamente del verbo inglés *to report*; es decir, *informar*. Sin embargo, en España esa ambigua definición, que parecería equiparar el reportaje con la información básica, ha evolucionado hacia lo que los franceses llaman *grand reportage*. De hecho, existe un concepto más literario y subjetivo del periodismo en Europa continental que en Norteamérica o en Gran Bretaña, y el reportaje refleja esa diferencia de conceptos. En el caso europeo, nos referimos a una información amplia, a menudo sobre temas diferentes de los sucesos de la actualidad más acuciante –bien por su alejamiento geográfico, bien por su escasa difusión pese a su relevancia potencial–, que deja al redactor un margen amplio para el tratamiento literario y para el análisis.

Los reportajes y, a veces, las crónicas gozan de una vida útil más larga que las informaciones. Por ello deben redactarse previendo que posiblemente, o incluso probablemente, seguirán varios días o hasta semanas congelados en el ordenador antes de su publicación.

Como las informaciones y las crónicas largas, los reportajes de EL MUNDO deben ser *troceados* para facilitar su presentación y su lectura.

**III. La noticia o información básica.** Éste fue el género más habitual en la prensa diaria, al que se aplican más estrictamente las consideraciones sobre frases y párrafos cortos, entrada directa y desarrollo que puede ser cronológico o piramidal, según la complejidad menor o mayor de los elementos informativos.

El objetivo de la noticia es reflejar con la mayor exactitud posible la realidad a la que ha tenido acceso el periodista. Aunque la selección y colocación de elementos en una noticia implica necesariamente una elección subjetiva, no hay lugar para incluir opiniones o juicios de valor. Los rumores no son noticia.

La noticia ocupa hoy un lugar preponderante en *elmundo.es*, versión de EL MUNDO en Internet que ha adquirido su propia personalidad adaptada al medio. En este caso, más aún que en el de la radio, el medio condiciona decisivamente el mensaje: Internet no sólo permite ofrecer en tiempo prácticamente real noticias escritas, sino actualizarlas y ampliarlas prácticamente sin límites, además de favorecer la interactividad con los lectores. Esa rapidez, virtud esencial del medio, supone a la vez un riesgo y una oportunidad: el riesgo es que se introduzcan errores o hasta

falsedades en la primera versión de la noticia que se obtiene, y la oportunidad es la de poder corregir los errores de inmediato. No hay una versión definitiva de nada en Internet, un medio que evoluciona a cada minuto.

En EL MUNDO imperará la verificación de datos antes de ofrecer cualquiera de esas noticias en Internet, para evitar en lo posible la comunicación de hechos inexactos, así como el compromiso de rectificar errores en un lapso de tiempo mínimo. La flexibilidad y la mutabilidad de Internet son características muy interesantes, pero también han contribuido a quitar credibilidad a ese medio, y el objetivo primordial de EL MUNDO es mantener un alto grado de fiabilidad en cualquier soporte.

**IV. La entrevista.** Se puede considerar como un subgénero de la información básica o noticia. En este caso, su único objetivo es informar de las opiniones de alguien. Su formato puede ser el de preguntas y respuestas literales, colocadas después de una entrada informativa. También puede ser *reportajeada*, con un texto narrativo en el que se van colocando, entrecomilladas, las respuestas relevantes del entrevistado y se resumirán parafraseándolas, otras respuestas. En este segundo caso, sin embargo, la entrevista deja de ser un género para confundirse con la noticia o con el reportaje, que utilizarán citas de una o de varias personas.

De hecho, no debe confundirse la definición de la entrevista como *género periodístico* con la definición de ésta como *técnica fundamental de obtención de datos y opiniones*. En este segundo caso, su aplicación es común a todos los géneros, y naturalmente de primordial importancia.

Aparte de la elección entre los dos formatos básicos de entrevista, pregunta-respuesta o reportajeada, el periodista debe aplicar las demás normas generales de organización del texto, y en particular deberá ordenarlo según la importancia de los temas y condensar las respuestas. Reproducir las respuestas de forma extensiva y en orden cronológico de su formulación no es sino una forma de esquivar la necesaria tarea de ordenar y condensar la información para que adquiera interés periodístico.

Recoger las frases más interesantes y llamativas dentro de varias respuestas y unirlas entre comillas para darles mayor sentido es lícito siempre que con ese ejercicio de condensación no se traicione el espíritu de las declaraciones ni se cambie el sentido de las palabras pronunciadas. Una entrevista literal estaría plagada de titubeos, repeticiones y errores sintácticos que el periodista debe legítimamente eliminar del texto publicado. Sólo en algunos casos en que el acento o la construcción de las frases del entrevistado resultan elementos sustanciales de la entrevista, sin la que ésta perdería gran parte de su sentido, se puede hacer una excepción. Pero sólo en ocasiones muy determinadas se podrá, por ejemplo, reproducir en letra cursiva expresiones literales del tipo «*¡Ozú, mi arma!*», cuando su sustitución por «*Jesús, mi alma!*» parezca subvertir el significado de la exclamación.

Otra regla imprescindible de la entrevista, en el caso del formato de pregunta-respuesta, es la de incluir una entradilla en la que se situarán con precisión y suficientes detalles la personalidad del entrevistado y las circunstancias o motivos de sus declaraciones. Cuando se utilice este formato, el entrevistador siempre tratará de usted al entrevistado.

**V. El testigo directo.** EL MUNDO ha sido pionero, en nuestro país, en la publicación sistemática de piezas de este género, variante original del reportaje y de la crónica, que aprovecha la presencia del propio periodista en el lugar del acontecimiento (generalmente, claro está, de los *programados*, pero también de los *espontáneos*). La viveza y la inmediatez inherentes a estas informaciones les confieren características diferentes, en particular la del uso de la primera persona del singular, que está proscrito en las otras informaciones del periódico.

**VI. El análisis.** Siendo éste un género aparentemente a caballo entre la información y la opinión, en realidad debería quedar adscrito a la primera de esas dos categorías. En efecto, el análisis aporta datos complementarios y elementos de reflexión que pueden ayudar al lector a formarse un juicio sobre una noticia específica o sobre una situación: guerra, huelga, epidemia... Pero aportar elementos para formarse una opinión no es sinónimo de dar opinión.

Un análisis no es ni una columna en la que su autor expresa su opinión ni un editorial en el que la expresa el propio periódico. Hay intencionalidad, sin duda, en la selección de datos y en su presentación. Pero el análisis debe tan sólo permitir al lector comprender los antecedentes, el sentido y la perspectiva de la noticia. El redactor se abstendrá de incluir juicios de valor y vigilará con particular atención el uso de adjetivos.

Es infrecuente en el periodismo español que esas condiciones se cumpla satisfactoriamente. Se suele presentar como análisis una columna de opinión apenas disfrazada, y ello refleja una situación real: son pocos los analistas cualificados, capaces de construir su discurso sobre bases documentales sólidas en vez de expresar con mayor o menor vigor sus propias preferencias. En EL MUNDO, que pregona la separación de información y opinión, se pondrá especial cuidado en evitar esa confusión.

**VII. El obituario.** Este fúnebre género merece tratamiento aparte porque se diferencia de todas las demás informaciones y debe mantener siempre un mismo estilo. El obituario debe estar bien escrito, pero no deja de ser ante todo una información periodística. Además, suele estar entre las más leídas de un periódico, por lo que conviene cuidarla aún más.

En EL MUNDO, el obituario es una descripción valorativa y analítica de la vida y la obra de una persona. El obituario no es una pieza literaria. Los datos imprescindibles que debe contener incluyen:

- el nombre, la edad, la profesión (o circunstancia que motiva el interés por esta persona) y la localidad en que residía el fallecido;
- el lugar, el día (y la hora, si es posible) y la causa de la muerte: esto último puede en ciertos casos (algunas enfermedades) estar sujeto a la solicitud de discreción por parte de la familia, aunque la norma general debe ser la de incluir esa causa, ya que el periodista está al servicio del público lector en general;

Un obituario se abre, a modo de entrada, con una primera valoración de la vida y obra del personaje fallecido y continúa con un relato cronológico de las facetas más significativas de esa vida y esa obra. Los datos imprescindibles, arriba señalados, pueden repartirse entre el cuerpo del texto y la breve ficha-resumen final a pie de texto y que extracta sólo lo fundamental de ellos: «Francisco Rodríguez, director de la banda municipal de Villanueva de Arriba, nació en Burgos el 11 de enero de 1937 y falleció en Barcelona el 25 de mayo de 2004». Es decir: profesión o actividad del finado, lugar y fecha de nacimiento, lugar y fecha de defunción.

En el obituario, el periodista ejerce sus dotes de recopilación y síntesis de datos exactamente igual que en cualquier otro género. Conviene incluir datos documentales (libros, archivos, recortes) y testimonios personales. Si el autor del obituario es un especialista ajeno a la Redacción, ésta deberá asegurarse de que esos elementos aparecen en el texto. Mejor aún es recurrir al especialista para que ofrezca su testimonio valorativo e incluirlo de manera destacada en un texto elaborado por un redactor.

Paradójicamente, el obituario bien hecho será el que resulte particularmente vivo y humano, refrescando o incluso devolviendo literariamente a la vida la figura de una persona que puede o no ser conocida del gran público. Por ello es un género que exige particular talento y que soporta muy mal la rutina.

**VIII. La opinión.** La opinión es la otra vertiente de los contenidos del periódico, junto a la información. Deberá quedar claramente identificada tipográficamente. Esta vertiente incluye dos géneros, divididos entre artículos firmados y sin firmar. Los primeros presentan estrictamente la opinión personal de quien los firma, con la que el periódico no se identifica necesariamente. Los segundos son editoriales o impresiones que representan la postura del periódico, y aparecen tan sólo en las páginas de opinión (o, excepcionalmente, en portada), bien sea de la edición nacional, bien de las regionales o locales. Los artículos firmados, en cambio, pueden aparecer indistintamente en esas páginas que abren cada día el número de EL MUNDO o dentro de cualquiera de sus secciones informativas, siempre que hagan alusión a las áreas de interés de la sección en la que aparezcan. En estos últimos casos su clara identificación tipográfica reviste, claro está, particular importancia, recurriéndose a los títulos en letra cursiva y a la colocación de *etiquetas* fáciles de localizar, como son las palabras «Tribuna libre» u «Opinión».

Dentro de esta vertiente de la opinión, pues, se deben distinguir el género del artículo firmado y el del editorial. Categoría aparte tienen las cartas al director.

*Artículos firmados.* Los artículos firmados, a su vez, se subdividen en columnas fijas, que aparecen con una periodicidad determinada, y artículos ocasionales en los que los expertos se manifiestan sobre cuestiones de interés específico.

La longitud de un artículo ocasional es variable; las columnas fijas no deben superar la columna y media de texto, cabezas e ilustraciones aparte. La Carta del Director constituye una excepción a esa regla.

Otra distinción importante reside en la posibilidad de que una columna fija, y sólo una columna fija, tenga un carácter claramente literario y creativo, a diferencia de otras que comentan más directamente la actualidad política, económica, cultural o social. Sólo muy excepcionalmente, en cambio, será puramente creativo el artículo firmado de carácter no regular. Por su propio formato y por sus limitaciones, un periódico solamente puede dedicar un espacio limitado a la creación literaria, sin por ello renunciar del todo a esa tradición española tan arraigada, la del *escritor de periódicos*.

El artículo firmado es el único género en el que no se obliga al autor a respetar más pauta estilística que las normas ortográficas generales del periódico. Sin embargo, la claridad en la exposición será un punto a favor determinante para su publicación en las páginas de EL MUNDO.

Este periódico considera que es misión de todo diario independiente servir de plataforma al pluralismo ideológico de la sociedad. Por ello está dispuesto a publicar cualquier artículo cuya tesis sea relevante para los lectores y esté expuesta de forma atractiva, dentro de unos mínimos de buen gusto y de respeto a las opiniones y sensibilidades ajenas que EL MUNDO mantendrá siempre. Por ello, excluirá de las columnas firmadas los insultos y las críticas extremas –como, por ejemplo, la comparación del responsable de los servicios informativos de TVE con el dirigente nazi Josef Goebbels– que podrían dañar la propia credibilidad del periódico. Entre los insultos proscritos están las descalificaciones *ad hominem*, incluidas las referencias a las creencias religiosas, las preferencias sexuales o la apariencia física del personaje criticado.

El autor de un artículo firmado de carácter ocasional deberá siempre ser identificado en una nota final que incluirá alguna característica personal por la que se ha seleccionado su texto: cargo, profesión, última obra publicada, etcétera.

Es posible, pero sólo con carácter excepcional, la publicación de un artículo de opinión firmado por un redactor habitualmente encargado de la información, y en particular cuando el artículo se ocupe de las cuestiones informativas en las que ese redactor está precisamente especializado. Se trata de preservar al máximo la credibilidad del periodista como transmisor imparcial de las noticias.

*Editoriales.* Se trata de la opinión institucional de EL MUNDO y por eso, los escriba quien los escriba, no van nunca firmados. Ello se aplica a los editoriales propiamente dichos y a las impresiones breves, que aparecen junto a éstos en las páginas de Opinión y que pueden ser esbozos o antesalas de un editorial más amplio.

En las cabeceras territoriales de EL MUNDO la Dirección puede incluir, en su caso, pequeños comentarios editoriales como apoyo de informaciones de ámbito local que lo merezcan y sobre las cuales no se vaya a incluir ni editorial ni impresión en las páginas de Opinión comunes a todas las ediciones del periódico. Esos comentarios se destacarán utilizando un código tipográfico propio.

Los editoriales deben ser el género más cuidadosamente trabajado del periódico, tanto desde el punto de vista documental como desde el literario. Su objetivo es profundizar argumentalmente en un problema, bien tratando de defender un punto de vista, bien analizando diferentes puntos de

vista y dejando el veredicto en manos del lector. El editorial debe apelar a la razón y no a las emociones; convencer, no enardecer; partir, más a menudo, de la duda que de la certeza.

El editorial es como una bandera que el periódico despliega cada día, y ello obliga mucho. Los datos que se incluyan deberán estar inapelablemente confirmados. Las imágenes literarias deben ser el producto de una reflexión y de una reescritura concienzudas. Su lenguaje debe ser coherente con el del resto de EL MUNDO. Es decir, un lenguaje directo y sencillo, sin retórica innecesaria. La abundancia de argumentos, no de metáforas, debe ser la que convenza a los lectores.

EL MUNDO defiende de manera radical una concepción integral de la libertad. Esta no es divisible y engloba por igual la defensa de los derechos individuales, la de los derechos ciudadanos de participación política, la de culto, la de enseñanza o la libertad económica.

EL MUNDO no es un periódico dogmático ni partidista. Su línea editorial no se apoya en ningún sistema ideológico cerrado, al margen de estos principios generales. El análisis riguroso y honrado de cada problema, caso por caso, conflicto por conflicto, debe ser lo que vaya determinando la posición del periódico.

*Cartas al director.* Es la principal vía de comunicación al conjunto de los lectores de la opinión de uno de ellos, aunque éste tiene a su disposición otras vías. Las cartas al director no se circunscriben a comentar lo publicado en EL MUNDO, sino a un abanico mucho más amplio de asuntos políticos y sociales.

Sólo se publicarán las cartas avaladas por los datos de identificación del autor, que serán previamente comprobados. Para ello, cada carta deberá ir acompañada del número de DNI, pasaporte o permiso de residencia del autor y de un número de teléfono de contacto que facilite comprobar su identidad. De no coincidir con los de una persona real, la carta no será publicada. La cada vez más frecuente recepción de estas cartas por correo electrónico dificulta esa tarea, pero es imprescindible que se realice para evitar inocentadas o, lo que es más grave, posibles falsificaciones.

Cuando la carta se refiera a datos informativos publicados por el periódico (a diferencia de las puras opiniones) y pretenda rebatirlos, los datos también serán comprobados. Si se ratifica la exactitud de los que en su día publicó EL MUNDO, la carta se publicará acompañada de una aclaración en forma de Nota de la Redacción.

Por las necesidades de condensación de textos y por aquellas otras necesidades estilísticas derivadas del mantenimiento de la forma de lo que es justamente una «carta al director», la Redacción adaptará o resumirá el texto de cada carta, poniendo particular empeño en no traicionar sus contenidos.

Cada carta irá encabezada por las palabras «Señor director:». Al final de la misiva aparecerán los nombres y apellidos del autor y la ciudad o el pueblo (más, si es necesario para su mejor identificación, la provincia española o el país) de residencia.

EL MUNDO publicará tan sólo las iniciales del autor de una carta en los casos en que se lo soliciten y en que esa solicitud esté suficientemente razonada y justificada.

La selección de las cartas que se publican cada día es prerrogativa del director de EL MUNDO, y se hará por el interés de las opiniones expresadas y, en su caso, por la personalidad del autor o la autora, que puede conferir un peso especial a las opiniones vertidas.

**IX. Crítica.** Este género se distingue de los de opinión en que debe incorporar siempre elementos de análisis más pormenorizados de lo habitual en un editorial o una columna, porque en este caso sí que estamos estrictamente a caballo entre la información y la opinión, con el elemento añadido de que la crítica siempre va firmada y se da por descontado un papel muy importante de la subjetividad del experto que la ejerce.

Sea cual sea el subgénero —crítica de cine, literaria, deportiva, gastronómica— EL MUNDO aplicará las mismas exigencias de calidad en la escritura y competencia en el campo de la crítica. Quedan, también aquí, excluidos los insultos y las críticas extremas que podrían dañar la propia credibilidad del periódico.

**X. Información gráfica.** En EL MUNDO, las imágenes —fotografías, ilustraciones, gráficos— no son meros elementos ornamentales, sino que cumplen una función, ora informativa, ora analítica, ora editorial, perfectamente equiparable a la de los textos. Las imágenes pueden ser una información tan valiosa como la escrita.

La fotografía informativa, en su expresión más pura, se convierte en *foto-noticia* cuando se vale por sí sola como noticia, en cuyo caso tan sólo un pie explicativo acompaña a una imagen que se convierte en cuerpo de la información.

Junto a esas imágenes informativas y actuales subsiste la fotografía-ilustración. En este caso se trata generalmente de imágenes más antiguas, procedentes del Servicio de Documentación, que representan a personajes, hechos o lugares relacionados con la nueva información. El pie de la fotografía deberá siempre aclarar sin ambigüedad si pertenece a esta categoría de complemento informativo y es anterior a la noticia del día.

El pie de las imágenes de actualidad deberá siempre resaltar su condición de tales, incluyendo la mención de que se han obtenido «ayer», y así despejar cualquier duda a la vez que se realiza su función informativa. Es fundamental que, siempre que resulte posible, la información del día vaya acompañada de una imagen del día.

A diferencia de la fotografía puramente de actualidad, la fotografía-ilustración puede admitir un pie literario.

En EL MUNDO, tan periodistas son los fotógrafos y los infógrafos como los redactores literarios. Es deseable, incluso, que un mismo periodista pueda expresarse indistintamente con una cámara de fotos y con el teclado del ordenador.

Este concepto de la información gráfica entraña nuevas responsabilidades. El redactor gráfico debe responsabilizarse de forma automática de tareas accesorias pero importantes, como es la identificación de los personajes que aparecen en sus fotografías, sobre todo si posan para éstas. El infografista, como cualquier otro redactor, debe desplazarse al escenario de un suceso a tomar en directo fotos o apuntes para luego plasmarlos gráficamente por ordenador.

Quienes realicen información gráfica deben tener presente que su trabajo es también narrar historias. Su obligación es proporcionar al lector, antes que deleite estético en la belleza de una imagen, elementos visuales suficientes como para que se entere de lo sucedido.

Por todo ello, los redactores gráficos tienen la obligación de conocer a fondo los detalles de la historia que les toca cubrir. Tanto si se trata de un debate parlamentario como de un partido de baloncesto, han de estar al tanto de los antecedentes más polémicos, de las tensiones personales previas, de las expectativas que pueden desembocar en momentos de alegría o de tristeza. Cuanto más conozcan un fotógrafo, un infógrafo o incluso (en ciertos reportajes) un ilustrador el asunto que deben cubrir, mayores serán sus posibilidades de hacerlo con acierto.

La colaboración directa, planificada y armoniosa entre los redactores literarios y gráficos es la condición imprescindible para que esa función informativa de la imagen se cumpla.

Las imágenes deben subrayar la realidad, no distorsionarla. Un único incidente violento en un acontecimiento pacífico no debe ser elevado a categoría. Los pies de fotos son fundamentales para colocar el contenido en su contexto adecuado. Este no debe ser nunca el de la manipulación al servicio de una idea preconcebida.

Cualquier imagen puede publicarse en EL MUNDO si es informativamente relevante. Como en el caso de los textos, habrá que tener en cuenta los criterios de buen gusto aceptados por la generalidad de la sociedad. En casos de accidentes o matanzas, la crudeza de las imágenes no está reñida con la conveniencia de publicarlas. Pero nunca deberán recrearse en los aspectos más truculentos.

