



MANUAL DE ESTILO

MADRID
MARZO 2006

El presente manual recoge los principios editoriales, normas de estilo, organización de redacción, estructura informativa y de contenidos del portal de información taurina www.Burladero.es. Las presentes normas serán de obligado cumplimiento para cualquier redactor, ya sea periodista profesional o no, habitual u ocasional, colaborador del mismo.

SUMARIO

PRINCIPIOS FUNDACIONALES	3
PRINCIPIOS TAURINOS.....	4
PRINCIPIOS PERIODÍSTICOS.....	6
EL ESTILO PERIODÍSTICO	10
LOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS	13
LA NOTICIA	15
EL BREVE.....	18
LA CRÓNICA	19
LA RESEÑA	20
EL REPORTAJE	21
LA ENTREVISTA	22
EL ANÁLISIS	23
GÉNEROS DE OPINIÓN	24
DOCUMENTACIÓN.....	26
PUBLICIDAD.....	26
NORMAS TIPOGRÁFICAS.....	27
USO Y EMPLEO DE LA FIRMA.....	28
BIBLIOGRAFÍA	29

El presente manual recoge los principios editoriales, normas de estilo, organización de redacción, estructura informativa y de contenidos del portal de información taurina www.Burladero.es. Las presentes normas serán de obligado cumplimiento para cualquier redactor, ya sea periodista profesional o no, habitual u ocasional, colaborador del mismo.

PRINCIPIOS FUNDACIONALES

1. **Burladero.es** nace con el objetivo de difundir la Fiesta Taurina a través de la información, aplicando a ella las nuevas tecnologías de la comunicación. Éste **es un portal de información** que nace con la premisa de **defender la Fiesta Taurina** y trabajar por y para ella, partiendo de la independencia absoluta y una veracidad marcada únicamente por criterios periodísticos.
2. La difusión internacional de **Burladero.es**, aprovechando las ventajas que ofrecen las nuevas tecnologías de la comunicación, hace necesario la existencia de este **Manual de Estilo**, que busque no sólo definir y asentar los criterios en los que se basará y sobre los que trabajará este nuevo medio, sino que realizará un esfuerzo tendente a la homogeneidad de criterios idiomáticos, con el fin de **facilitar la comprensión de todos los usuarios** hispanohablantes del planeta.
3. **Burladero.es** cuidará de forma especial el **uso correcto del lenguaje**. Se cumplirán reglas básicas para la consecución de claridad