Queda prohibida la utilización en EL MUNDO, como mero recurso ilustrativo, de una fotografía de archivo sin relación con los sucesos o datos que se incluyen en la noticia adjunta, ya que ello puede llamar a engaño. Solamente con una identificación expresa de esa imagen de archivo como tal, que incluya la mención de que no guarda relación con la historia, puede admitirse su uso. En todo caso, la fecha de cualquier imagen de archivo debe ser mencionada siempre en el pie de la foto.

**XI. Infografía.** El desarrollo informativo y técnico de los últimos años ha propulsado a un primer plano la infografía –los gráficos informativos– entre los recursos periodísticos de EL MUNDO, hasta que ésta ha adquirido carta de naturaleza como un género informativo aparte, diferenciado de la noticia escrita y de la ilustración, ya que es un compendio de técnicas tradicionalmente separadas –foto, gráfico por ordenador, datos escritos– que se unen inextricablemente para formar un conjunto periodístico diferenciado.

El infógrafo de EL MUNDO ha de ser, por ello, ducho en el manejo de cada uno de esos elementos, aparentemente tan dispares, en su valoración para determinar cuáles son necesarios para completar la información y en su tratamiento siguiendo escrupulosamente las exigencias del Libro de Estilo en todos los demás géneros que sean aplicables: la noticia, el reportaje o la información gráfica. Desde las normas de edición de las informaciones escritas hasta los de buen gusto aplicables a las ilustraciones, todos deben ser respetados dentro de este nuevo género, verdadera síntesis de los demás en el periodismo actual.

Ese carácter de síntesis obliga a acometer cada tarea infográfica con un esquema de colaboración, bajo forma de grupo de trabajo *ah hoc* si fuese necesario, entre las secciones oportunas de la Redacción del periódico.

## B. LAS ÁREAS INFORMATIVAS

La Redacción de EL MUNDO, como la de cualquier otro periódico, está dividida en áreas informativas o secciones. Unas son más homogéneas y otras vienen a funcionar como una especie de cajón de sastre, en particular las que sólo diferencian el origen geográfico de las informaciones (España, Mundo), por lo que en ellas se incluyen noticias políticas, pero también sucesos, accidentes, delincuencia, tribunales, enseñanza y consumo, además de tendencias y problemas sociales. Otras áreas tienen una presencia tan constante e importante en el periódico que se les reserva una sección específica: economía y trabajo, deportes, cultura y espectáculos, información local, ciencia, salud.

La cobertura informativa de cada una de esas áreas tiene sus propias modalidades, pero en todas ellas se mantiene un común denominador: el de la tarea equilibradora que debe ejercer el periodista. Si la información es de naturaleza compleja u oscura, debe hacerla comprensible, jerarquizar sus elementos, separar lo esencial de lo accesorio, traducir esa complejidad a términos accesibles. En cambio, cuanto más superficial sea la información básica, mayor será la necesidad de profundización, de enriquecimiento, de dignificación dentro de la tarea del redactor. Los elementos técnicos imprescindibles en ciertas áreas informativas, desde los deportes hasta los sucesos, deberán incluirse inexcusablemente, aunque siempre dentro de esa óptica equilibradora; en este caso, haciéndolos comprensibles y significativos para el lector.

### I. La información nacional

Por definición, esta área informativa es más generalista que otras, pero en la prensa española las grandes secciones de información nacional e internacional poseen un marcado carácter político que las acerca a los géneros especializados. El reporterismo investigativo y la información parlamentaria son dos facetas diferenciales de la información política nacional.

En EL MUNDO, además, las informaciones de sucesos, tribunales y tendencias sociales también aparecen publicadas, según su ámbito geográfico, en las secciones de España o de Mundo.

En el caso del reporterismo investigativo, se trata de una técnica que el redactor político compartirá con colegas en otras áreas, en particular las de economía e información local. Esta forma de

reporterismo busca la información en profundidad, siempre durante un lapso prolongado de tiempo, sobre situaciones que van más allá del hecho aislado: corrupción, tráfico de drogas, terrorismo...

Como apunta F. W. Hodgson (*Modern newspaper practice*, Focal Press, Oxford, 1993), lo esencial del reporterismo investigativo es la atención minuciosa al detalle y las entrevistas sistemáticas a las personas implicadas hasta que un amplio informe, del que se pueden extraer conclusiones, queda completado. A menudo, todo ello significa apurar todas las posibilidades legales en busca de una información en la que el interés público supera toda otra consideración; a menudo, personas decididas a esconder los datos o a utilizar la ley para evitar su difusión son las que poseen la información que se busca. Este periodismo requiere paciencia, tenacidad y una habilidad cercana a la del detective.

La información parlamentaria es otra actividad especializada propia del área política. Se subdivide en el seguimiento de los debates desde la tribuna de prensa, que es el que realizan los cronistas parlamentarios, y la información obtenida en los pasillos del Congreso y el Senado, lugares privilegiados para establecer contactos con los miembros del Gobierno y de la oposición y que recorren los corresponsales políticos. Estos valen lo que valen sus contactos, COMO recordaba Hodgson, y se mueven entre rumores y atisbos de noticia, que pueden o no confirmarse.

La información política es un área particularmente sensible a la posible manipulación informativa. Esta última expresión se refiere a la filtración interesada de noticias por las fuentes, que pueden acabar dictando la tarea del periodista. Este debe, ante todo, ser consciente de los frecuentes intentos de manipulación. No se trata, para él, de huir sistemáticamente de fuentes que pretendan manipular los datos, sino de estar alerta ante cualquier intento de distorsión intencionada y aprender a distinguir de todo lo demás los datos veraces y pertinentes para el interés general. La información veraz y pertinente, sea cual sea su procedencia, merece ser publicada.

La actividad de los portavoces y de los jefes de prensa puede incluir intentos frecuentes de manipulación, aunque también puede ofrecer un magnífico campo de colaboración leal para los periodistas. Será tarea primordial de éstos la de identificar prontamente a cuál de las dos categorías pertenece cada una de sus fuentes.

La información política internacional comparte muchas de las características de la nacional, con un matiz añadido al que debe ser sensible el corresponsal o enviado especial: es imprescindible que cada crónica se enfoque pensando en el lector de casa, con unas dosis de explicación y de *puesta en valor* de la noticia muy superiores a las que requiere la información política nacional.

En ese sentido es útil, y altamente recomendable, la actitud del «inocente en el extranjero» que Garst y Bernstein (*Headlines & Deadlines*) utilizaron para explicar cómo un enviado intenta mirar con ojos nuevos y casi infantiles una situación foránea profundamente diferente de lo habitual en su país de origen, y con esa misma sencillez explicársela a sus lectores.

## II. Los sucesos

*Información sobre accidentes y desastres.* Toda noticia sobre accidentes o desastres debe incluir tres elementos fundamentales: los nombres y (si es posible) los lugares (o incluso, en las páginas de información local, las calles) de residencia de los muertos y heridos; la localización, la hora y las causas del suceso; todos los comentarios de testigos oculares o de representantes de las autoridades que sea posible conseguir. Y de todos esos elementos el más importante, aunque a menudo el más difícil de conseguir, es la declaración de los testigos presenciales.

La frialdad, la elegancia y el distanciamiento son cualidades esenciales para informar de accidentes y desastres. La truculencia gratuita debe siempre evitarse en EL MUNDO. Ahora bien, la frontera entre la truculencia gratuita y aquella imprescindible para comprender la magnitud de la noticia es de perfiles imprecisos. Por ello, el redactor de sucesos deberá poseer dosis de experiencia, sensibilidad y, además, cualidades literarias superiores a la media.

*Información sobre delincuencia y actividades policiales.* La cobertura de las noticias relacionadas con el mantenimiento de la ley exige una especialización particularmente acentuada. Sin alcanzar la fluidez existente en otras democracias, sobre todo las anglosajonas, la relación informativa del periodista con las fuerzas de seguridad se ha ido normalizando en España. Esas fuerzas disponen hoy de portavoces oficiales fácilmente accesibles, y las puertas de comisarías, cuartelillos y jefaturas de Policía no se cierran ya automáticamente en las narices del informador. Con todo, las fuentes exclusivas, a veces bajo pacto de confidencialidad, deben ser cultivadas para que la información no se reduzca a un *refrito* de las notas oficiales.

*Información judicial.* Como el anterior, este género exige una fuerte capacitación del periodista. El redactor de tribunales debe ser capaz de informar de procedimientos civiles y penales. Estos últimos son tradicionalmente los más noticiosos en España, pero a medida que la sociedad se vuelve más compleja los litigios civiles cobran mayor importancia y atraerán una atención informativa creciente.

El lenguaje abstruso de los juristas es uno de los peligros más graves para la redacción periodística. La simplificación de ese lenguaje y la explicación de todos los términos técnicos que se empleen, sin darlos jamás por conocidos, son elementos imprescindibles de toda información de tribunales. Eso significa que si es necesario repetir una explicación cada día que dure un juicio, se repetirá.

En este caso como en otros (deportes, economía, ciencia) en los que el periodista debe hacer accesible al común de los lectores una jerga altamente especializada, conviene recordar una prohibición absoluta. Y es que la manida expresión «como es sabido» no tiene lugar en periodismo.

## III. Otras áreas informativas

*Información deportiva.* El lector de periódicos es una persona razonablemente interesada ante la mayor parte de las secciones. Pero se convierte en vecino cuando lee la información local y en aficionado, a menudo en forofo, cuando lee la deportiva. Pocos lectores se consideran a sí mismos

expertos en política o en impresionismo, pero muchos aspiran a seleccionadores de fútbol. Esa diferencia de actitud y de interés por parte del lector condiciona la forma y el contenido de la información deportiva.

Melvin Mencher, profesor de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, ofrecía un consejo y una advertencia relacionados con la información deportiva. El consejo: «Los lectores de las páginas deportivas quieren tres ingredientes en las historias: un resumen de lo que sucedió, detalles y diversión. Los dos primeros exigen una obtención de información precisa, y el tercero exige escribir bien». La advertencia: «A veces el reportero o la reportera se convierte en forofó y ve tan sólo la pasión y la espectacularidad del deporte que cubre, ignorando los golpes sucios, el uso de drogas, los negocios sórdidos y el craso comercialismo del deporte».

De todo ello se deduce que la mayor dificultad actual en la información deportiva es la de lograr un equilibrio entre los aspectos épicos y literarios del deporte que se cubre, los datos técnicos precisos que exigen unos lectores aficionados y buenos conocedores (que, por ello mismo, no se contentan con pura literatura) y, finalmente, el entorno cada vez más conflictivo del deporte profesional. Todo ello se ve, además, complicado por la necesaria coexistencia de información y opinión en la crónica deportiva, que la diferencia de otros géneros periodísticos.

En resumen se puede decir que hoy en día no es aceptable una información deportiva solamente literario-épica, ni secamente técnica, ni únicamente volcada hacia los escándalos y trapos sucios del deporte. Todos esos elementos deben entrar constantemente en la ecuación.

En EL MUNDO, por otra parte, existen ediciones territoriales diferentes. En el actual periodismo deportivo se tiende a escribir tan sólo para los aficionados de uno de los dos equipos en liza, resaltando todo lo bueno o malo que el equipo de la ciudad donde se edita el periódico ha hecho durante el encuentro y minimizando el juego del contrincante. Sin embargo, la cobertura de EL MUNDO debe superar esos partidismos. Una crónica de un choque liguero o un partido de tenis debe resultar igualmente interesante para cualquier lector del periódico en cualquier rincón del país (o fuera de él).

Como los demás géneros especializados, la información deportiva debe emplear un lenguaje accesible al lector medio. Los términos técnicos menos usuales deben explicarse brevemente en los casos en que no sea posible evitar su uso. Según los tiempos, las técnicas, las tácticas y el variable grado de popularidad de un deporte, el carácter *usual o poco usual* de los términos deportivos irá también cambiando. Por ello no se pueden establecer reglas fijas, sino que deberá imperar una casuística revisable. Hace treinta años un equipo de baloncesto podía «hacer ochos» y el lector lo entendía. Hoy cualquiera, o casi, sabe lo que es un *alley oop*, pero los «ochos» no son ya más que cifras o quizá dibujos en un jersey.

*Información económica.* La información económica, con fama de abstrusa, es posiblemente la que más afecte al común de los lectores. El pesado lenguaje, o jerga, de la llamada *triste ciencia* es probablemente el culpable del desapego de muchos lectores frente a esas páginas de tanto interés

real para todos ellos. Esa jerga, que demasiados periodistas siguen haciendo suya, es lo primero que hay que desterrar. Un texto económico oscuro, enigmático incluso, suele ser prueba irrefutable de que el redactor no ha entendido la noticia y acaba refugiándose en los tecnicismos incomprensibles de la nota de prensa que le ha suministrado una empresa o un organismo.

Existe un riesgo inverso y menos frecuente, pero no menos grave: el de la trivialización, por intentar vulgarizarlas en exceso, de informaciones económicas complejas.

La información económica es demasiado importante como para caer en uno de los dos excesos. Las grandes cuestiones de la información económica son las que a todos o casi todos interesan. Queremos saber del coste de la vida, de las posibilidades de empleo, del precio del dinero, del riesgo de despidos en empresas de nuestra zona, del valor cambiante de las acciones o los bonos, del tipo de cambio del euro, de los tramos del impuesto sobre la renta. Todos ellos son datos que influyen directa y poderosamente en la vida de cada ciudadano.

Sin embargo, hasta hace no más de 30 años las páginas económicas de los periódicos estaban reservadas a profesionales de la banca, la Bolsa o las empresas. El incipiente interés por el consumo, por la economía familiar y por los primeros atisbos de *capitalismo popular* fue lo que sacudió ese elitismo. Pero muchos periódicos no han sacado del todo las consecuencias y siguen informando para cuatro expertos.

Paul E. Steiger, entonces jefe de la sección de economía de *Los Angeles Times*, escribía hace pocos años seis principios que pueden permitir al redactor especializado sortear el doble riesgo: el de hablar desde el Olimpo al lector general y el de vulgarizar en exceso para el lector especialista:

- Ante la duda, inclinarse por el lector medio.
- Evitar la jerga y explicar aquella que no haya más remedio que emplear.
- Explicar, pero no en exceso.
- Los artículos que empiezan o se anuncian en la portada del periódico exigen una mayor dosis de explicaciones que los que empiezan en la sección de economía, porque las historias que van en primera apuntan a una audiencia más amplia.
- Decir lo que una tendencia o un acontecimiento significa, y no sólo lo que es.
- No temer la divulgación. Más aún que el redactor generalista, el especialista en economía y negocios debe emplear las analogías, las anécdotas y la personificación para transmitir la realidad esencial del asunto del que informa.

Algunos de los elementos fundamentales de la información económica son:

*Las fuentes y su uso.* A diferencia de la sección de información política del periódico, la de economía depende en una medida importante de fuentes privadas, no públicas. El mundo de la empresa es siempre poco transparente, y en España más. Hay un elemento inevitable de confidencialidad en un

sector en el que manda la competitividad. El secretismo y la prepotencia abundan, y también se observa ese prejuicio universal de la derecha económica frente a lo que considera con o sin razón *izquierdismo o actitud antiempresarial* por parte de los periodistas. Por eso el redactor, sin comprometer su independencia, debe cultivar esas fuentes personales difíciles de obtener pero imprescindibles para valorar la información. (En ese proceso el redactor puede lograr datos potencialmente lucrativos para él mismo, que plantean conflictos de interés. Ver la Parte III del libro, sobre *Normas de práctica y de ética del periodismo.*)

Con todo, las fuentes personales no aportan sino una parte del material informativo. Las fuentes físicas (informes del Banco de España, de instituciones privadas, del Ministerio de Economía, de organismos internacionales; libros, publicaciones especializadas) exigen del periodista económico mucho tiempo, mucha atención y una gran capacidad de síntesis para entresacar de ellos y explicar los datos que van a servir al lector de un periódico.

La capacidad para unir ambos elementos, el cualitativo y el cuantitativo, el testimonio personal y los datos precisos, distingue la buena información económica.

*El análisis de las memorias anuales.* Las juntas generales de accionistas de grandes empresas están entre los elementos fundamentales de la información económica, por su importancia en la economía del país y porque suelen tener cientos de miles de accionistas ansiosos por conocer la salud de su inversión. En cuanto a los informes o memorias anuales, los formidables volúmenes de datos que entregan las empresas pueden ahogar al periodista incauto y, por ello mismo, al lector. Muchos reporteros veteranos prefieren empezar su lectura por el informe final de los auditores, que suele dar pistas inmediatas sobre posibles gatos encerrados en las cuentas. En cualquier caso, las memorias e informes anuales son fuentes insustituibles de información que debe ser analizada *y deglutida* concienzudamente por el redactor especializado para después suministrarla de forma perfectamente clara al lector.

*Información local.* A menudo «municipal y espesa», la información local no ha sido nunca en los periódicos españoles de difusión nacional una columna vertebral como lo es en otros países. Sin pretender invadir el terreno de los diarios de ámbito más reducido, regionales o provinciales, EL MUNDO ha sacado esa información del gueto de la marginalidad. Esta sección varía totalmente de una edición a otra de EL MUNDO pero sigue los mismos principios de legibilidad, de precisión, de combinación de datos y testimonios humanos y de búsqueda más allá de lo que digan las versiones y notas oficiales que se aplican en el conjunto de las demás secciones. Con la sección M2 en la edición de Madrid, EL MUNDO ha creado el concepto de una revista ilustrada diaria de ámbito local, añadiendo, de forma innovadora, inmediatez e interés humano y práctico a esta información tradicionalmente condenada a un menor protagonismo.

La vida pública de los municipios grandes y pequeños, que afecta tan directamente a ciudadanos y lectores, forma el núcleo central de la información local, con tres planos primordiales:

- El político (las actividades de los cargos públicos y de los candidatos en periodos electorales; los plenos municipales).

- El económico-presupuestario (gastos, inversiones y tasas municipales).
- El urbanístico (planificación, cambios de uso, obras públicas).

Pero las ciudades no son sólo su Casa Consistorial, y la buena información local moderna no puede entenderse sin un abanico cada vez más amplio de intereses: servicios, iniciativas comerciales, tendencias y problemas sociales, estilos de vida, tribus urbanas, marginación, vida nocturna, información y crítica urbanística y arquitectónica...

*Información sobre enseñanza.* Una paradoja muy española es la de las intensas polémicas periodísticas sobre la política de inmersión lingüística en Cataluña o sobre las supuestas enseñanzas subversivas en las *ikastolas* vascas, cuando esas polémicas no van acompañadas de un volumen suficiente de informaciones sobre las normas legales, los programas de estudio vigentes, la financiación escolar dentro y fuera de las zonas dependientes del Ministerio de Educación y Ciencia, los diferentes enfoques en las comunidades autónomas a las que ha sido transferida la enseñanza y la situación real de las escuelas y universidades. Se discute pero no se informa. o se informa parcialmente, de forma rutinaria y sin viveza.

La información sobre enseñanza en EL MUNDO intenta llenar ese vacío acercando a todos los lectores una de las cuestiones que más directamente afectan a la sociedad.

Es necesario, para conseguir ese objetivo, tener en cuenta, cada vez que salta la polémica en el terreno educativo, cuatro puntos de vista diferentes. Se trata de las perspectivas de los alumnos, del profesorado, de los padres y de los ciudadanos en general. A menudo cada periódico se decanta por una o dos de ellas, ignorando total o parcialmente las otras y olvidando la amplia dimensión social de la enseñanza.

Hace unos años, la información sesgada sobre una huelga de maestros le costó a un medio de información importante una reacción airada por parte de los huelguistas, con un alud de cartas al director y una erosión de la presencia de ese medio en los medios docentes.

*Información científica/sanitaria o tecnológica.* Como la enseñanza, estas áreas informativas muy relacionadas entre sí interesan, al menos potencialmente, a casi todos los lectores. En EL MUNDO aparecen en su propia sección: la de Ciencia y tecnología es diaria, y a la Salud está dedicado un suplemento semanal.

Son dos las grandes categorías de peligros que amenazan en este caso:

- La tentación de cubrir espectacularmente todo tipo de *descubrimientos milagrosos*. La cantidad de crecepelos mágicos que los periódicos venden cada día es verdaderamente pasmosa. EL MUNDO rechaza radicalmente esa tendencia.
- La dificultad del lenguaje. Varias de las consideraciones del apartado sobre información económica se pueden aplicar a esta área. En este caso, la dificultad se multiplica cuando hay que informar de avances en física cuántica o nuclear, en astrofísica y en otros campos científicos de enorme

complejidad. Una vez más, ni un exceso de vulgarización ni una rendición incondicional al lenguaje especializado de los científicos son soluciones aceptables en EL MUNDO. Muchos periodistas se sorprenderían descubriendo que en cada campo del saber existen sabios con un buen conocimiento del lenguaje y con una capacidad didáctica acrisolada que pueden traducir esas noticias al lenguaje de todos. Encontrar esas preciosas fuentes y acudir sistemáticamente a ellas par esclarecer lo oscuro es deber ineludible de los responsables de la información científica, médica y sanitaria.

*Información sobre consumo.* A diferencia de lo que sucede en los demás países avanzados, las cuestiones de consumo apenas si salen en el nuestro del gueto de las revistas de organizaciones de consumidores cuando surge un alarma generalizada, como la del aceite de colza o la de las *vacas locas*. Se trata de una de las más claras carencias de la prensa generalista, que ésta debe corregir. En EL MUNDO la información de consumo aparece en las páginas de España o de Mundo, según la localización geográfica de la noticia.

La información sobre consumo atañe a todo lo que acarrea gasto de dinero por parte de los particulares y las familias. La tarea del periodista es la de salir al mercado a informar del precio y la calidad de lo que se vende, y también la de informar a los lectores de las prácticas comerciales y de la manera en que las decisiones empresariales o administrativas van a afectar a los consumidores y usuarios.

Según la clasificación de Melvin Mencher, la información sobre consumo se subdivide en cuatro categorías:

- Acontecimientos noticiosos (decisiones judiciales, anuncios y decisiones de Sanidad, disposiciones reglamentarias de los varios organismos con capacidad normativa).
- Prácticas de mercado (cambios en la concesión de créditos, prácticas ilegales o engañosas, cambios de precios).
- Información de servicio (ayuda al consumidor ante la adquisición de un producto o un servicio).
- Información crítica (evaluación de los productos y servicios que los consumidores utilizan y compran).

## C. LOS GÉNEROS Y LAS ÁREAS INFORMATIVAS EN LAS DEMÁS PUBLICACIONES DE EL MUNDO

Los suplementos semanales de EL MUNDO son verdaderas revistas, generalistas o especializadas. En ellas caben todos los géneros, principales o especializados, anteriormente enumerados, pero todos ellos quedan sujetos a unos principios generales de la publicación periódica: el ritmo de la narración puede modularse de forma más libre según las necesidades de la historia o el estilo personal del autor; su extensión podrá frecuentemente triplicar o cuadruplicar la de un artículo en el diario; será siempre mayor el margen de flexibilidad literaria que se otorga al autor.

Los suplementos podrán, para responder a su fin específico de periodismo de servicio, incluir fórmulas redaccionales no previstas en el conjunto del periódico. En algunos surgirá un género propio con sus exigencias peculiares: el artículo de gran extensión. El artículo largo y *reportajeado* no se distingue, o no debería distinguirse, tan sólo por su extensión ni por el hecho de que, en este caso, no esté siempre troceado para facilitar su presentación y su rápida lectura. Exige un esfuerzo de recopilación de datos y de organización verdaderamente extraordinario. No es en ningún caso satisfactoria una larga y desorganizada relación de hechos.

Desde el inicio el tema fundamental del artículo y los temas complementarios (a veces cinco o seis, frente a los dos o tres que tiene una información o crónica normal) deben quedar identificados para estructurar adecuadamente el texto alrededor de ellos. Como solía decir John McPhee, de *Time*, «cada artículo debe tener un principio, una mitad y un final, alguna estructura que le permita ir a algún sitio y descansar cuando llegue allí». Parece una perogrullada, pero esa estructura está excesivamente ausente de los artículos largos. Para completarla, además, hacen falta datos y testimonios personales para ilustrar cada uno de los temas, fundamental o complementarios. Un destacado reportero de *The Wall Street Journal* resaltaba que un perfil de una universidad le había exigido una veintena de entrevistas personales de una duración media de 90 minutos, más varias entrevistas telefónicas y la consulta de copioso material impreso y recortes de periódico. Ese trabajo de fondo es tan esencial para el buen artículo largo como infrecuente en nuestro periodismo.

En las publicaciones electrónicas, en particular *elmundo.es*, es igualmente obligada la aplicación de estas normas de estilo, adaptándolas tan sólo a las exigencias específicas del medio. En este caso, por una parte está la preferible brevedad de los textos para adaptarse al formato de la pantalla, que se puede corregir con el empleo de los despieces o los elementos complementarios, en este caso páginas de Internet separadas a las que se accede por un enlace. Por otra parte, la necesidad de actualizar y (si es necesario) corregir las informaciones que se ofrecen en tiempo real hace obligatorio un sistema de edición particularmente ágil, colectivo y eficaz.

En cuanto a EL MUNDO TV, la aplicación de estas normas quedará condicionada por las propias exigencias del reporterismo de investigación en el medio audiovisual y por el hecho de que sus producciones se realizan para diferentes cadenas de televisión, que pueden tener sus propias normas de estilo y exigir su aplicación a los programas que emitan, aun los de producción ajena.

# CAPÍTULO 3 / NORMAS GENERALES DE ESTILO

## TÉCNICAS DE REDACCIÓN

Las diferentes técnicas de redacción se aplican según los diferentes géneros. Así, la llamada estructura *piramidal* de la información se aplicará a noticias complejas y a crónicas, con elementos procedentes de múltiples fuentes, mientras que una información sencilla se acomodará mejor a una estructura cronológica. Así también, la entrada directa constituye la forma obligatoria de iniciar una información básica, mientras que el reportaje exige, salvo excepciones, el empleo de la entrada indirecta, *retrasada o aplazada*.

En EL MUNDO los diferentes géneros se identifican también, de manera gráfica e inmediatamente perceptible por el lector, a través de las distintas formas de titular los artículos.

### A. CINCO PRINCIPIOS BÁSICOS

Todo artículo informativo debe respetar cinco principios esenciales. Estos, a su vez, son los elementos formales que confieren valor a los elementos noticiosos que incluimos en el texto:

**I. Precisión.** Toda información debe ser verificada antes de utilizarse. Se debe acudir a varias fuentes y, si es posible, a documentos. Y también hay que recordar que casi toda información depende de uno o varios filtros: el periodista depende de un testigo de los hechos o de una persona que ha hablado con un testigo.

**II. Atribución.** Cuanto menos directamente haya sido testigo el periodista de los hechos que narra, con mayor precisión deberá ir atribuyendo cada dato significativo, es decir, identificando la fuente de la que se ha obtenido ese dato. La autoridad de una información no viene de una suerte de inspiración divina que haya iluminado al redactor, sino de la competencia y fiabilidad de sus fuentes. Las exigencias de confidencialidad impiden a veces (o, en el caso de la sociedad española, con cierta frecuencia) una identificación precisa de las fuentes. Es deber del periodista, sin embargo, reducir al mínimo la cantidad de informaciones no atribuidas que incluye en su texto. A menudo es posible obtener una ratificación de una información confidencial a través de una segunda fuente, dispuesta ésta a ser identificada.

**III. Equilibrio.** Todas las partes de un litigio deben ser consultadas y citadas. Y buena parte de las informaciones periodísticas son litigiosas. El dar una oportunidad a cada una de las partes confiere autoridad y credibilidad a la información.

**IV. Objetividad.** No existe la imparcialidad absoluta, pero un artículo es objetivo cuando el periodista no introduce en él sus opiniones o sentimientos, y suministra tan sólo datos comprobables. Sin embargo, el periodismo «puro y objetivo» a la antigua usanza, tan alabado por los regímenes políticos autoritarios, induce a la pasividad, a aceptar por las buenas lo que digan las fuentes (sobre

todo las *autorizadas*). El periodista actual debe buscar y aportar datos con sentido *crítico*, no actuar de mero taquígrafo.

**V. Concisión.** El artículo periodístico no es una inmortal novela-río que opta a premios literarios: por eso mismo ha de plegarse a normas de estilo. Y lo importante es llegar pronto y de forma concisa a los hechos fundamentales.

## B. ESTRUCTURA DE LA INFORMACIÓN

**I. La idea básica:** planificación previa. Demasiadas informaciones demuestran, por su desorden, una ausencia o al menos una insuficiencia de planificación. Hay que planificar antes de redactar. Lo más importante es planificar la entrada del artículo, en la que se incluirá lo más significativo de la información: su tema. (Por cierto: en este sentido sí que es oportuna esa tan trillada palabra). Para ello, el redactor debe hacerse, a menudo mientras está todavía reuniendo datos, dos preguntas: ¿qué es lo que quiero contar?, ¿en qué orden? El resto —el cuerpo de la noticia— amplificará, explicará y respaldará lo que dice la entrada. Es sin duda la entrada la que debe requerir un mayor esfuerzo intelectual por parte del redactor. Una buena entrada dicta con naturalidad todo lo que sigue, incluso si se trata de una historia compleja, que hay que redactar con estructura piramidal.

Un elemento fundamental del cuerpo de la noticia es el *párrafo* (o los párrafos) *nuez*. Se trata de los elementos de lo que los sajones llamarían *background*, o antecedentes, que colocan en perspectiva toda la información y le confieren sentido. Tienen por objeto hacer fácilmente comprensible la información para el lector medio. Con frecuencia, los periodistas escriben para sí mismos, olvidando que el lector no está, o no tiene por qué estar, al tanto de todo, y que desconoce el código para iniciados según el cual parecen redactarse muchas noticias.

Según el tipo de información, el contenido del *párrafo nuez* variará, pero nunca se obviarán estos datos, aun cuando al redactor puedan parecerle repetitivos en historias de largo desarrollo: nunca se debe dar por sentado que el lector conoce los antecedentes de una información, aunque la víspera y la antevíspera ya se hayan publicado en el periódico. Así, cuando un juez de la Audiencia Nacional cita a un testigo o un encausado en casos de corrupción, y por muchos personajes que ya hayan desfilado ante el magistrado, se deberá recordar en unas concisas líneas los elementos esenciales de la causa, los implicados, su relación con otros casos y los datos fundamentales que han ido saliendo a la luz durante la instrucción.

El *párrafo nuez* de una información sobre la bajada de los tipos de interés deberá incluir un historial de las recientes variaciones del precio del dinero y su significado para la vida económica. Cuando se informe de un atentado terrorista mortal de ETA, el *párrafo nuez* recordará los últimos atentados y sus consecuencias, la semejanza o diferencia del último hecho con los métodos conocidos de los terroristas, la situación de la lucha antiterrorista, las circunstancias del entorno de la banda y los elementos del marco político que guarden relación con el problema vasco. Y el *párrafo nuez* de una plusmarca de goles marcados en la Liga de fútbol recordará los anteriores hitos goleadores y situará la importancia de la nueva estadística en el marco histórico de este deporte.

**II. Planificación de la información sencilla.** También conocida como información de un solo elemento o de un solo incidente, se trata de la noticia básica de prensa: se descubre el cadáver de un joven muerto por aparente sobredosis de droga; un robo por el procedimiento del butrón ocurre en una sucursal bancaria durante el fin de semana...

Este tipo de información requerirá los siguientes elementos:

- a) Entrada.
- b) Datos explicativos y complementarios.
- c) Datos de antecedentes (*párrafo nuez*), cuando resulten necesarios para colocar la información en perspectiva.
- d) Otros datos de carácter secundario, si los hubiere.

**III. Planificación de la información compuesta.** Esta noticia, también conocida como «de elementos múltiples», exige una organización particularmente meticulosa. Se distingue por que en ella coexisten dos o más temas importantes.

Por ejemplo: Un nuevo estudio clínico establece una relación directa entre tres factores con las cardiopatías: A, el tabaco; B, la obesidad, y C, la falta de ejercicio físico. Podría tratarse de una información sencilla si uno de los tres factores dominase claramente y los otros dos se quedasen en la categoría de datos complementarios. Pero a todas luces los tres tienen gran importancia para los científicos. Por eso el periodista debe, primero, destacar los tres temas o ideas en la entrada y, luego, desarrollar el cuerpo de la noticia de forma equilibrada.

La estructura de una información de elementos múltiples, en este caso tres, sería pues la siguiente:

- e) Entrada: idea A, idea B, idea C.
- f) Datos explicativos: ampliación de la idea A, de la idea B y de la idea C.
- g) Datos secundarios: sub-temas D, E, F, G...
- h) Datos de antecedentes (*párrafo nuez*).
- i) Datos complementarios de menor importancia sobre A, B y C.

**IV. Organización de las «unidades» internas.** Una vez planificada la noticia es necesario estructurarla colocando los elementos de su cuerpo en el lugar que les corresponde, a través del proceso de jerarquización antes citado.

Una sencilla regla práctica aconseja agrupar los grandes temas, evitando los saltos adelante y atrás que confunden al lector. Parece una perogrullada, pero la dispersión de los temas informativos es tan frecuente que no hay más remedio que concluir que a muchos periodistas no se les ha ocurrido que agruparlos es fundamental. Y también lo es el empleo de recursos de transición (conjunciones,

breves frases-eslabón] que permitan pasar de un elemento a otro de la noticia sin sobresaltos ni desconciertos para el lector.

**V. La pirámide invertida.** Muchas informaciones, incluidas casi todas las sencillas o de un solo elemento, se resuelven estructurándolas de forma cronológica: primero, una entrada con la idea o tema fundamental, y luego una narración natural de los hechos: el personaje llegó, bebió, discutió, se peleó y huyó, dejando el local destrozado.

Las informaciones complejas, con varios elementos importantes procedentes a menudo de diversas fuentes, con sucesos que acaecen en lugares y momentos distintos, no son compatibles con esa estructura cronológica. Tras su planificación siguiendo las reglas ya mencionadas, deberán redactarse siguiendo una estructura piramidal, colocando los elementos por un orden diferente: de lo más importante a lo más accesorio.

El nombre tradicional de *pirámide invertida*, que se da a un texto informativo en el que se van ofreciendo los datos de más importante a menos, no convence a todos los expertos. El profesor Melvin Mencher solía observar: «Una pirámide invertida es un monolito desequilibrado, una cumbre enorme que se tambalea sobre una base fina y hasta afilada. Es una imagen monstruosa para los periodistas, ya que la cumbre de un artículo, que es su entrada, debería ser siempre hábil y aguda». Por ello se recomienda olvidar la imagen de una pirámide al revés para recordar sencillamente que se trata de colocar el más importante material informativo al principio y el menos importante al final.

Esta estructura tiene un origen histórico en la era del plomo y de los grandes periódicos-sábana en Estados Unidos, cuando no se conocía de antemano el espacio exacto del que un artículo dispondría. Poder cortar un texto informativo en la medida necesaria, empezando desde el final, y sin preocuparse por dejar fuera de él datos imprescindibles, justificaba una estructura como la piramidal.

Sin embargo, ese motivo no explica por sí solo la supervivencia de esta técnica durante tantos años. La edición electrónica, que atribuye a cada artículo una extensión precisa que el propio redactor cubrirá con texto, podría haber desterrado esa estructura. Pero, por una parte, la existencia de diferentes ediciones de los periódicos sigue planteando con frecuencia la posibilidad de que se dediquen espacios diferentes (tres columnas en una primera edición, dos en una segunda ...) a una misma información. Por otra, la estructura de pirámide invertida responde a las exigencias del lector de hoy. Además, cuando se combinan datos obtenidos de unas y otras fuentes—tanto personas como documentos—y se narran hechos sucedidos en momentos y lugares diferentes no es posible volver a una estructura natural, cronológica, ni organizar la narración por otro orden que no sea el de más importante a menos.

Un lector exige saber desde las primeras líneas lo más importante que ha sucedido. Si le interesa, seguirá leyendo los detalles. Si no, pasará a otra cosa. Enganchar su interés es fundamental, y en un diario hay que engancharlo con una presentación rápida e impactante de los datos más descollantes de la información.

Las informaciones, frecuentes en EL MUNDO, redactadas por más de un periodista, a menudo en dos lugares diferentes, y con multiplicidad de elementos, requieren de una estructura de pirámide invertida.

## C. LA ENTRADA O ENTRADILLA

**I. Encontrar la entrada:** la falsa entrada. Decidir cuál será la entrada de una información no es ni mucho menos una tarea sencilla, sino la más importante de todas las que realiza el redactor. La entrada es mucho más que lo que da a entender una definición tradicional, como la de «primer párrafo de la noticia, en el que se contiene lo esencial de la información». En la entrada está la clave de todo lo que diferencia un buen artículo de otro rutinario.

«Encontrar la entrada» significa, ante todo, evitar el obstáculo más peligroso y también más frecuente en el periodismo español: *la falsa entrada*. He aquí una de tantas: «La Comisión Delegada para Asuntos Económicos se reunió anoche en el Palacio de La Moncloa bajo la presidencia del vicepresidente segundo del Gobierno».

Es falsa porque no contiene lo esencial de la información, sino una burocrática y pomposa relación del acontecimiento y sus participantes: responde al *quién* se reunió, pero salvo en casos muy determinados una sesión de la Comisión Delegada no será noticia por el mero hecho de reunirse, ni de estar presidida por su titular, sino por otros datos que no encontramos en la citada entrada falsa: *por qué* se reúne o *qué* aprueba.

La mayoría de las veces, la falsa *entrada* equivale a entrar de costado, no de frente, en la información. Y ello se debe a que el redactor no ha sabido reconocer los elementos de la noticia y jerarquizarlos.

**II. Ideas preconcebidas y erróneas.** No se debe olvidar que no es necesario incluir en la primera frase, ni siquiera en el primer párrafo, las cinco *w* tradicionales del periodismo anglosajón: *quién, qué, dónde, cuándo y por qué* (o *cómo*). Al intentar concentrar todos esos datos en un brevísimo espacio se desemboca en un galimatías que desalienta, de entrada, al lector. Además, lo importante no es tan sólo ofrecer respuesta a esas cinco preguntas, sino comprender que una de ellas será siempre, y según cuál sea la naturaleza de la información más importante que las demás. Pues bien, ésta es la que debe colocarse más arriba.

Incluso con el sistema de la *entrada directa*, en las informaciones escuetas y puras, se pueden distribuir esos datos fundamentales en un par de párrafos o hasta tres, para mayor claridad y soltura, como se analiza más adelante.

**III. Dos categorías fundamentales de entradas.** La entrada directa y la entrada indirecta o *aplazada* son las dos categorías fundamentales.

Así las define el manual de edición periodística más clásico de todos, *Headlines & Deadlines*, de Garst y Bernstein, que resume los principios de edición de *The New York Times*: «La primera de ellas [la directa] coloca el momento culminante al principio y resume los datos más importantes en los

párrafos iniciales; la entrada *aplazada*, que es la de los reportajes, va avanzando hacia ese punto culminante, que no llega sino más avanzado el artículo. El primer tipo es el más común: da la noticia inmediata y vigorosamente. El segundo, reservado a artículos más particulares, va creando ambiente y llega más tarde al meollo de la noticia».

*La entrada directa.* Es fundamental tener en cuenta que la entrada recoge los datos más importantes en los primeros párrafos. Es decir: no se debe identificar automáticamente «entrada» con «primer párrafo», sino más bien con «apertura de la información» ya que en un solo párrafo resulta, a menudo, difícil recoger las imprescindibles respuestas a las *w*. Ahora bien, también hay que tener presente que la entrada no está agotada hasta que efectivamente hayan quedado contestadas todas las *w* pertinentes. Pueden ser necesarios tres párrafos para hacerlo de forma clara y no constreñida. Pues hasta ahí llega la entrada, y sólo a partir de ahí empezará el cuerpo de la noticia.

Como, según la noticia, alguna de las *w* será más importante que las demás y deberá por ello mismo quedar resaltada en el inicio mismo del texto, se ha llegado a subdividir la entrada directa, como hacían los propios Garst y Bernstein, en *entrada quién*, *entrada qué*, *entrada dónde*, *entrada cuándo* y *entrada cómo* (o *entrada por qué*

Ejemplos Prácticos del inicio de cada una de ellas:

*Entrada quién:* «Jesús Gil, quien ha fallecido hoy a los 71 años, fue el presidente más polémico de la historia reciente del fútbol español».

*Entrada qué:* «El endeudamiento de las familias aumentó entre 2000 y 2004 a un ritmo doble del de sus ingresos».

*Entrada dónde:* «El domicilio de la parlamentaria socialista María Asun Apesteguía fue atacado la pasada noche con un artefacto incendiario, que ha causado algunos daños materiales en la escalera de acceso».

*Entrada cuándo:* «La inminencia de la llegada del tifón Charlene, que debe llegar en menos de 48 horas, se podía apreciar ayer en la actividad frenética de los habitantes de las costas de Mindanao, que reforzaban sus casas como podían para protegerlas de la enorme tormenta que avanza por el Pacífico».

*Entrada cómo:* «Con una cuidada coreografía, incluido su aterrizaje en un portaaviones a bordo de un avión de combate, George W. Bush anunció hoy triunfalmente el fin de las operaciones bélicas en Irak».

La redacción periodística española suele mostrar un excesivo y rutinario apego a la *entrada qué* o la *entrada quién*, aunque así no se resalte el elemento primordial de la noticia. De esa forma no sólo se entra de manera plana y anodina en la información, sino que se incurre en una entrada falsa.

Es posible una segunda subdivisión, aparte de la distinción de base entre las entradas que recalcan una de las *w*. En particular se pueden señalar los siguientes tipos:

**IV. La entrada de un solo elemento.** La más frecuente. Corresponde esencialmente a la información sencilla (ver más arriba).

**V. La entrada de varios elementos.** Corresponde esencialmente a la información compleja (ver más arriba).

**VI. La entrada-resumen.** Cuando la información compleja contiene un gran número de elementos se puede acudir a esta fórmula para resolver la entrada, bajo dos variantes:

- **Entrada-compilación.** Sirve para introducir informaciones diferentes bajo un tema común. Por ejemplo: un resumen de los daños por mal tiempo en todo el país. Podría colocarse bajo una entrada común de este tipo: «El temporal de lluvia y nieve provocó ayer daños graves en cinco comunidades autónomas, cerrando veinte puertos de montaña y arruinando prácticamente la mitad de la cosecha de cítricos en la costa mediterránea». A continuación se pueden desarrollar todos los distintos desastres.
- **Entrada-cápsula.** Se trata de una fórmula impactante que logra resumir en una sola frase todo lo esencial de una información con muchos elementos, que resultaría larga y confusa si se intentara incluir todos esos elementos importantes. Por ejemplo: «Tras largos meses de dudas, el Gobierno norteamericano se lanzó ayer a una operación ambiciosa en todos los frentes, del diplomático al militar, para lograr la paz en Bosnia Herzegovina». Este tipo de entrada requiere que, en una serie de párrafos breves, claros y colocados inmediatamente detrás de ella, se detallen los elementos excesivamente resumidos en la *cápsula* inicial.

*La entrada indirecta o «aplazada».* Es una forma de decir: no existe entrada en sentido estricto, sino que —tratándose de reportajes y crónicas menos *duros* y de mayor extensión— se concede un mayor margen de actuación al autor para ir llegando al meollo informativo de manera paulatina, colocando al lector en situación, haciéndole entrar en la historia. En el periodismo actual, con más carga de reportajes e interpretación que antaño dentro del nuevo reparto de funciones entre los medios audiovisuales y la prensa escrita, la entrada indirecta ha ido ganando terreno. Hoy se emplea incluso en artículos eminentemente informativos, de los que antaño habrían exigido una entrada directa.

El periodista español, sobre todo el que escribe bien, se suele sentir cómodo con esta forma de entrar en materia. Sin embargo, existe un verdadero riesgo en la tendencia a transformar cualquier información en un reportaje, en un *artículo de autor*. En efecto, en esos casos se pierde a menudo el enfoque y se deja al lector un tanto desamparado, intentando adivinar cuál es la noticia que se esconde tras el brillante lenguaje.

El diario es un utensilio de trabajo rápido, conciso y condensado, por mucho que su papel haya sido modificado por la pujanza de la radio y la televisión. El lector exige datos y explicaciones breves, rápidamente comprensibles. Por eso el diario no puede convertirse en una revista cotidiana impresa en papel-prensa. Y la información básica con una entrada directa puede resultar tan brillante como el reportaje más pausado. Eso sí, exigirá del redactor una labor de síntesis, concreción y jerarquización mucho más ardua que cuando se queda en el estilo más libre de la entrada indirecta o aplazada.

**VII. La entrada descriptiva y la entrada interpretativa.** La entrada descriptiva o «plana», casi taquigráfica, es la que se suele encontrar en las informaciones de agencia y la que muchos identifican —inexactamente— con un periodismo «aséptico» y «anglosajón». Siempre que sea posible, en EL MUNDO se prefiere una entrada que contenga un elemento de interpretación (que no de opinión) y confiera así una dimensión añadida a la historia.

Un ejemplo de entrada interpretativa: «Todos los partidos políticos importantes en Israel han configurado ya sus listas de candidatos para la celebración de unas elecciones generales, el próximo 29 de mayo, cuyo ganador puede depender de los mortíferos terroristas suicida de Hamas».

La introducción del elemento terrorista es lo que aporta valor interpretativo a la entrada. Algunos puristas preferirían que no fuese el periodista, sino una fuente, con sus declaraciones entrecomilladas, la que introdujera elementos de interpretación. Pero cada vez más se acepta o incluso se fomenta esta técnica.

**VIII. Normas para una buena entrada.** Algunos principios generales:

j) Una buena entrada nace de un buen acopio de información. Quien haya reunido numerosos datos, citas interesantes y opiniones encontradas, podrá escoger una entrada mucho más noticiosa y brillante que el periodista que se haya contentado con un mínimo de datos para construir su artículo. (Y no digamos el que se ha contentado con una nota de prensa).

k) Sujeto, verbo y predicado. Las frases bien ordenadas son inmediatamente inteligibles. Una buena entrada tiene que ser inteligible. No se puede convertir esta regla en absoluta, ya que a veces es necesaria una estructura menos sencilla: entradas *cuándo o dónde*, por ejemplo, con sus participios en primer plano. Pero las oraciones más naturales siempre serán preferibles.

l) Brevedad. Las entradas interminables no contribuyen en absoluto a lograr su fin primordial, que es el de *enganchar* de inmediato al lector con lo más importante de la información.

m) Colocación escueta de la atribución. Cuando el periodista tiene su información principal de una valiosa fuente, que en sí misma es noticia, conviene colocar muy arriba, en la misma entrada, una breve atribución. Más a delante se podrá ampliar. Es evidente que el peso de una acusación de financiación ilegal de un partido político no es igual si la realizan fuentes que exigen el anonimato que si la hace el antiguo tesorero de ese partido.

# CAPÍTULO 3 / NORMAS GENERALES DE ESTILO

## PROBLEMAS FRECUENTES EN LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA

El periodista cae en trampas universales, pero también en otras específicas de la prensa de un país o de un entorno cultural determinado. En nuestro país ciertos defectos generalizados y recurrentes de los textos periodísticos dan a entender una especificidad local muy marcada. Nacen de los defectos de formación de nuestros periodistas y de ciertos usos, desusos y dejadeces de las redacciones. Conviene prestarles una atención muy particular. Algunos de los principales de entre esos problemas:

**I. Ausencia de *párrafo* (o párrafos) *nuez*.** Esta parte de la información contiene los elementos explicativos, su historia, sus antecedentes y/o su explicación. Su papel y su colocación dentro del cuerpo de la información ya se han mencionado en los apartados dedicados a la estructura de la noticia.

El *párrafo nuez* se suele obviar con frecuencia, por ejemplo cuando se trata de una noticia cubierta varios días seguidos: el periodista parece aburrido por tener que volver a recordar cada vez los antecedentes o perezoso en la búsqueda de documentación.

Este problema es más constante y más serio en las páginas de economía y, en general, en las secciones más técnicas y especializadas de los periódicos.

**II. La cita como sucedáneo de una verdadera entrada.** Se trata de un defecto muy común en nuestro periodismo.

Una larga cita de varias líneas para encabezar la información no es recomendable, y ello por varios conceptos:

- a) no es una entrada ni cumple sus requisitos;
- b) demuestra falta de elaboración y de identificación de los puntos verdaderamente importantes de la noticia;
- c) no resuelve las *w*;
- d) y, sobre todo, confunde al lector, que lee, lee, sigue leyendo, no comprende de qué va el largo entrecorillado y se pregunta: «Y esto, ¿quién lo dice?».

Si acaso, una brevísima cita puede servir en algunas ocasiones. Un ejemplo algo extremado:

«¡Tierra!», exclamó Rodrigo de Triana.

Sin embargo, no se debe olvidar que, dentro de una entrada correcta y que cumpla bien su cometido, una buena cita tiene su lugar. Así resuelve Jere Longman, de *The New York Times*, la entrada de un perfil de la jovencísima patinadora artística Michelle Kwan:

«A veces, Michelle Kwan se siente abrumada. Sólo tiene 15 años y todavía acarrea, a la vez, una mochila en forma de osito y un amor juvenil por el protagonista de *Los vigilantes de la playa*. "Cuando conocí a David Hasselhoff, pensé: '¡Dios mío, me voy a desmayar!' ", ha declarado. Contempla a las demás estrellas de la galaxia de lentejuelas que es el patinaje artístico, y no sabe si luchar por el primer puesto o pedirles sus autógrafos».

**III. Desdén por los elementos técnicos.** Se trata de una exacerbación de la escuela literaria en las crónicas deportivas (y a veces otras, como las taurinas), en los casos en que éstas solamente tratan de aspectos emotivos, espectaculares, épicos o ridículos, dejando de lado el hecho de que las competiciones deportivas se resuelven por motivos técnico-tácticos que no se deben obviar. Esta tendencia a la literatura pura debe ser rechazada de plano.

El objetivo del periódico es informar y enriquecer al lector con información y análisis, no convertir cada una de sus columnas en mera muestra literaria. Escribir bien no está reñido con la información: el momento en que un encuentro se decide, las razones de los repetidos fallos de un saltador, las condiciones meteorológicas durante una carrera motociclista, el cambio de táctica de un entrenador de baloncesto a mitad de partido (y cuál era el tanteo en ese momento)...

Los lectores de deportes se distinguen de los de otras secciones por su afición y sus conocimientos (o, al menos, sus veleidades) técnicos. Por eso mismo son los que peor soportan la ausencia de información *dura*.

**IV. Reiteración de datos y frases: el periodismo «de relleno».** A menudo se observa que una misma cita literal se repite: en el párrafo o párrafos iniciales de la entrada, y luego, por segunda vez, más abajo, dentro de la narración. Se trata de un inútil despilfarro de espacio y de una indicación al lector de que se está hinchando una historia de la que se han obtenido escasos datos.

Este periodismo *de relleno* también se reconoce en otras manifestaciones, como es el recurso a la cita sin particular interés informativo, ni autoridad, ni color, que no hace sino reiterar lo que el propio redactor ya acaba de expresar. por ejemplo: «Los vecinos próximos al embalse de El Atazar sospechan de defectos en su estructura. "Creemos que la presa tiene fallos", afirma un habitante de la zona».

En cuanto a la pura repetición de palabras, y muy particularmente de verbos, se trata de un vicio que se debe evitar, salvo que ese uso reiterativo sea intencionado por parte del redactor y eficaz dentro de la narración.

Los verbos-cajón de sastre, con la conocida reiteración de «ser», «haber», «hacer», constituyen una auténtica lacra del texto periodístico, aquí como en cualquier parte. Sólo que aquí parecen abundar más.

**V. Abuso de adjetivos.** Si un cantante es famoso, como Julio Iglesias, o un médico es célebre, como Christian Barnard, lo es de verdad; es decir: todo el mundo es consciente de su celebridad. Por eso resulta totalmente superfluo hablar del «famoso cantante Julio Iglesias» o del «célebre doctor Barnard».

En las noticias se debe reducir al mínimo el uso de adjetivos que no sean descriptivos. Los calificativos deben servir a la descripción de los hechos o las personas y no contribuir a expresar un juicio de valor, que es propio de artículos de opinión y editoriales. (Las crónicas deportivas o taurinas constituyen evidentes excepciones a esta regla, ya que exigen un contenido valorativo).

**VI. El estilo, por encima de la sustancia.** Se trata de un defecto muy común, que en nuestro periodismo suele encubrir una carencia de trabajo previo, de reporterismo, de obtención, selección y sintetización de datos y citas.

**VII. La obtención insuficiente de información.** Con o sin maquillaje estilístico, es éste un problema real. Algunos redactores se contentan con poco: un par de citas entrecomilladas y parece que se ha logrado toda la información necesaria. Algunos jefes de sección admiten textos informativamente insuficientes que aportan sus redactores, sin exigirles que los completen con datos evidentemente necesarios. El perjudicado es el lector.

**VIII. La ausencia total de citas.** Puede parecer el caso opuesto al anterior, pero resulta al menos igual de frecuente.

El redactor español es muy reticente a respaldar sus informaciones con citas directas de fuentes relevantes dentro del contexto de la noticia. Esto es aceptable en un género a caballo entre la información y la opinión como es el análisis, pero no está justificado en la información pura.

Tres columnas de datos sobre un conflicto dentro de un partido político sin una sola cita de los interesados suponen un ladrillo que el lector no puede digerir. La ausencia de citas, como la ausencia de anécdotas y de pinceladas humanas, es una desviación de los principios de vivacidad y legibilidad que deben imperar en el estilo de EL MUNDO y que han quedado reiteradamente expuestos y analizados anteriormente. Pero es una desviación que se observa a diario.

**IX. La incoherencia ortográfica.** En una misma información se nos puede hablar de Nagore Mujika, María Nagore Mujika, Nagore Mugika. ¿En qué quedamos?

**X. Uso incorrecto de palabras o frases extranjeras.** En líneas generales es reprobable el uso de expresiones extranjeras que el lector no tiene por qué conocer. El latín es una excepción tradicional para ciertos dichos, pero es necesario emplearlo correctamente y en todo caso con cuentagotas. Así, podemos leer en un periódico: «Francisco había acudido a la vivienda de *motu proprio*». Lo correcto: «Francisco había acudido a la vivienda *motu proprio*». Y todavía mejor: «Francisco había acudido a la vivienda por iniciativa propia». Los responsables de la edición de textos deben extremar su vigilancia ante cualquier caso de empleo de términos foráneos.

**XI. Problemas de concordancia.** Nacen del empecinado recurso a frases largas y complicadas. Muchas de las construcciones confusas e incorrectas se evitarían si se respetase la máxima de las frases sencillas, con mínima yuxtaposición de oraciones.

Las frases largas suelen provocar problemas serios de concordancia, tanto de género como de número. Así, en una crónica desde el extranjero:

«La asfixiante presión que sus padres y sus hermanos ejercían sobre ella para obligarle [sic: ver *Leísmo*] a vivir como una "buena musulmana" no cuajaron nunca».

El sujeto —presión— parece estar tan lejos del verbo —cuajaron— que el redactor se ha olvidado, al llegar a este último, de que el primero era singular.

**XII. La frase sin verbo.** El uso indiscriminado de las oraciones subordinadas también suele producir, aparte de los errores de concordancia, esa lacra del periodismo: la frase sin verbo, truncada o inconclusa. Como ésta:

«En la entrevista, que se celebró en un lugar de la provincia de Madrid, en el que abordaron el nuevo escenario y las posibilidades de poder iniciar una mutua colaboración». ¿Y..?

**XIII. Leísmo, laísmo, loísmo.** El «le» en el complemento directo femenino es hoy el error más frecuente. «Quizá regrese por ello por los pasos de la carrera judicial que le apasiona», afirma una información, refiriéndose a una secretaria, no a un secretario, de Estado. Lo correcto es «que la apasiona». «Fingen raptar a su hija para obligarle a pasar droga». Lo correcto es «... para obligarla a pasar droga».

Al mismo tiempo, y por influencia de un arraigado vicio madrileño, se desliza el laísmo en el complemento indirecto femenino: «Yo la dije que se callara». Es la incorrección opuesta, pero incorrección.

En castellano el complemento directo masculino requiere un «lo»: «Yo lo maté». Sin embargo, la Academia tolera hoy una forma de leísmo común en España, aunque inexistente en Iberoamérica: «Yo le maté». Con todo, es preferible el uso del pronombre «lo», dejando el «le» para el complemento indirecto: «Yo le hice daño».

**XIV. Acumulación de las atribuciones de fuentes.** En una noticia publicada en un periódico se cita a una agencia, que a su vez cita a otra fuente, y la mezcolanza se vuelve ininteligible: «Según Efe, según un testigo ocular ... ». En estos casos se debe separar nítidamente en el texto la mención de la procedencia de la noticia —es decir, una agencia— con la atribución del contenido informativo a una o a varias fuentes.

**XV. Errores de sintaxis provocados por el uso de citas entrecomilladas.** Otro problema, pariente del anterior, es el de la aparición de una oración subordinada en primera persona cuando la principal estaba en tercera. El uso de la cita es la causa.

Por ejemplo: «El entrenador afirmó que "no me importaría ganar por la mínima"».

Hay dos formas correctas y una tercera incorrecta (pero, por eso mismo, frecuentísima) de resolver esa discordancia. Las correctas:

«El entrenador afirmó: "No me importaría ganar por la mínima"». «El entrenador afirmó que no le importaría ganar por la mínima».

La incorrecta y frecuente:

«El entrenador afirmó que "no le importaría ganar por la mínima"». Las citas entrecomilladas deben ser textuales, y nadie habla en tercera persona del singular.

**XVI. Puntuación incorrecta.** Las comas, los puntos y coma y los puntos y aparte suelen echarse como gravilla sobre los textos, para que caigan al azar. Pero, aparte de ese problema generalizado, se da con frecuencia un caso más específico.

Se olvida, en efecto, que el verbo no puede ir separado por una coma de su sujeto: «El Madrid, ganó pero no convenció». Y, viceversa, si en un titular se obvia el verbo para abreviar, es la coma la que resuelve y deja clara la elipsis. Para resumir «El PSOE se muestra enfurecido con la prensa» no se escribe «El PSOE enfurecido con la prensa», sino «El PSOE, enfurecido con la prensa».

**XVII. Algunas lagunas, casi abismales, de cultura general.** «Una imagen del poeta mexicano Jorge Luis Borges».

[Los errores y las dudas más comunes están recogidos en los distintos léxicos de la Parte IV].

# PARTE II

# NORMAS DE EDICIÓN

## INTRODUCCIÓN / NORMAS DE EDICIÓN

### ¿CUÁL ES EL ÁMBITO DE LA EDICIÓN?

En los últimos años se ha extendido en el periodismo español la expresión «edición», relacionada, no con el verbo castellano «editar» en el sentido de publicar, sino con la palabra inglesa *editing*: corrección y adecuación del texto. De hecho, la Academia sí que recoge ese sentido en una de las acepciones de la palabra «editor»: «Persona que cuida de la preparación de un texto ajeno siguiendo criterios filológicos». La edición, superando el antiguo y más restringido concepto de corrección de textos, se ha convertido en práctica decisiva en la prensa escrita a partir de su informatización mediante sistemas de producción editorial, que transfieren a los redactores funciones antaño reservadas al taller.

Más recientemente aún se ha ido produciendo una confusión, cada vez más frecuente, entre ese concepto de edición de textos y otro distinto, el de «presentación gráfica» o «diseño». La informatización de los procesos de redacción y producción, ahora unificados por los ordenadores redaccionales y sus videoterminalas, es, también en este caso, la causa aparente de esa nueva ampliación del concepto. Fundir la adecuación de los textos a las normas periodísticas y filológicas de estilo y la presentación gráfica de esos mismos textos en las páginas de un periódico era la consecuencia inevitable de la informatización.

Existe, sin embargo, un doble riesgo en ese proceso. Por una parte, el de una extensión excesiva— hasta cubrir casi todos los aspectos de la producción de un diario— del ámbito de la edición, que se convertiría así en un campo multidisciplinario tan vasto que sólo resultaría comprensible para un número reducido de especialistas, que es lo contrario de lo que se pretende con los modernos sistemas editoriales. El otro riesgo—en el que se incurre, en la práctica y a diario, dentro de las redacciones— es el de primar los aspectos visuales, gráficos o de diseño de la edición de textos periodísticos en perjuicio de la edición literaria, sintáctica, ortográfica y de contenidos informativos. La presentación cuenta a veces más que el contenido, y esa tendencia es preocupante para el periodismo de calidad. Ambos aspectos deben recibir la misma atención. La moderna obsesión con la imagen no debe convertirse en coartada para descuidar el texto informativo, columna vertebral de un periódico.

Este capítulo tiene en cuenta esa doble faceta, sin pretender cubrir todos los aspectos técnicos de la presentación y el diseño de un periódico moderno. Se centra en las normas de edición en un sentido global, tanto el literario como el del diseño, de EL MUNDO. No incluye aquellas normas variables en función de un cambio de diseño del diario o de organización funcional de la Redacción, sino aquellas de carácter duradero.

Estas normas son de obligado cumplimiento para todos los redactores del periódico. Los artículos de opinión quedan exentos de cumplirlas, salvo en el caso de las que se refieren a la ortografía de nombres propios. Por sus propias características, las tribunas de opinión y las columnas requieren que —salvo erratas patentes— el estilo propio del autor sea respetado.

## CAPÍTULO 5 / NORMAS DE EDICIÓN

### LA REDACCIÓN Y LA EDICIÓN EN EL MUNDO

#### A. ORGANIZACIÓN DE LAS SECCIONES PARA LA EDICIÓN. LA AUTOEDICIÓN

El redactor es responsable, en EL MUNDO, de la parte esencial del proceso de elaboración de la noticia. El propio reportero, salvo en caso de ausencia física de la Redacción, es responsable de la elaboración y corrección del texto y de su colocación en el espacio reservado para él dentro de una página electrónica del diario en el sistema editorial empleado.

El texto de cada información o artículo de opinión podrá redactarse de antemano y adaptarse luego al espacio disponible, o escribirse directamente dentro de ese espacio que le ha sido reservado, una vez diseñada la página electrónica. En ambos casos la responsabilidad del autor en cuanto a autoedición será idéntica. Deberá introducir en la página electrónica un texto completo y corregido, dispuesto a entrar directamente —si fuese necesario— en la imprenta.

Cuando se trate de textos enviados por un corresponsal, un enviado especial o un colaborador externo, el redactor encargado de su edición deberá hacerse cargo de todos los pasos antes citados salvo, naturalmente, de la redacción misma del texto.

La atribución y reparto del espacio disponible, como el propio encargo de las tareas de redacción y/o edición, corresponde al jefe de sección o redactor jefe del área informativa, a partir del número de páginas que se le hayan atribuido en el planillo total de cada día. La responsabilidad final de las tareas de edición recae igualmente en la jefatura de la sección.

Todos los textos informativos o de opinión, todas las ilustraciones, todos los gráficos deberán ser revisados por ésta una vez completada cada página. De esa forma, cada elemento incluido en una

página habrá sido revisado por una segunda persona en el momento de la entrega a la mesa central, desde la que un redactor jefe controla todo el flujo de entrega de páginas y producción del periódico. Se cumple así con el necesario control por parte del jefe o la jefa de cada sección, y también se mejora el proceso de edición. En efecto, dos pares de ojos ven mucho más del doble que un solo par, y la revisión por parte de una persona que no ha elaborado el material permite a menudo detectar con facilidad errores y carencias que al propio autor se le escapan.

Este proceso de doble lectura de los materiales en cada sección, por el autor y/o editor y por el jefe, es obligatorio en todos los casos.

## B. LA HORA TOPE

La hora tope de entrega, el *deadline* de los anglosajones, es un concepto desigual e insatisfactoriamente aplicado en la prensa española. Sin embargo, los sistemas redaccionales informáticos actuales y las necesidades de producción del periódico subdividido en múltiples ediciones hacen indispensable su aplicación, no ya flexible, sino severa y constante.

En EL MUNDO la hora tope se aplica en dos puntos del proceso de edición:

Una hora tope es la de entrega de los textos y demás contenidos originales; es decir, de su inclusión en las páginas electrónicas dentro de cada sección. Es responsabilidad del jefe de sección o redactor jefe responsable planificar escalonadamente la terminación de esos materiales según las propias exigencias del acontecimiento informativo (horario de una conferencia de prensa o de una sesión parlamentaria ...) a lo largo del día. Ello, teniendo en cuenta la inevitable necesidad de modificar más de una vez durante la jornada sus páginas a medida que lleguen noticias de última hora.

La segunda hora tope es la de entrega escalonada de las páginas de cada sección del periódico, para permitir que el cierre en rotativas de la primera edición no sufra retrasos, no sólo por las entregas tardías, sino por las entregas simultáneas de numerosas páginas de todo el diario a última hora.

La Dirección de EL MUNDO, de acuerdo con las necesidades de producción y los acontecimientos informativos, establecerá en cada momento las normas específicas adecuadas a esas prioridades.

La entrega escalonada incluirá, desde primera hora del día, las páginas cuya elaboración haya podido ser adelantada a la jornada o la noche anteriores. Hay reportajes no sujetos a la actualidad estricta de un día cuya terminación y entrega anticipadas deben exigirse con mayor regularidad y constancia para contribuir a evitar los cuellos de botella que son la lacra del proceso de producción de un diario, que generan un control de calidad mucho más superficial y que tan severamente pueden afectar a su correcta distribución.

No hay en EL MUNDO ni redactores ni editores especializados. Los periodistas deben estar capacitados para alternar ambas actividades.

## C. ESTILO Y CONTENIDO EN LA EDICIÓN

Heredado del viejo concepto de los correctores de estilo con lapicero rojo, subsiste en la prensa española un concepto de la edición de textos y gráficos informativos que se detiene en su corrección gramatical y ortográfica, atendiendo a las normas peculiares de cada diario.

Siendo esa función estilística de decisiva importancia, no termina ahí la edición. Por ello es necesario que lo esencial de la tarea se realice dentro de cada sección. ¿Faltan datos esenciales para que la información sea completa e inteligible? ¿Está correctamente estructurada la noticia según la importancia de cada uno de sus elementos? ¿Ha hallado el autor la entradilla más indicada para capturar la atención del lector y resumirle el corazón de la noticia, o ha incurrido el redactor en el frecuente pecado de la entradilla falsa? La sección, particularmente en la segunda lectura por parte de su jefe o de la persona en la que éste haya delegado esa responsabilidad, es la que mejor puede detectar esas carencias de contenido.

Por ello es necesario evitar al máximo el traspaso a la mesa de la responsabilidad de realizar una tarea de edición amplia (por el número de errores) y profunda (por lo radical de algunas correcciones necesarias).

**I. Principios generales.** Las normas de edición se adecuan a las normas de estilo ya desarrolladas. En EL MUNDO las informaciones más largas e importantes, y en particular las que mandan en cada página, deben ser *troceadas*. Uno o dos de sus elementos importantes se convertirán en textos independientes, con sus propios titulares. Ello facilita a la vez la lectura y el diseño de la página y permite al periodista destacar determinados aspectos de la historia.

**II. Estilo de la cabecera.** Un título, o cualquier otro elemento de la cabecera, a diferencia del texto de una noticia, se redacta en tiempo presente y no incluye adverbios de tiempo salvo cuando el elemento temporal sea informativamente decisivo: «La UE resuelve la polémica de las vacas locas», no «La UE resolvió ayer la polémica de las vacas locas»; sin embargo, «Suiza prohibió pagar en su banco comisiones del metro de Medellín» (la referencia es a una decisión antigua), «Ayer se pudo al fin, con tres días de retraso, abrir el paso por Atocha» (el retraso y la fecha de apertura son lo noticioso). Si la noticia se produjo el día anterior a la aparición del diario, como es habitual, se titula en presente, para darle así viveza e inmediatez ante el lector. Esta norma se aplica a cualquier elemento de la cabecera, desde el antetítulo hasta el sumario.

Por la misma necesidad de un mensaje directo e inteligible, se preferirá siempre la forma positiva a la negativa: mejor «El Gobierno rechaza las presiones de la UE» que «El Gobierno no acepta las presiones de la UE».

La brevedad necesaria en un buen título obliga a hacer ciertas concesiones. Cualquier cantidad podrá expresarse en cifras, incluso al principio de un título, e incluso tratándose de cantidades que en el cuerpo de una noticia, según las normas de EL MUNDO, se escribirían en letras: «5 etarras se fugan de un furgón de la Policía».

También en aras de la concisión, se podrá recurrir a formas de elipsis, prescindiéndose ocasionalmente de un verbo: «Zapatero se muestra encantado por su entrevista con Chirac» puede sustituirse por «Zapatero, encantado por su entrevista con Chirac». No se puede prescindir, sin embargo, de la coma que ocupa el lugar del verbo. Así, no sería correcto titular «Zapatero encantado por su entrevista con Chirac».

En los breves titulares-rótulo que se aplican a los reportajes es frecuente la tentación de parafrasear títulos de obras literarias, musicales o cinematográficas: «El honor perdido de José María Aznar». Debe evitarse en la inmensa mayoría de los casos este recurso fácil a un tópico. La excepción siempre es posible si el ingenio del redactor explota una posibilidad literaria, irónica o inesperada del título en cuestión: «Las flores del GAL».

**III. El cuerpo de la información, el análisis o la opinión.** Aparte de las consideraciones generales de organización de la información tratadas en la Parte 1 (*Normas generales de estilo*), las siguientes normas son de aplicación a las diferentes partes de un texto publicado en EL MUNDO, sin contar las cabeceras.

Los textos informativos de EL MUNDO deben estar redactados de forma impersonal y sin usar la primera persona del singular, salvo en las citas entrecomilladas. Con autorización de la Dirección se puede hacer una excepción en ciertos casos (informes de redactores que hayan sido testigos oculares de acontecimientos muy peculiares, graves o trascendentes como accidentes, atentados o golpes de Estado).

El tiempo de la acción se fija siempre a partir del día en que el lector tiene acceso al periódico, añadiendo seguidamente el día de la semana: «Hoy viernes», «mañana sábado», «ayer jueves».

**IV. Ladillos.** Su función es más la de aligerar la lectura de una información mediana o larga que la de resaltar contenidos noticiosos. Se trata, pues, de un recurso esencialmente gráfico. Se componen de una o varias palabras que anticipan el contenido de los párrafos siguientes. No llenarán más de tres cuartas partes del ancho de la columna.

**V. Mayúsculas y minúsculas.** En la Parte IV de este libro (*Léxicos y Anexos*) se incluyen algunas excepciones a las reglas generales, que son éstas:

- Las instituciones, organismos oficiales y las razones sociales de empresas o instituciones privadas se escriben con mayúsculas cuando se cite su nombre propio, aun con una elipsis: «El Gobierno», «el Gobierno de Francia», «el Banco de España», «el Banco Santander»; se escriben con minúsculas cuando se citen con carácter genérico («una coalición de gobierno», «el banco emisor») o en plural («los gobiernos de la Unión Europea»);
- Los cargos, títulos y honores se escriben con minúsculas. Así, «el ministro», «el ministro de Defensa». Cuando la referencia sea de forma genérica a una entidad que en sí no es obligatoriamente oficial, se hará en minúscula: «El Banco de España», «el Banco Zaragozano», pero «el banco emisor».

- Las siglas de tres letras o más que puedan leerse directamente en castellano empezarán por una mayúscula seguida de minúsculas cuando correspondan a empresas o marcas comerciales, salvo cuando puedan confundirse con un nombre común: «AVE», no «Ave». Las siglas que representen a organismos o asociaciones se escribirán siempre con mayúsculas, así como todas las siglas que no puedan leerse fonéticamente, sino que deban ser deletreadas por la coincidencia de varias consonantes. Algunos ejemplos de siglas según estas reglas: *ABC*, la Cope, la Ser, CCOO, la ONU, la OTAN, Casa, TDK.
- Los acrónimos se escriben siempre en minúsculas, salvo la mayúscula inicial en los casos en que sea necesaria.
- Las guerras, tratados y demás acontecimientos históricos se escriben con mayúsculas: «La Primera Guerra Mundial».
- Los títulos, cargos o rangos militares extranjeros se traducirán al castellano siempre que sea posible; «conde» por el inglés *Count* (o *Earl*), «príncipe» por el alemán *Fürst*, «marqués» por el francés *Marquis*, «suboficial» por el italiano *Maresciallo*. En ese caso, empezarán con minúscula. Cuando esos títulos carezcan de traducción se mantendrán en su idioma y su grafía originales, incluidas las mayúsculas cuando vengan al caso, y se escribirán en redonda. En particular, los muy frecuentes títulos británicos Sir y Lord.
- Una excepción importante se refiere a los miembros de la Familia Real española, en cuyo caso todas las referencias, acompañadas o no del nombre de pila, se harán con mayúscula: el Rey, el Rey Juan Carlos, Don Juan Carlos, la Reina, la Reina Sofía, Doña Sofía, el Príncipe Felipe, Don Felipe, la Princesa Letizia, Doña Letizia. El título (Rey, Reina) y el tratamiento (Don, Doña) son mutuamente excluyentes; ha de evitarse escribir «el Rey Don Juan Carlos».
- La palabra Derecho se escribe con mayúscula cuando se refiere al Derecho objetivo, es decir, al conjunto de normas jurídicas objetivas (leyes, reglamentos, códigos) que regulan una materia determinada: así, se habla de Derecho civil, Derecho mercantil, Derecho procesal y también de Estado de Derecho. La misma palabra se escribe con minúscula cuando se refiere a un derecho subjetivo, es decir, a la facultad de poder que el Derecho objetivo atribuye a una persona natural o jurídica: derecho a la vida, derecho al honor o derecho de retracto.
- Todas las mayúsculas irán acentuadas si la corrección ortográfica así lo exige, tanto en lengua castellana como en otros idiomas: Cervezas El Águila, *L'Équipe*, Órgiva, la canción *Ànima morta*...

**VI. Tratamientos.** Los tratamientos tradicionales españoles de «don», «doña», «señor», «señora», así como los correspondientes en otras lenguas, no se utilizan en los textos informativos de EL MUNDO. La única excepción es la ya referida a la Familia Real española. Para las traducciones literales de otros idiomas, se debe recordar que la expresión «el señor Adolfo Suárez» no es aceptable en el castellano que se utiliza en España.

Tratamientos como «magnífico», «excelentísimo» o «ilustrísimo» tampoco se utilizan en las informaciones.

**VII. Firmas y datas.** La firma de una información o un análisis enriquece el periódico e indica al lector que existen un acopio de datos y una elaboración personal que incrementan el interés de lo que va a leer. Todas las informaciones de elaboración propia y que tengan una mínima relevancia, es decir, que superen el folio y medio de extensión, irán firmadas en EL MUNDO por el redactor que las haya realizado. Tal y como ocurre en las demás publicaciones, ello forma parte de las normas de estilo y edición del periódico. Las únicas excepciones a esta norma son las incluidas en el Estatuto de la Redacción de EL MUNDO (art. 9, apartado b). La Dirección del periódico podrá recurrir a la fórmula de encabezar una información con la firma global de EL MUNDO cuando existan razones específicas que así lo aconsejen.

Todo este apartado se refiere a la firma profesional o habitual del periodista, que a veces no coincide exactamente con sus nombres y apellidos tal y como aparecen en su documento de identidad. El uso de cualquier otra firma —es decir, de un seudónimo— deberá siempre ser autorizado por la Dirección.

Las noticias procedentes total o parcialmente de agencias informativas aparecerán sin firma y con la data que corresponda. En el cuerpo de la noticia y dentro de sus tres primeros párrafos se especificará su autoría incluyendo entre rayas las palabras «según informa Reuter», «según informa Efe»...

Cuando un máximo de tres redactores hayan participado en la elaboración de la información, sus firmas aparecerán juntas, separadas por una barra, y ocupando una o dos líneas. Cuando los autores sean más de tres, sus nombres podrán aparecer en un pie de autor. En ese caso, la firma inicial estará únicamente compuesta por las palabras EL MUNDO.

La firma podrá quedar completada, si es oportuno, por estos datos del autor: CORRESPONSAL o ENVIADO ESPECIAL, cuando se dé esa circunstancia, o ESPECIAL PARA EL MUNDO cuando la información haya sido realizada especialmente para este periódico por una persona que no forme parte de su plantilla ni sea colaborador habitual.

Toda información que posea cierto rango por su extensión o cierta importancia por su contenido debe ir firmada por su autor, autora o autores. En circunstancias excepcionales y previa consulta al director o a un director adjunto, una información de carácter delicado cuyo autor desee justificadamente mantener su anonimato podrá ir firmada EL MUNDO.

Cuando un mismo redactor es autor de una información principal y de los apoyos o despieces que la acompañan, éstos podrán ir sin firma si se encuentran colocados inmediatamente bajo el artículo principal firmado, o junto a éste. Para evitar reiteraciones en una misma página en la que aparezca más de un artículo del mismo redactor o corresponsal, su firma completa solamente aparecerá en el artículo principal, y sus iniciales en los demás.

Se evitará repetir una firma siempre que un mismo autor sea autor de una información y un comentario de opinión sobre un mismo tema. Cuando esa combinación poco frecuente y poco deseable resulte inevitable —por ejemplo, cuando un corresponsal o enviado especial sea llamado a informar y a comentar, a la vez, un suceso por no ser posible disponer de un comentarista distinto—, la firma aparecerá sobre la opinión. La información se firmará con iniciales. En cambio, cuando el mismo autor redacte una información y un análisis sobre el mismo tema, su firma podrá aparecer en ambos textos.

La data es el lugar o los lugares donde la información tiene su origen. En las páginas del diario la data aparece en mayúsculas engatilladas al principio del texto y bajo la firma; en los suplementos puede aparecer con otras características tipográficas. Si la información procede de dos lugares, éstos se citarán separados por una barra: BERLIN/MADRID. Si procede de más de dos lugares, el texto podrá empezar sin data, en cuyo caso sus puntos de origen se mencionarán en un pie de autor junto a los nombres de las personas que lo han redactado. No se utilizarán como datas ni NACIONES UNIDAS ni CIUDAD DEL VATICANO, sino respectivamente NUEVA YORK y ROMA.

Otra fórmula posible de firma de un texto de múltiples procedencias es que el redactor o los redactores principales lo firmen, mientras que los elementos de la noticia elaborados por otras personas serán identificados colocándolos entre corchetes y citando en letra negra el nombre del redactor, de la siguiente manera:

[También en Extremadura la tromba de agua dejó varios municipios incomunicados, particularmente en la Vera, informa María Hernández].

Dado que EL MUNDO se edita en varios lugares simultáneamente, no se puede dar por sentado que el lector conozca el lugar de origen de una información, si ésta procede de una de sus sedes o de su sede central. Por ello, las informaciones estarán encabezadas con su data correspondiente. Una excepción a esta regla surge cuando un especialista, desde un lugar diferente del punto del suceso, informa sobre él o lo analiza utilizando otras fuentes: televisión, llamadas telefónicas, documentos... En esos casos, cabrá la posibilidad de publicar el texto sin ninguna data.

**VIII. Pies de fotos.** La redacción de un pie de foto varía según la naturaleza de la imagen.

Cuando se trata de una fotonoticia el pie debe describir con el máximo detalle el contenido de la imagen, subrayando su actualidad con expresiones como «Miguel Indurain, en el centro de la imagen, en el momento de cruzar ayer la meta de París», con el adverbio de tiempo que deja bien claro que la foto se ha obtenido muy recientemente.

Cuando se trate de una ilustración genérica o de una imagen de archivo el pie deberá dejar clara esa condición y podrá incluir otras consideraciones que relacionen esa imagen con el contenido de la información a la que acompañan. Siempre que sea posible, se indicará el año en que fue obtenida la imagen de archivo.

Sólo en el caso de las ilustraciones genéricas se podrá recurrir a pies de contenido literario.

La firma del autor de la fotografía (o el nombre de la agencia que la ha suministrado) aparecerá en versalitas en un espacio separado del pie, bajo la esquina inferior derecha de la imagen.

**IX. Pies de autor.** Los análisis y artículos de opinión escritos por autores no habituales en las páginas de EL MUNDO llevarán al final una muy breve nota biográfica que resaltará, aparte de la profesión o título académico del autor, las circunstancias por las cuales está cualificado para escribir sobre el tema del artículo: «José Gómez es catedrático de Derecho Internacional y autor de un reciente estudio sobre los conflictos étnicos en el Cáucaso, La *confusión caucasiana*» sería un pie típico tras un análisis de la guerra de Chechenia.

Cuando un artículo de opinión o un reportaje escritos originariamente en una lengua diferente del castellano requieran una traducción particularmente elaborada, se incluirá un pie de similares características tipográficas, que rezará sencillamente: «Traducción: José Gómez».

Tras los reportajes e informaciones elaborados por equipos de varios redactores se podrá incluir un pie de similares características que rezará: «Información realizada por (nombres de los redactores)».

**X. Comillas.** En EL MUNDO el uso de las comillas, que son del tipo español o romano («»), se reserva exclusivamente a las citas textuales.

Cuando una cita textual se corta para incluir un texto no pronunciado por la persona que se está citando, nunca se utilizarán rayas, ya que éstas pueden confundir al lector, sino que se cerrarán y se volverán a abrir las comillas. Así, se escribirá: «La cosa es tremenda», dijo el entrenador, «porque nos están robando partidos». Y no: «La cosa es tremenda —dijo el entrenador— porque nos están robando partidos».

Cuando se produzca una cita dentro de otra cita, se expresará con comillas simples ('): «En ese momento me acordé de lo que siempre me decía mi comandante: 'Nunca les dejes cogerte vivo'. Y me apliqué el cuento».

En EL MUNDO los signos de puntuación colocados al final de una cita textual (puntos, comas, puntos y comas) se situarán siempre después de las comillas, no antes.

Una cita textual al principio de una oración o después de dos puntos empieza siempre con mayúscula.

En los titulares, y por razones de utilización del espacio, se admitirá el empleo de comillas inglesas simples (') o dobles ("" ) en vez de las comillas españolas o romanas («»).

En relación a las comillas, se debe consultar también en la Parte I (*Normas generales de estilo*) el apartado referido a los problemas de concordancia en las citas, con el frecuente problema de los saltos de tercera a primera persona. Es incorrecto: «El alcalde afirmó que 'estamos hartos de tanta barbarie'».

**XI. Cursivas y negritas.** Aparte de usos tipográficos específicos (entradas de textos largos y pies de autor), las letras negras, también conocidas como negritas, tan sólo se emplearán en ciertas columnas de opinión. En esos casos, la primera cita de un nombre propio aparecerá en negra. Aunque más frecuente, el uso de las cursivas también será restringido.

Al quedar las comillas reservadas a las citas textuales, sus demás usos tradicionales en la prensa se trasladarán a la letra cursiva, salvo en la edición digital, en la que no se utiliza la letra cursiva, sustituida por comillas simples. Se utilizará la cursiva para:

- Los nombres de publicaciones, trátase de libros o de cabeceras de prensa: *Cañas y barro*, *L'Osservatore Romano*. (Sin embargo, no se escribirán en cursiva los nombres de cadenas de radio y televisión, sino los de programas de éstas: La Dos, *Aquí no hay quien viva*).
- Los neologismos y los apodos y diminutivos, salvo cuando aquéllos estén ampliamente aceptados públicamente o cuando los diminutivos formen parte del nombre más frecuentemente empleado por una persona: así, se escribirá *Conejo* Saviola y *Javi* Moreno; los *okupas* y los *sandinistas*.
- Las palabras o expresiones extranjeras que, en ciertos casos, se reproduzcan literalmente: «El secretario general hizo un severo juicio *post mortem* del fracaso electoral»; «los *Länder* alemanes no gozan de más traspasos de competencias que las Comunidades Autónomas españolas». Hay que recordar que en esos casos la ortografía original de las palabras o expresiones debe ser respetada, incluidos acentos o mayúsculas. Así, todos los sustantivos alemanes empiezan con una mayúscula.
- En casos aislados, es tolerable el señalar con cursiva una expresión que se utiliza en sentido figurado o con una acepción diferente de la habitual: «El *entusiasmo* de los manifestantes se tradujo también en una serie de destrozos en la vía pública». Se recomienda, sin embargo, evitar ese uso dentro de lo posible, y en todo caso evitar la repetición frecuente de tal recurso en un mismo texto.
- Las expresiones, en español o de origen foráneo, que se ponen de actualidad para describir un feónemo o un suceso notable, aunque a menudo de vigencia limitada, deben escribirse en cursiva y con minúscula: el *chapapote*, el *tsunami*, la *hoja de ruta*, la *revolución naranja*.
- Un alias se escribe en cursiva, tras el nombre real de la persona conocida por ese alias (siempre que ese nombre real sea conocido).
- La referencia a un término dentro del contexto específico de un documento o un texto determinado se hará utilizando las cursivas: «El Gobierno sugiere eliminar el término *nación* del articulado del nuevo Estatuto de Cataluña».

En ningún caso, y tampoco en éste, se puede utilizar una palabra en cursiva en un titular que aparezca en redonda (o viceversa). Cuando se desee destacar en un titular una palabra que aparecería en cursiva dentro del cuerpo del texto, se emplearán comillas sencillas:

«Del 'entusiasmo' de los manifestantes se pasó a los destrozos».

**XII. Signos ortográficos.** Se aplicarán las normas de la *Gramática de la lengua española*, de la Academia. A continuación, un breve recordatorio general sobre los signos más frecuentes.

El punto indica el final de una oración y también se emplea para marcar los millares, millones y centenares de millones en las cantidades expresadas en cifras (pero nunca en los años: 1.600 soldados, el año 1600) y separa las horas de los minutos en los casos en que las horas también se expresen en cifras. En EL MUNDO las siglas se escriben sin puntos. El punto cierra las oraciones detrás de las comillas, las rayas o los paréntesis incluso cuando, antes de los susodichos signos ortográficos, se haya incluido el cierre de un signo de admiración o de interrogación. Sin embargo, cuando la frase se cierra con un signo de interrogación o de admiración que no esté seguido de comillas, raya o paréntesis, no se coloca un punto. Los títulos de EL MUNDO se escriben sin puntos.

El punto y aparte debe separar todas las oraciones que no establezcan un fuerte nexo de relación entre sí. Por ello, en EL MUNDO los puntos y aparte serán frecuentes. En los textos informativos los párrafos no deben superar, salvo excepciones, las veinte líneas, justificadas al ancho de una columna, de texto.

Las comas no separarán nunca el sujeto del verbo. Su función principal es la de diferenciar los incisos que suspenden el relato principal sin romper el discurso. Cuando el inciso rompa más claramente ese discurso, se debe recurrir a las rayas o los paréntesis. En las relaciones de sustantivos o verbos o adjetivos que vayan unidos por la conjunción «y» no se utiliza la coma: «Había mujeres y niños y ancianos». (Pero: «Había mujeres, niños y ancianos»).

Sin embargo, la coma también puede separar dos oraciones aunque éstas estén unidas por una conjunción copulativa: «Estás muy equivocado, y además te lo voy a demostrar». La elipsis del verbo (ver *Estilo de la cabecera*) se indica con coma.

El uso incorrecto de comas cambia el sentido de una frase y es un problema frecuente en los periódicos. Se produce en particular con el adverbio «como»: «El comandante evitó atacar la loma como le ordenaron» significa lo contrario de «El comandante evitó atacar la loma, como le ordenaron». Por otra parte, el uso de la coma particulariza y su ausencia generaliza: «Los hombres a los que ella prefiere son sensatos» no significa lo mismo que «los hombres, a los que ella prefiere, son sensatos».

El punto y coma, híbrido que marca una pauta más marcada que la de la coma y puede separar dos oraciones como un punto, es un signo ambiguo y que debe utilizarse con cuentagotas. Sirve sobre todo para hacer más inteligibles oraciones en las que ya intervienen varias comas: «Le aseguré, con la voz entrecortada, que ya no se fiaba de ellos, porque le habían traicionado; que no iba a hacerles más caso, porque le engañaban; que no volvería a callarse ante tantos abusos, porque era hora de que todos los conociesen».

El punto y coma también es útil para separar las partes de una relación larga, sobre todo cuando éstas incluyen comas: «Tenía tres razones para oponerse a ello: la primera, que le venía mal; la segunda, que nadie se enteraría; la tercera, que podía resultar ilegal».

Los dos puntos se emplean ante una enumeración o para dar paso a una cita textual. En el primero de esos casos están seguidos de minúscula; en el segundo, de comillas y mayúscula.

**XIII. Guiones, rayas, signos de «menos».** El sistema redaccional de EL MUNDO permite escribir tres signos diferentes, que a veces se confunden: de más estrecho a más ancho, son el guión (-), el signo de «menos» (–) y la raya o guión largo (—). Cada uno tiene una función diferente.

El guión se usa como elemento de unión: el tratado hispano-marroquí. No se emplea tras la palabra «ex» seguida de un cargo, utilizada para describir a personas antes titulares de dicho cargo. En este caso basta con un espacio: el «ex presidente».

El signo de «menos» se utiliza en fórmulas matemáticas y excepcionalmente para expresar temperaturas bajo cero: «Con un intensísimo frío de –22 grados, el viaje se volvió muy penoso». Se prefiere, sin embargo, la expresión «22 grados bajo cero».

La raya (a veces llamada guión largo) sirve para marcar un inciso en la oración. Lo mismo hace un paréntesis. La diferencia estriba en que el inciso que se incluye entre rayas rompe menos el discurso que el que se identifica con paréntesis, y por ello se asemeja más a aquel inciso que se separa sencillamente con comas: «El entrenador deportivista —quien parece haber dominado los matices del castellano en pocos meses— no se inmutó ante la pregunta».

**XIV. Corchetes.** El sistema editorial de EL MUNDO permite utilizar los corchetes, que se emplearán exclusivamente para introducir en una cita textual palabras no pronunciadas por quien la hizo, pero necesarias para su comprensión o que completan la información que la cita incluye: «El dirigente rebelde respondió rotundamente a las preguntas de los periodistas: "[Los militares] están acabados, los hemos rodeado"».

Los corchetes sirven también para introducir en una crónica elementos informativos procedentes de plumas ajenas a la del autor: agencias informativas, otros redactores, otros corresponsales. En ese caso esos elementos irán a punto y aparte y con mención de su procedencia.

**XV. Uso del idioma castellano.** EL MUNDO es un periódico de carácter nacional y que, por tanto, se distribuye en todo el territorio español. En consecuencia, EL MUNDO se escribe en castellano, como idioma oficial y lengua compartida por el conjunto de los españoles. De ahí que, como principio general, debe evitarse el uso de palabras y expresiones de otras lenguas que tengan su término equivalente en castellano. Solamente en circunstancias excepcionales se podrán incluir palabras o frases en otros idiomas si resultan imprescindibles para comunicar información fundamental o transmitir el ambiente reinante en un acontecimiento. También se podrán utilizar las palabras no castellanas expresamente autorizadas en la Parte IV (*Léxicos y Anexos*) de este libro.

Esas palabras o frases se identificarán siempre con el empleo de cursivas y la inclusión a continuación, entre paréntesis (o corchetes, si estuviesen incluidas dentro de citas textuales), de su traducción al castellano:

“Una densa multitud avanzaba por la avenida gritando sin cesar *presoak kalera* [presos a la calle]”.

Los nombres de poblaciones y territorios extranjeros que tengan una versión castellana debidamente acreditada por el uso histórico y por la Real Academia de la Lengua se escribirán siempre en castellano: Aquisgrán, Maguncia, Filadelfia, Nueva York, Tailandia, Nápoles o Ucrania. También sus gentilicios, cuando los tengan.

Sin embargo, los nombres de empresas, clubes deportivos y demás entidades en los que figure una de esas denominaciones geográficas o uno de sus gentilicios se mantendrán en su versión original: La Lyonnaise des Eaux, *The New York Times*, los Philadelphia Eagles.

Los nombres de poblaciones de España están sujetos a la misma regla general. En EL MUNDO se escribirán en castellano, incluidas las poblaciones de aquellas comunidades autónomas con otras lenguas oficiales, siempre y cuando esta denominación esté acreditada históricamente. Por ejemplo, se escribirá Cataluña, y no Catalunya; Galicia, y no Galiza. Este criterio se aplicará también a los nombres de municipios que administrativamente hayan perdido su denominación en castellano pero para los que la grafía castellana sea de uso común entre los ciudadanos del conjunto de España. Por ejemplo, se escribirá Orense y La Coruña, en lugar de Ourense y A Coruña; Ibiza y Mahón, y no Eivissa y Maó.

La aplicación de la norma debe ser, sin embargo, coherente y armónica. No se forzará por tanto la traducción al castellano del nombre de poblaciones que tradicionalmente han sido conocidas en la lengua vernácula de cada lugar: se escribirá Vilanova i la Geltrú, no Villanueva y Geltrú; Sant Boi de Llobregat, no San Baudilio de Llobregat.

Existen dos excepciones a la regla: se autorizará el uso indistinto de Lérida y Lleida, así como el de Gerona y Girona.

Los topónimos y nombres geográficos en general se escribirán igual en todas las ediciones de EL MUNDO: la nacional y las territoriales.

Los nombres propios de personas contemporáneas se escribirán como esas mismas personas lo prefieran, incluso cuando combinan nombres castellanos y no castellanos: Carlos Garaikoetxea (no Karlos Garaikoetxea, ni Carlos Garaicoechea), Joan Manuel Serrat (no Juan Manuel Serrat, ni Joan Manel Serrat).

**XVI. Acentuación.** Normas generales que se deben respetar en cuanto al uso de las tildes:

Llevan tilde las palabras agudas que acaban en vocal, en «n» o en «s» (café, salón, pachás); las palabras graves que no acaban en vocal, ni en «n», ni en «s» (alférez, cárcel); todas las palabras esdrújulas o sobresdrújulas. Cuando el acento deba recaer en una sílaba con diptongo o triptongo, se colocará sobre la vocal más abierta: hacéis, miércoles, repudiáis.

La palabra «sólo» lleva tilde cuando se trata de un adverbio [equivalente a «solamente»] y no la lleva cuando se trata de un adjetivo [equivalente a «solitario»].

Cuando dos vocales forman hiato (es decir, van juntas pero no forman diptongo sino dos sílabas), se aplican las reglas ya citadas para las palabras agudas, graves, esdrújulas y sobresdrújulas con la excepción de los casos en los que la vocal tónica sea la «i» o la «u», que siempre irá acentuada: sonreír, caída.

Solamente llevan tilde los monosílabos con dos significados distintos, y en este caso se trata de un recurso para distinguirlos:

- de (preposición) y dé (del verbo «dar»)
- el (artículo) y él (pronombre)
- mas (sinónimo de «pero») y más (cantidad)
- mi (adjetivo posesivo) y mí (pronombre)
- se (pronombre) y sé (de los verbos «saber» o «ser»)
- si (conjunción) y sí (afirmación)
- que y qué (ver bajo «interrogación y exclamación»)
- te (pronombre) y té (bebida)
- tu (adjetivo posesivo) y tú (pronombre)
- aún (cuando es sinónimo de «todavía»; en este caso es bisílabo) y aun (cuando no es sinónimo de «todavía»: «Aun en los casos más extremos»).

Los demostrativos (este, aquellos, esas ...) no llevan tilde cuando se trata de adjetivos colocados delante de un sustantivo, pero sí la llevan cuando se trata de pronombre (éste, aquéllos, ésas). Aunque la Academia autoriza a no acentuarlos cuando la ambigüedad resulte imposible, en EL MUNDO se mantendrá la tilde en todos los casos, para mantener una unidad de estilo. Sin embargo, nunca se acentúan estos tres demostrativos: esto, eso, aquello.

Interrogación y exclamación: esos usos exigen la acentuación de varias palabras, que en cambio no llevarán tilde cuando no cumplan esa función: «¿Qué es lo que quiere usted?» «Esa caja es lo que quiero». «¡Cuánto has crecido este verano, hijo!» . «Esto era cuanto tenía que decir».

En ese contexto hay que recordar las diferentes funciones de adonde/adónde, cual/cuál, como/cómo, cuantos/cuántos, donde/dónde, quien/quién.

La diéresis se emplea cada vez que la letra «u» se pronuncia entre una «g» y una vocal que no se sea ni «a», ni «o», ni «u»: «Desagüe», «argüir», pero «desaguar», «exiguo».

**XVII. Unificación ortográfica.** Las siguientes normas se aplicarán en los textos informativos (no así en los artículos de opinión cuando sus autores prefieran otra grafía):

Se empleará la letra «q» en todas las palabras que puedan escribirse indistintamente con ésta o con «k» [quiosco, quimono]. Las excepciones serán kilo y sus derivados.

Se suprimirá la letra «p» en las palabras construidas con prefijos griegos, con la única excepción de las derivadas de *psyche*: seudónimo, soriasis, psicosis, psiquiatría.

Irak, Pakistán y Nueva York se escribirán con «k», pero sus gentilicios con «q»: iraquí, paquistaní, neoyorquino.

**XVIII. Nombres procedentes de idiomas con alfabetos no romanos.** Salvo en los casos en que se trate de nombres propios de ciudadanos de países cuyos idiomas sí emplean el alfabeto romano (por ejemplo, el escritor británico Salman Rushdie), se utilizará la grafía fonética castellana y no la francesa, la inglesa, la catalana u otras: Rasputin, no Raspoutine; Gorbachov, no Gorbatxov; Mijáil Jodorkovsky, no Mikhail Khodorkovsky; Kisurin, no Kissourine; Hasán, no Hassan; Husein, no Hussein.

Las reglas generales a aplicar en el caso de estos nombres propios o geográficos son las siguientes:

El sonido de la letra jota, que no existe en otros idiomas, se corresponderá naturalmente con esa letra y no con la *kh* que usan anglosajones y franceses: Jartum, el rey Jaled, el desfiladero del Jíber, no Khartum, el rey Khaled o el desfiladero del Khyber.

La *ou* francesa o la *w* inglesa se convierten en «u»: Abu Simbel, no Abou Simbel; Zimbabue, no Zimbabwe.

La *y* en medio de una palabra se convierte en «i»: Gromiko, no Gromyko.

La *dj*, en cambio, se convierte en «y»: Yibuti, y no Djibouti; Tayikistán, y no Tadjikistan.

La *g* en la grafía inglesa suele equivaler a nuestro sonido «gu» cuando va delante de las letras «i» o «e». Por ello, no se debe escribir Sérgei, sino Sérguei; Kosigin, sino Kosiguin; Gennadi, sino Guenadi.

Se debe descartar la antañona terminación (de origen francés) en *fo off* de los apellidos rusos, colocando una «v» en su lugar: Molótov, no Molótof o Molotoff.

Las consonantes dobles (*mm*, *ss*) se simplifican en una sola, salvo en ciertos casos en que esa doble consonante tiene una función diferenciadora específica. Esos casos aparecen en los léxicos (Parte IV).

La partícula *a*/antes de un apellido árabe se suprime: Bashar Asad, no Bashar al-Asad.

**XIX. Geografía.** Siempre que se mencione una población española se citará entre paréntesis la provincia a la que pertenece, con la excepción de las capitales de provincia y de ciudades de la importancia de Vigo, Jerez de la Frontera, Gijón y otras de entidad suficiente —comparable a la de las capitales de sus respectivas provincias— como para permitir que se obvie la referencia.

Siempre que se mencione una ciudad extranjera no muy ampliamente conocida se citará entre paréntesis el país al que pertenece y, siempre que sea posible, en el caso de los países de gran extensión geográfica, el estado o provincia: Little Rock (Arkansas, Estados Unidos).

Los nombres geográficos chinos se escribirán según la grafía unificada pinyin, salvo los que tenían ya antes de adoptarse éstos nombres tradicionales en castellano. Así, se escribirá Pekín, no Beijing; Cantón, no Guangzhou; Hong Kong, no Xianggang.

[Véase también el Léxico geográfico y toponímico].

**XX. Entrevistas.** En las entrevistas bajo el formato de pregunta y respuesta se incluirán cada una de esas dos palabras, completas, en letra negra, seguidas de un punto, una raya y un espacio, antes de la primera pregunta y la primera respuesta. A continuación se abreviarán como P.— y R.—.

El tratamiento del entrevistado por parte del periodista será siempre, en el texto publicado, de «usted».

**XXI. Números.** En líneas generales, se escribirán con todas sus letras las cifras del uno al nueve, y con guarismos del 10 en adelante.

En el cuerpo de una noticia está prohibido empezar una frase con un número expresado en guarismos, incluso cuando se trata de un año. En vez de escribir «1989 fue un mal año» se podrá empezar una frase así: «El de 1989 fue un mal año». Por otra parte, una frase empezará así: «Catorce personas murieron ayer», y no: «14 personas murieron ayer». En cambio, los títulos (y demás elementos de una cabecera enumerados en el correspondiente apartado) sí pueden, en casos de absoluta necesidad, abrirse con un número expresado en guarismos. En las cabeceras los números se podrán expresar en guarismos, incluso aquéllos inferiores al 10, si es necesario por falta de espacio. Sin embargo, ese recurso no es recomendable como regla general.

Los millones no se expresarán con seis ceros, sino con la palabra «millones»; los miles de millones no se expresarán con nueve ceros, sino con las palabras «miles de millones». En ambos casos, se hará una excepción cuando sea necesario incluir hasta el último dígito: «El coste final de las obras del trasvase en la provincia fue de 8.233.457 euros». La Academia ha admitido la palabra millardo como equivalente de 1.000 millones, pero su uso no está extendido fuera de los ámbitos económicos y EL MUNDO, al ser un diario de información general, la evitará.

Son incorrectas frases como «de 40 a 45.000 personas» cuando lo que se quiera decir es «de 40.000 a 45.000 personas».

En la información deportiva, los tanteos y los datos estadísticos se darán siempre en dígitos, en aras de la brevedad y la uniformidad: «En el segundo tiempo Fernández anotó 14 puntos y Andreu capturó 7 rebotes».

Los números incluidos en frases hechas o en nombres de carácter histórico se escriben con todas sus letras, con la excepción de los decenios: «¡No, mil veces no!», «la Europa de los Quince», «la Guerra de los Treinta Años», pero «los locos años 20», «los psicodélicos 60».

En cambio, se emplean siempre guarismos para los porcentajes (que deben ir seguidos del signo %, y no de las palabras «por ciento»); las fechas; las cifras con decimales y las horas con minutos (en el primer caso, la separación se hace con una coma; en el segundo, con un punto); los puntos kilométricos de las carreteras; los números incluidos en las marcas comerciales y nombres de vehículos (Renault R-5); los grados (de temperatura, de intensidad de los terremotos); los calibres de las armas.

Las cantidades en monedas extranjeras que no sean la divisa común europea se darán acompañadas, entre paréntesis, de su equivalente en euros al curso del día.

**XXII. Abreviaturas.** Como regla general se evitarán las formas abreviadas: se escribirá siempre Administración, nunca «Admón.». Principales excepciones a esta regla:

- Las siglas de los clubes de fútbol y sociedades anónimas: CF (o FC), SA. Estas últimas, sin embargo, se obviarán en la mayoría de los casos.
- los gráficos, cuadros y titulares en los que, por razones de espacio, una palabra como «euros» podrá ser sustituida por su símbolo, .
- las iniciales, en los nombres propios, cuando quienes los ostentan prefieren (o prefirieron) su utilización: José Luis L. Aranguren, George W. Bush, JK Rawling (en este caso, sin puntos entre las dos iniciales, como lo escribe la propia novelista).

## F. NORMAS SINTÁCTICAS

Se aplicarán las normas de la *Gramática de la lengua española*, de la Academia. La más importante para el uso periodístico, como nos demuestra la experiencia, es la de la concordancia, ya tratada en este libro. A continuación, un breve recordatorio general sobre otras reglas fundamentales para el uso periodístico:

**I. Adverbios.** Los adverbios de tiempo se colocarán siempre junto al verbo o el grupo verbal, y de preferencia después de él. Los demás adverbios también se colocarán junto al verbo, pero separados de él por el de tiempo en los casos en que coincidan varios adverbios. No se iniciará la entrada de un texto informativo con un adverbio, salvo «sólo» (o «solamente») en el caso en que su lugar cambie el sentido de la frase.

**II. Preposiciones.** El uso de las preposiciones se presta a errores. Algunos de los más comunes son:

- Los galicismos en el empleo de «a» (olla a presión, cocina a gas), cuando la preposición correcta es «de».

- El uso de «a» en ciertos complementos directos que no se refieran a personas. Se escribe «amo a mis hermanos», pero «amo mi casa», no «amo, a mi casa».
- La omisión de «de» en múltiples casos en que esta preposición es necesaria, como en «la calle de Velázquez» (no «la calle Velázquez»), «estoy harto de que me ignoren» (no «estoy harto que me ignoren»), «me informó de que llegaría hoy» (no «me informó que llegaría hoy»).

No ha de confundirse este error con el opuesto, o *dequeísmo*, consistente en colocar la preposición «de» donde no tiene lugar —entre un verbo y una oración subordinada— y que es un error cada vez más frecuente, probablemente debido a la influencia de otras lenguas vernáculas: «Me parece de que no es así».

Existen verbos cuyo significado varía según estén seguidos de la preposición «de» o no: «Me advirtió de sus buenas intenciones», «advirtió una presencia extraña en el vecindario».

**III. Verbos.** También por influencia de otras lenguas, aparecen con cada vez mayor frecuencia expresiones como «habían siete personas», cuando lo correcto es «había siete personas».

- El uso del condicional, que en castellano no puede utilizarse, a diferencia del francés, en el sentido de duda o de posibilidad: no se puede escribir «la reacción alemana estaría relacionada con las presiones de grupos ecologistas» si lo que se desea expresar es «la reacción alemana puede tener relación con las presiones de grupos ecologistas» (o «la reacción alemana está probablemente relacionada con las presiones de grupos ecologistas»).
- Los defectos en el uso del condicional en relación con el subjuntivo cuando se trate de tiempos compuestos. Han de evitarse frases como «si hubiera tenido tiempo, él lo hubiera terminado», y escribir, más correcta e inteligiblemente, «si hubiera tenido tiempo, él lo habría terminado».
- Por influencia anglosajona, el estilo directo es cada vez más infrecuente, abundando las formas reflexivas. Esa tendencia es reprobable, farragosa y cursi, y debe evitarse siempre que resulte posible. «La comisión hizo saber que ... » es la expresión correcta, y no lo es «se informó por parte de la comisión de que ... ». También se debe decir «la UGT asegura ... » y no «por parte de la UGT, se asegura ... ». Y no digamos ya las aberraciones frecuentes en ciertas narraciones deportivas: «El balón intentó ser rematado por el delantero».

**IV. Buen gusto y corrección en el idioma.** Son conceptos variables según la sensibilidad social de cada momento. De forma general, las normas que EL MUNDO, diario de amplia difusión dirigido a un público muy variado, aplica al respecto son las siguientes:

Ninguna palabra está prohibida, pero la utilización de cualquiera que pueda ser considerada obscena, insultante o de mal gusto debe responder a una necesidad informativa ineludible y quedar expresamente autorizada por el jefe de la sección, quien ante la menor duda consultará con el más alto responsable de la Redacción. Una vez decidida su publicación, estas palabras aparecerán en su integridad, sin recurrirse al procedimiento ñoño de incluir sólo su inicial.

Desde las páginas de los periódicos debe combatirse la perversión del idioma nacida de la jerga de los políticos, los burócratas y algunos técnicos. Salvo en citas textuales, se evitarán absolutamente en los textos informativos palabras como *autoconvocatoria*, *precongresual*, *instancias unitarias*, *referentes triangulizadores* (esto se le oyó a un famoso y venerado dirigente español en los años de la Transición), la hoy popular *gobernabilidad* y demás neologismos generalmente efímeros.

La precisión y la variedad deben servir para evitar el uso de verbos, sustantivos y adjetivos desgastadísimos: no es obligatorio que un acto «finalice», ya que puede también acabar, terminar o cerrarse; en los medios políticos no se manejan invariablemente «especulaciones», sino a veces sospechas, cábalas o presunciones.

En la Parte IV (*Léxicos y Anexos*) se incluyen errores frecuentes, dudas y palabras que se deben evitar.

# PARTE III

# NORMAS DE PRÁCTICA Y ÉTICA DEL PERIODISMO

## CAPÍTULO 6 / NORMAS DE PRÁCTICA Y ÉTICA

### LA PRÁCTICA PROFESIONAL

#### A. LA OBTENCIÓN DE LA INFORMACIÓN

El periodismo consiste en obtener datos informativos y, en hacerlos llegar al público para que pueda conocer y comprender los acontecimientos que le afectan. La tarea de obtención de esos datos es, pues, el punto de partida fundamental del trabajo del periodista. Existen tres categorías, niveles o, como los llama Melvin Mencher (*op. cit.*), «capas» de datos bien distintas, a los que se accede de formas también diferentes:

**Nivel A.** Datos objetivos, materiales suministrados directamente por la fuente: notas y comunicados de prensa, discursos, declaraciones, conferencias de prensa y demás comparecencias orquestadas [ mítines, convenciones de partidos políticos, visitas organizadas].

**Nivel B.** Datos logrados total o parcialmente por iniciativa propia del periodista: acontecimientos y sucesos espontáneos (no orquestados), reporterismo investigativo, comprobación de las informaciones del nivel A.

**Nivel C.** Interpretación y análisis: causas, consecuencias y significación de los sucesos relatados.

Por esas tres capas hay que discurrir para sacar a la luz informaciones que suelen ser tanto más relevantes para la sociedad cuanto más pretendan esconderlas o desfigurarlas quienes las poseen.

I. El nivel A. Una amplia mayoría de los datos informativos que aparecen en un periódico pertenece a esta categoría, de enorme importancia cuantitativa, pues. Se trata de la reproducción fiel de lo más relevante, desde un punto de vista informativo, que encierren un discurso, una nota de prensa oficial o empresarial, un decreto gubernamental, una rueda de prensa, unas declaraciones—exclusivas o

no— El común denominador de esos materiales informativos reside en el control total que la propia fuente ejerce sobre ellos. Ahí está también su mayor riesgo: el de la manipulación del periodista por esa fuente.

Si el periodista se contenta con reproducir esos materiales, su tarea será más la de un editor o reelaborador de textos que la de un reportero. Muchas veces, al no cuestionar o, al menos, examinar críticamente ese material, el periodista hará suyos los errores, los prejuicios, los intereses o incluso las falsedades que en él haya introducido la fuente. Es ésta una práctica que EL MUNDO reprueba, pero cuya existencia no puede ignorar, porque es evidente que casi todos los medios informativos la toleran o incluso la utilizan constantemente. Por desidia, por prisa o por ahorro, se reproducen notas de prensa procedentes de gabinetes de relaciones públicas sin aplicarles más que algún retoque estilístico; se publican declaraciones interesadas o sesgadas de distintos personajes sin contrastarlas con datos o declaraciones ajenos que puedan resultar complementarlos, esclarecedores o incluso contradictorios. Cuando sí que se realiza esa segunda tarea, se pasa al nivel B.

Uno de los elementos de manipulación más frecuentes desde que los medios audiovisuales cobraron gran importancia es lo que el sociólogo norteamericano Daniel J. Boorstin bautizó como «pseudoacontecimiento», un acontecimiento cuidadosamente orquestado para parecerse a un evento espontáneo. Por ejemplo, una visita de un político a un barrio marginal, con encuentros meticulosamente preparados con vecinos y una serie de ocasiones para que los periodistas logren buenas imágenes y citas altisonantes. O esos congresos de partidos políticos en los que todo está arreglado y programado (incluso minutado) de antemano, pero que proporcionan varios días de cobertura intensiva en los medios. En esos casos es deber del periodista dar el paso al nivel 2 y dejar patentes en sus informaciones, junto a los datos relevantes (que suele haberlos, hasta en comparecencias altamente orquestadas), cuáles son los elementos artificiosos, teatrales, que contaminan todo el evento.

**II. El nivel B.** A veces un acontecimiento orquestado se les va de las manos a sus promotores: el político que visita el barrio marginal para demostrar su conciencia social se ve sorprendido, increpado, quizá agredido por un grupo de vecinos. El periodista se encuentra así con que el control de la situación ha escapado a la fuente y con que presencia un acontecimiento real. Estamos en el nivel B, y con él la información da un salto cualitativo.

No hace falta llegar a esas situaciones excepcionales para pasar al nivel B. Cada vez que un periodista cuestiona el material que le entregan, lo verifica, lo completa, lo corrige con nuevos testimonios— siempre que sea posible, de fuentes independientes— o datos documentales, también está dando ese salto. Más aún cuando prácticamente toda la información se nutre de material descubierto por la iniciativa directa del periodista; es decir, cuando se realiza reporterismo investigativo.

Aceptar ciegamente los datos que suministra una fuente interesada—ya se trate del portavoz de una cadena de supermercados que anuncia una campaña de rebajas excepcionales, del presidente de una comunidad autónoma en la que un cámping acaba de ser arrasado por una riada, de un especulador acosado por la Justicia o del jefe de prensa de un ministerio que justifica una expulsión

de inmigrantes ilegales— sin contrastarlos y completarlos (o desmentirlos, si viene al caso) es una falta profesional tan frecuente como injustificable.

**III. El nivel C.** Los lectores no se contentan con enterarse tan sólo de lo que ha sucedido, sino que también quieren saber por qué sucedió, qué significa y qué puede ocurrir a resultas de todo ello. A esta máxima del profesor Mencher habría que agregar que los lectores de periódicos del siglo XXI se contentan aún menos que sus padres o sus abuelos con enterarse de lo que ha pasado, porque a menudo ya conocerán lo esencial de la noticia cuando abran las páginas de su periódico. O éste entra en el nivel C —el de la interpretación, el análisis y la prospectiva— en cuanto una noticia es lo suficientemente importante, o puede irse despidiendo de sus lectores.

Para añadir el elemento de interpretación y explicación necesario para que un artículo noticioso se integre en el nivel C, al periodista le puede bastar recurrir a la opinión entrecomillada de un experto. Pero a veces no bastará esa fuente única y será necesaria una tarea de recopilación y resumen de datos y opiniones.

El uso del archivo electrónico que el sistema editorial de EL MUNDO pone a disposición de cada redactor a través de su ordenador,, y que cubre los contenidos del diario y de otros medios durante los últimos años, es imprescindible para cumplir esa tarea. Pero el recurso a otras fuentes, desde bibliotecas hasta registros, es igualmente fundamental dentro de los niveles B y C de la obtención de información. Pese a ello, sigue siendo insuficiente el recurso de los periodistas en nuestro país a esas fuentes documentales, cuando debería ser una práctica sistemática. (Ver también *B. Las bases documentales del periodista.*)

Existe un riesgo inherente al periodismo de interpretación: el de las conclusiones erróneas, a menudo por un insuficiente o mal dirigido acopio de opiniones y datos. Los responsables de la Redacción deben contrarrestar e riesgo confiando a los reporteros más expertos en cada área informativa la responsabilidad de redactar artículos interpretativos dentro de esa área.

## B. LAS BASES DOCUMENTALES DEL PERIODISTA

Las bases documentales y el material de referencia son utensilios fundamentales del periodista, que éste debe cultivar y ampliar sin tregua. Esa bases son de dos tipos:

- Las bases documentales generales. Guardan relación con los conocimientos de conjunto que un periodista utiliza en su trabajo, y nacen d todo tipo de lecturas y de su experiencia en general. Son absolutamente decisivas, en opinión del profesor Mencher (*op. cit.*), para pode colocar la información en su contexto.
- Las bases específicas, referidas al área de especialización del redactor. Por ejemplo, en el caso de un especialista en tribunales, incluirán desde la estructura del sistema judicial en general hasta las peculiares pautas habituales de actuación de cada magistrado de la Audiencia Nacional, de las que se pueden extraer pistas sobre sus decisiones.

## C. LAS FUENTES: USO, ABUSO Y NORMAS

Las fuentes fiables son determinantes para el éxito del trabajo periodístico. Un reportero es tan bueno como lo son sus fuentes. En el entorno profesional español, dos problemas (la atención al rumor sin corroboración o al chismorreo, por una parte; la dependencia de un número mínimo de fuentes, siempre las mismas, por otro) afectan a veces a la calidad del trabajo del periodista.

Las fuentes pueden ser de dos clases. O factuales (y en ese caso van desde la observación personal hasta las copias electrónicas de artículos de periódico ya publicados, pasando por los documentos y registros oficiales), o personales. Estas fuentes personales, ya sean las de índole más oficial o las más confidenciales, suelen ser menos fiables que las factuales. Se trata, en efecto, de personas que a menudo defienden sus propios intereses y que pueden manipular al periodista de tal forma que éste se acabe contentando con reproducir, sin aplicar su sentido crítico y sin el contrapeso de otras fuentes, lo que le quieran contar.

Una recomendación general en el uso de fuentes humanas es la de buscar siempre la más competente: un experto, un testigo directo, un funcionario con responsabilidad directa en el asunto. Y, en cuanto al peso relativo de una fuente humana y una fuente física o documental, hay que recordar la advertencia de Sir Kenneth Clark, escritor y crítico británico: «Si tuviese que decir quién dice la verdad sobre la sociedad, si es el ministro de Vivienda o si son los edificios realmente construidos durante su mandato, yo me creería lo que dicen los edificios».

La fiabilidad de una fuente humana es un factor esencial. El periodista no debe, por una parte, dejarse cegar por el brillo de unas credenciales: un banquero puede decir cosas de gran interés sobre la banca, pero dejarse llevar por sus prejuicios y errar totalmente al emitir un veredicto sobre la situación de la economía en general. Un buen recurso para el periodista es el de acudir a documentos u opiniones fiables ya publicadas para, a partir de ellos, hacer un par de preguntas a la fuente que sirvan de *test* y demuestren si está generalmente bien informada o no.

El cultivo de fuentes humanas es una tarea esencial para llegar adonde no llegan los colegas con menor número (y menor calidad) de relaciones dentro del área informativa a la que uno se dedica. Un conocido cronista parlamentario del *Wall Street Journal*, Fred L. Zimmerman, explicaba así algunos de los secretos de ese cultivo:

«Si uno logra establecer una relación amistosa con la secretaria del presidente de una comisión, te dirá rápidamente dónde se le puede localizar, o a veces te pondrá en contacto por teléfono con él, cosa que no haría para un periodista al que no conozca. Es imposible cubrir bien el Congreso si el cronista no se esfuerza mucho por establecer buenas relaciones con docenas de esas personas cuyos nombres no aparecen nunca en los periódicos».

En una publicación interna de la agencia Associated Press, su veterano corresponsal diplomático, Arthur L. Gavshon, dio una serie de definiciones y consejos sobre las fuentes humanas:

· «Cualquier persona situada en el interior de una situación noticiosa es una fuente en potencia. Pero sólo se convierte en fuente real cuando aporta algo de información relevante, o mucha».

- Las fuentes se desarrollan «igual que se conoce a un amigo y alimenta una relación en la vida cotidiana (suponiendo que un periodista pueda vivir una vida así), a través del ejercicio de la paciencia, comprensión y una razonable capacidad de conversar de intereses comunes».
- «No precipiten las cosas. No cometan el terrible error de pensar sólo en función de] titular de mañana. Un corresponsal político o diplomático serio verá las relaciones con las fuentes sobre el trasfondo de los años futuros. Los amoríos de una sola noche pocas veces satisfacen a nadie».

Un principio general e importante en lo que se refiere a las fuentes es el del rechazo de la fuente única para toda información que vaya más allá de la rutina cotidiana. Una información procedente de una sola fuente rara vez es buena. Y cuando se refiere a un litigio, del tipo que sea éste, hay que conceder a todas las partes en conflicto la oportunidad de manifestarse en tomo a él.

Sin embargo, en el caso de informaciones cuya integridad o exclusividad puedan verse gravemente amenazadas si se difunden antes de su publicación, la Dirección del diario podrá decidir que no sean facilitadas a terceros a efectos de contraste antes de producirse su publicación. Una vez publicadas, se recabarán de inmediato todas las reacciones informativamente pertinentes.

## D. ATRIBUCIÓN U OCULTACIÓN DE LA FUENTE

La atribución de la noticia a fuentes definidas le confiere un especial valor: toda información cuya fuente está identificada gana credibilidad ante los lectores. Por ello, es preciso esforzarse al máximo por poder identificarla, evitando al lector esa desasosegante impresión de que el periodista se pasa de listo, se inventa lo que narra o es poseedor de la ciencia infusa.

Es deber del periodista atribuir con la mayor precisión posible todo dato que incluya en su información a la fuente o las fuentes de las que lo ha obtenido, ya sean éstas personas o documentos. En los casos de confidencialidad el periodista debe esforzarse por atribuir con la mayor precisión posible la información, evitando fórmulas como «fuentes fidedignas» o «fuentes bien informadas». De acuerdo con la propia fuente, se deberá procurar hallar la fórmula que sitúe con la mayor exactitud posible el origen de la información: «Una fuente del Ministerio del Interior» es preferible a «una fuente gubernamental», y ésta lo es a «fuentes próximas al Gobierno».

La tarea de la atribución no es sencilla nunca porque choca con el derecho y el deber de confidencialidad para proteger a las fuentes que deseen permanecer en el anonimato, un derecho garantizado por la Constitución. Lo ejerce el periodista pero la que queda amparada es la fuente y, en fin de cuentas, la sociedad en su conjunto. Este problema se agudiza en el contexto español porque son legión esas fuentes que se sienten lo suficientemente desprotegidas como para demandar ese anonimato.

¿Cuáles son las soluciones? No existe la panacea universal, pero dos recursos que se deben procurar en cada caso son los siguientes:

- Búsqueda de fuentes corroborativas. Una vez obtenido un dato fundamental de una fuente que haya solicitado la confidencialidad, se pueden buscar otras fuentes diferentes, que lo confirmen y que sí

puedan ser identificadas. Probablemente este recurso sea más factible a través de fuentes documentales que humanas, pero el periodista tampoco debe descartar el hallazgo de alguna de estas últimas.

- Exigencia de una atribución más precisa. A menudo es posible, incluso tratándose de una fuente que exige la confidencialidad, pactar con ella que acepte ser identificada, si no totalmente, sí con una cierta precisión, que contribuirá a reforzar la credibilidad de la información ante el lector.

Puede darse, sin embargo, una práctica nacida de este principio pero encaminada a disimular aún más la fuente, y no a precisarla. Por ejemplo, si un periódico informa de un litigio entre unos damnificados y la Administración, en alguna ocasión mencionará «fuentes próximas a los damnificados» cuando en realidad los datos que publica proceden de personas de la Administración... o viceversa. Un encubrimiento de ese tipo sería deontológicamente rechazable y se podría equiparar con la suplantación de personalidad para obtener información. (Ver los siguientes capítulos, sobre *Deontología profesional* y *La responsabilidad legal*, de esta Parte III).

## E. NORMAS DE ACTUACIÓN FRENTE A LAS FUENTES

A modo de resumen o vademécum, he aquí lo esencial de la actuación que el periodista de EL MUNDO debe intentar frente a las fuentes:

- La identificación precisa de las fuentes mejora la información, le da credibilidad. El redactor está obligado de forma permanente a esforzarse para concretar la fuente ya que es un elemento importante de la noticia.
- Hay informaciones en la que la fuente condiciona su disposición a facilitar la información a cambio de no revelar su identidad por motivos de seguridad o por temor a represalias. En este caso así debemos hacerlo, pero tenemos que indicarlo en el artículo porque es un dato que completa lo escrito y el lector lo agradece.
- Hay situaciones intermedias en que se puede citar la fuente aunque situándola en el sector, la institución o el lugar de procedencia. En estos casos conviene huir todo lo posible de las generalidades y ubicar las fuentes lo más concretamente posible.
- En ningún caso se puede recurrir a ubicar las fuentes en las antípodas de la realidad, porque en ese caso también engañamos a los lectores.
- En las informaciones polémicas en las que existan versiones diferentes es obligado ponerse en contacto con las partes implicadas para que manifiesten su posición.
- Nunca debemos conformarnos con una fuente cuando intuyamos que no es de fiar o está muy interesada en que informemos en una determinada dirección.
- La relación con las fuentes puede derivar a menudo en una estrecha amistad. Esto puede ser una ventaja siempre que estemos muy vigilantes de que no condicione nuestro trabajo profesional. Si

un periodista antepone la amistad con la fuente al rigor de su información o de sus artículos de opinión comete un grave error que debe ser corregido.

- De las fuentes sólo se pueden aceptar regalos cuyo valor no supere las fórmulas de cortesía. En caso de duda hay que consultar con la Dirección del periódico.
- Cuando las fuentes inviten al periodista a cubrir informaciones pagando los gastos de desplazamiento, alojamientos, etcétera, el redactor debe informar inexcusablemente al responsable de su sección y éste a la Dirección del periódico, que será la única que puede autorizar el viaje. En ningún caso se pueden aceptar invitaciones de viaje cuando puedan condicionar el trabajo periodístico o afectar a la fiabilidad. Aunque la invitación la reciba personalmente un redactor, es al periódico al que corresponde decidir si interesa o no acudir porque es el medio lo que la fuente persigue. Al lector puede interesarle saber que el viaje ha estado organizado o patrocinado por esta entidad.
- Si la fuente no identificada ante el lector afirma que no ha dicho lo que el periódico ha publicado, siendo incierto, se puede decidir revelar su identidad.
- No se debe pagar a las fuentes por las informaciones que faciliten. Sólo la Dirección de la empresa puede autorizar excepcionalmente lo contrario.
- Los periodistas deben tener garantizado por la empresa la intimidad de sus documentos informáticos como archivos, informes, agendas y direcciones de sus fuentes.

## F. PRINCIPIOS DE LA ENTREVISTA

La expresión «entrevista» posee, en periodismo, dos significados diferentes. El primero es el de una técnica informativa, consistente en la obtención de una o varias personas de datos para un artículo. El segundo es el de un género periodístico específico. En este capítulo nos referimos al primero de esos significados.

A la hora de entrevistar a una persona y de lograr resultados interesantes, el periodista debe preparar sus preguntas concienzudamente, y luego hacerlas de una manera que induzca al entrevistado a hablar sin trabas, obteniendo su atención primero y su confianza después.

El tema informativo sobre el que se desea que el entrevistado proporcione datos u opiniones debe quedar claro de antemano en la mente del periodista, y hacia él debe dirigir sus preguntas. Debe también, sin embargo, reconocer el momento en que otro tema más importante surja en la conversación, para poder cambiar de rumbo y ampliarlo con nuevas preguntas sobre la marcha. Debe escuchar y observar atentamente al entrevistado.

En resumidas cuentas, una entrevista que funcione depende de tres condiciones principales:

- Que las preguntas no agredan al entrevistado, sino que le hagan sentirse cómodo a la vez que le demuestran que el periodista sabe de lo que está hablando.

- Que el periodista esté dispuesto a representar un «papel» que ayude a romper el hielo. Generalmente, el estilo directo, eficaz y tranquilo de un buen periodista será el más aconsejable, pero en el caso de algunos entrevistados será necesario adoptar un tono diferente, más tranquilizador o más comprensivo según los casos.
- Que el entrevistador sea paciente y observador, evitando un exceso de preguntas, dejando al entrevistado hablar lo más posible sin interrupciones, y fijándose en las reacciones de éste ante el entorno o ante terceras personas.

**I. Las reglas del juego de la entrevista.** Una de las tareas del periodista en las entrevistas informativas, cuyo objetivo es obtener datos para un reportaje o una información, será siempre la de resolver los problemas de atribución de esa información (ver el apartado D). El entrevistado tiene derecho a establecer si se le puede citar con nombre y apellido (lo que los anglosajones llaman *on the record*) o si se pueden mencionar sus palabras pero sin atribuírselas, que es *on background*, no *off the record*. En efecto, y pese a las confusiones existentes en nuestro entorno sobre esa expresión, unas declaraciones *off the record* no son aptas para publicarse bajo forma alguna, con o sin atribución.

Sin embargo, la norma del redactor de EL MUNDO será la de no aceptar que una fuente, después de manifestarse libremente, solicite que sus palabras queden *off the record*. Tan sólo si la fuente, antes de hablar, especifica esa condición habrá de ser respetada ésta. Naturalmente, en ese caso el periodista también puede decidir que no le interesa proseguir con la entrevista con una persona que se niega a la publicación de lo que se apresta a decir.

**II. Citas reconstruidas.** Las citas reconstruidas o compuestas por el propio autor sobre la base de datos obtenidos de los participantes en conversaciones o reuniones en las que ese mismo autor no estuvo presente se han convertido en un recurso frecuente de libros periodísticos a ambos lados del Atlántico. Esa práctica está prohibida en EL MUNDO cuando se trate de informaciones o crónicas; en reportajes más amplios podrá admitirse siempre que se advierta clara y previamente en el mismo texto de la naturaleza de esos diálogos reconstruidos, que se pueden concebir como un recurso parcialmente literario y parcialmente informativo.

## F. OTRAS CUALIDADES PROFESIONALES IMPRESCINDIBLES

Más brevemente se pueden enumerar algunas cualidades que el buen periodista debe desarrollar y ejercer en la obtención y la elaboración de las noticias:

- La capacidad de observación es esencial, pero ésta no cae del cielo ni depende tan sólo de un sexto sentido del redactor. Un buen periodista debe saber de antemano qué interesa a los lectores y estar alerta para descubrir en todo momento los elementos noticiosos, significativos, y sobre todo fuera de lo común: distinguen una información de interés de otra del montón.
- El periodista debe saber enfrentarse al fárrago del lenguaje administrativo, jurídico o técnico inherente a muchas fuentes documentales y a la naturaleza misma de muchas informaciones,

sobre todo en periodismo especializado. Es imprescindible, exigible incluso, que el redactor comprenda bien todo lo que va a contar antes de ponerse a redactarlo. Y es igualmente imprescindible la mayor llaneza en el texto informativo. Se puede hablar de una necesidad de «digestión previa» por parte del periodista de los tecnicismos, que no deben transmitirse al lector más que cuando sean absolutamente necesarios, y siempre acompañados de una explicación para legos.

- La intuición y las sensaciones son poderosos acicates para el buen periodista, que *huele* la noticia, pero encierran un evidente peligro de distorsión o error, por lo que deben someterse al logro de datos y a ese pensamiento disciplinado que permite al buen periodista relacionar hechos aparentemente inconexos y abrir los ojos del lector.

## CAPÍTULO 7 / NORMAS DE PRÁCTICA Y ÉTICA

### DEONTOLOGÍA PROFESIONAL

#### A. PROBLEMAS ÉTICOS

**I. La moralidad y la democracia, bases del periodismo.** A partir de 1644, fecha de la publicación de *Areopagitica* de John Milton, subtulado *Una defensa de la imprenta sin límites*, la libertad de prensa se ha convertido en lema constante, aunque a menudo frustrado, del desarrollo democrático en Inglaterra y luego en el resto del mundo. Su plasmación en la Primera Enmienda de la Constitución estadounidense («el Congreso no hará ninguna ley [ ... ] que limite la libertad de expresión o de prensa») sigue constituyendo un hito legal no superado.

Si bien todo lo que se publica, salvo lo que incurra directamente en delitos como la calumnia y la injuria, debe ser defendido según los principios de la libertad de prensa, no todo lo que se publica es periodismo. El ejercicio de éste se distingue, no sólo por la libertad, sino por una moralidad civil, un sentido de la responsabilidad que no siempre ha reinado en los medios informativos. Durante años se instó a los periodistas a la autorregulación para evitar lo que muchos percibían como una persecución moralmente reprobable de las informaciones «caiga quien caiga», desdeñando la intimidad de las personas o incluso algo tan sencillo como la verdad; buscando el sensacionalismo y los beneficios financieros.

Muchos políticos y ciudadanos han considerado que periodistas y editores respondían con apatía y desidia a esas exigencias de autorregulación y han reaccionado con propuestas de recortes legales de su libertad, cuando no con la aprobación de esos mismos recortes.

**II. Códigos y autocontrol.** El servicio a la sociedad mediante la búsqueda constante de la verdad, la consideración constante del delicado equilibrio entre perjuicios para algunos y beneficios para el conjunto de la opinión que entraña la publicación de cualquier noticia conflictiva, son efectivamente

deberes del periodista. En EL MUNDO son también tarea y preocupación comunes de sus profesionales, plasmadas en su Estatuto de la Redacción.

Estatutos como éste, o códigos deontológicos como los adoptados, en España, por la Federación de Asociaciones de la Prensa (FAPE) y por el Colegio de Periodistas de Cataluña tienen un denominador común: han sido libremente pactados y suscritos por periodistas y editores y les comprometen personal y moralmente, a diferencia de las limitaciones jurídicas coercitivas. Estas han de ser evitadas siempre que sea todavía posible, porque cuando se dicta una ley represiva en el terreno de la expresión y la información no sólo se persigue una conducta reprobable, sino que se reduce un ámbito general de libertad. El remedio, en esos casos, es desproporcionado a la enfermedad y establece unos diques duraderos que castigan a toda la sociedad, que ve mermadas sus posibilidades de recibir información de hechos ocultos y relevantes, más que a unos cuantos periodistas desaprensivos.

El autocontrol profesional no sólo se realiza a través de códigos generales o gremiales, sino dentro de cada medio.

Algunos han acudido a la figura del *ombudsman*, creada en la prensa estadounidense hace tres decenios a semejanza de la institución escandinava de un defensor del pueblo. Pero en los propios Estados Unidos la mayoría de los grandes medios la ha rechazado al comprobarse la dificultad de que las personas que hacían la autocrítica en nombre de los lectores mantuviesen una verdadera independencia frente a la Dirección y la propiedad del medio, incluso en los casos en que procedían de fuera de éste (a menudo, jueces o periodistas prestigiosos y ya jubilados). El defensor se convertía demasiado a menudo en una coartada de la publicación, pero no se enfrentaba a sus más serias deficiencias.

Son posibles también otras fórmulas, siempre centradas en un principio: el de ejercer de manera constante el análisis crítico de los medios —los ajenos y el propio— y publicar el resultado de esos análisis. Ello se complementa eficazmente, en el caso de EL MUNDO, con la publicación de las opiniones más críticas sobre el propio periódico que manifiesten sus lectores.

## B. LÍMITES EN LA OBTENCIÓN DE INFORMACIONES

A los efectos de este libro, se puede tan sólo recoger de forma resumida algunas prácticas profesionales polémicas:

**I. Personalidades fingidas y disfraces.** La polémica sigue sin resolverse totalmente en los casos de los ardidés de este tipo a los que recurren informadores desde que el periodismo existe. Los extremos de esa práctica: de la periodista que fingió ser una enfermera para introducirse en un hospital de Washington y sacar a la luz las condiciones inhumanas en las que se mantenía a los enfermos, a los periodistas que —disfrazados de camilleros— se introdujeron en la habitación de una clínica londinense para sacar fotos de un personaje popular de la televisión que se moría de sida, luego publicadas sin su consentimiento y sin otro fin que el de satisfacer la curiosidad malsana de los lectores de cierta prensa.

Si los periodistas rechazan los privilegios y las limitaciones que no se aplican al resto de los ciudadanos, ¿por qué habría de tolerarse que se beneficiasen de subterfugios que en otras personas serían ilegales, o al menos rozarían la ilegalidad? Se puede argumentar una larga historia de servicios periodísticos importantes para la sociedad que, sin esos subterfugios, no se habrían podido prestar. Pero igualmente se puede citar la creciente lista de abusos cometidos por redactores que se hacen pasar por policías, abogados, sacerdotes, médicos o enfermeros.

La frontera entre lo éticamente aceptable y lo inaceptable podría estar en el servicio que se preste a la vida humana: cuando la información no se pueda obtener de ninguna otra forma y estén en peligro la vida o la salud de ciudadanos, el uso de disfraces o falsas identidades será una opción que se podrá considerar.

**II. «Robos» de imágenes y palabras.** Introducirse subrepticamente en el domicilio de una persona —por ejemplo de la víctima mortal de un atentado, para hacerse con alguna fotografía de esa persona— o en cualquier dependencia —un juzgado o la sede de un partido político, para obtener un documento— es un delito de allanamiento debidamente tipificado. No es necesario, pues, insistir siquiera en que se trata de una práctica inaceptable para un periodista. Pero sí que conviene recordar que es éticamente inaceptable hacerse con ese tipo de documentos cuando el periodista haya accedido legítimamente al lugar donde se encuentren, pero sin obtener el permiso explícito de sus propietarios o guardianes legales.

También es inaceptable el uso de teleobjetivos, micrófonos ultrasensibles u otros medios técnicos para captar imágenes de personas dentro de edificios o fincas privados (y no sólo entre cuatro paredes).

**III. Invasión de la intimidad.** La vida privada de los personajes públicos está protegida como la del resto de los ciudadanos a menos de que se den algunas de las siguientes circunstancias:

- Cuando el personaje público, más si es un político, contravenga con sus actuaciones sus propias manifestaciones públicas.
- Cuando el propio personaje se convierta en noticia al exponerse en espacios públicos.
- Cuando el propio político, por voluntad propia, haga dejación de su intimidad.
- Cuando la vida privada de cargos con responsabilidad pública pueda afectar a los gestionados o accionistas que dependan de ellos.

No se debe dar a conocer la orientación sexual de los personajes a menos de que la expresen públicamente.

**IV. Protección de la infancia.** Es ésta una prioridad cercana en esencia a la anterior, pero que admite muchas menos excepciones. Los medios informativos españoles han demostrado a veces una profunda insensibilidad ante los derechos de los niños. Por ejemplo, la identificación plena de delincuentes —o incluso supuestos delincuentes— juveniles ha sido frecuente en las páginas de los

periódicos. Estos deben dotarse de normas internas estrictas para evitar la desprotección de niños y adolescentes en sus informaciones. Frecuentemente el laxismo de los medios en los tratamientos informativos, al no diferenciar automáticamente la forma de referirse a sujetos adultos e infantiles, contribuye a esa desprotección.

La infancia no deja, sin embargo, de constituir un campo más para la información. Y los límites de esa información pueden, como siempre, prestarse a polémicas. Cuando un joven de 14 años fue detenido por actos de violencia en el País Vasco, numerosos medios publicaron su nombre, cediendo a una prioridad informativa extraordinaria: el joven era hijo de un miembro de ETA condenado a prisión. Un diario vasco les reprochó esa identificación de un menor... pero no tuvo reparos, por su parte, en publicar una fotografía de éste en el que se le identificaba perfectamente. La prioridad de ese diario era distinta: demostrar gráficamente las alegaciones de malos tratos sufridos por el joven a manos de la Ertzaintza. EL MUNDO ocultó el rostro del joven en la fotografía que ilustraba una entrevista con su madre. Siempre que la información puede dar lugar al menor litigio, es obligatorio disimular los rostros de los menores en las fotografías publicadas.

En resumen, se deben seguir las siguientes pautas principales:

- Es necesario ocultar el nombre de los menores implicados en sucesos, siendo indiferente que lo sean como víctimas, testigos o acusados.
- Se podrá facilitar sus iniciales siempre que éstas no identifiquen claramente a un menor por su notoriedad
- Se les tapaná los ojos para que no puedan ser identificados cuando la difusión de la noticia suponga algo negativo para el menor.
- Cuando se trate de agresiones sexuales la protección debe extremarse al máximo.
- En caso de discrepancia sobre la difusión de la imagen del menor hay que pedir la autorización de los padres o tutores.

**V. Conflictos de interés.** Los periodistas, particularmente los especializados en economía y finanzas, deben dar a conocer a la Dirección de EL MUNDO cualquier interés (inversiones, relaciones empresariales) que ellos o sus próximos parientes puedan tener y que plantee un conflicto de intereses potencial con su labor profesional.

Del mismo modo, la militancia activa en partidos o movimientos políticos, que en las redacciones españolas ha sido libremente tolerada, debido a una reacción comprensible a los muchos años de carencia de libertades en nuestro país, está expresamente prohibida en grandes diarios de impecables credenciales democráticas en otros lugares. Recientes acontecimientos españoles pueden aconsejar una revisión de las actitudes a la vista del riesgo muy real que entraña, para la independencia y la ecuanimidad del periodista, su activismo político, en los casos en que se dedique a la información política.

Los periodistas que cobren el plus de dedicación exclusiva no pueden colaborar en otros medios de comunicación. De forma excepcional la Dirección del periódico podrá autorizar esa colaboración siempre que suponga un plus para el periódico. Las autorizaciones se entenderán de septiembre a julio y habrán de renovarse cada año. Tanto las peticiones como las autorizaciones deben constar por escrito.

**VI. Favores por parte de las fuentes (o fuentes potenciales).** Los viajes, las invitaciones o los regalos a los periodistas por parte de personas, empresas u organismos con interés en ver reflejados sus intereses en los medios informativos suponen un riesgo evidente para la independencia de los periodistas. Todos esos favores, cuando sobrepasen un valor meramente testimonial, deberán ser comunicados a la Dirección del diario. Si no se prohíben expresamente y de forma generalizada es porque en ciertos casos pueden ser aceptables; por ejemplo, cuando sólo mediante un viaje organizado por alguna entidad puede el periodista tener la ocasión de acceder a un lugar, unas personas o una situación noticiosamente valiosos. Todos los viajes de redactores están sujetos a la autorización previa de la Dirección.

**VII. Problemas del «buen gusto».** ¿Qué incluir, qué soslayar por motivos de *buen gusto* en los textos y las imágenes publicados en el periódico? La experiencia reciente nos demuestra hasta qué punto los valores sociales han sido cambiantes, a menudo de forma radical, en el curso de muy breves años en cuestiones de sexo, de desnudez corporal (y de moralidad en sentido amplio) o de prejuicios sociales. Por ello no es posible establecer fronteras fijas e inamovibles.

Conviene sin embargo, dentro de unos valores generales, recordar que un periódico de información general debe aceptar limitaciones que no son las de una publicación de ámbito más especializado. Pese a la dedicación de EL MUNDO a publicar todo lo que es noticioso y con relevancia pública incuestionable, la frontera, que no se debe traspasar, entre crudeza y truculencia —en particular en la información gráfica— debe quedar siempre presente en la mente de los responsables de la Redacción. Por otra parte, existe una distinción entre el interés público genuino y el morbo. El segundo no puede nunca justificar por sí solo la publicación de un texto o una fotografía.

**VIII. Suicidios.** Un suicidio no debe ser noticia en sí mismo. Acaba siéndolo cuando el autor es un personaje relevante o cuando se convierte en un hecho significativo por la forma de llevarse a cabo, la edad o el problema social que se esconda detrás.

A la hora de informar de un suicidio hay que tener en cuenta previamente dos cuestiones. Primera, que hay que valorar el común criterio de psiquiatras y psicólogos que nos advierten de que la noticias sobre un suicidio atrae a otras potenciales víctimas. Segunda, que no hay que precipitarse y calificar de suicidio una muerte sólo por las apariencias. Hace falta profundizar en la noticia.

Hace años el Consejo de Prensa británico condenó la publicación de la foto del cuerpo roto de la heredera de un imperio cervecero que se había suicidado lanzándose por un acantilado en Italia. Determinó que, pese a la relevancia pública del imperio empresarial del que era heredera, no existían en realidad razones, salvo las de la curiosidad malsana, para ofrecer la imagen atroz del cuerpo de la desdichada suicida, quebrando de paso su derecho a la intimidad.

**IX. Expresiones racistas o de supremacía étnica, social o religiosa.** Las expresiones despectivas sobre etnias, religiones o grupos determinados' están prohibidas, y deben vigilarse de cerca aquellos casos en los que aparentemente una mención no es racista, pero en el contexto resulta serlo: por ejemplo, la mención de detenidos «gitanos» o «marroquíes» en sucesos en los que el origen de los implicados es tan irrelevante como si fuesen aragoneses, rubios o adventistas. Naturalmente, deben evitarse absolutamente las expresiones despectivas como «le engañaron como a un chino», «una merienda de negros» o «fue una judiada».

**X. Imágenes.** Verdaderamente es un capítulo complicado porque la frontera entre las ilustraciones relevantes informativamente y las morbosas que suscitan rechazo es a veces indescifrable.

Pero merece la pena que a este capítulo le dediquemos unos momentos de atención porque en más de una ocasión se publican en los periódicos imágenes más que discutibles.

**Los requisitos para publicar una fotografía son:**

- Que sea noticia en sí misma
- Que acompañe a una información relevante
- Que añada información insustituible y enriquecedora
- Cuando excepcionalmente se quiera ejemplarizar sobre tragedias

**Cuándo nos debemos plantear no publicar una fotografía:**

- Cuando su valor resida sólo en un morboso impacto visual
- Cuando hiera la sensibilidad y no aporte apenas información
- Cuando aumente el dolor de los familiares de las víctimas

Las fotos sólo se podrán tratar para mejorar la calidad, nunca para forzar la información que aportan. En este sentido, no se podrán manipular para cambiar la orientación de las personas de derecha a izquierda o viceversa.

Las imágenes de archivo deben especificar su contexto original o la fecha de su toma para evitar el perjuicio para las personas que aparecen en la foto que puede dar lugar a demandas.

Igual que en los textos informativos, las fotos deben ir firmadas por el autor.

**XI. Los rumores.** Los rumores no pueden ser noticia porque se trata de algo que no se ha podido confirmar. Por tanto, antes de escribir sobre cualquier noticia hay que confirmarla. El rumor o la información sin contrastar pueden lesionar la dignidad de las personas o desacreditar a instituciones.

No es aceptable el refugiarse en fórmulas como «se comenta», «al parecer» o en el uso del tiempo potencial.

Hay ocasiones en que el rumor puede formar parte de la noticia por las consecuencias que provoca. Por ejemplo, cuando un valor bursátil entra en picado tras un rumor. En este caso el rumor forma parte de la noticia y hay que aludir a ella explicando la falsa información que desencadenó tales efectos.

**XII. Publicidad encubierta.** El lector tiene derecho a saber cuándo el texto que lee está redactado por un periodista de acuerdo a la deontología de su profesión o cuando se trata de un texto redactado con la finalidad de vender un producto o una marca.

Por tanto se debe especificar en el caso de la publicidad de que proviene de este campo. Para ello se suele utilizar las palabras *publicidad*, *publirreportaje* o *remitido*. Hay que utilizar una tipografía diferente.

No se puede confundir la publicidad con la promoción de productos propios del marketing que gestiona la empresa.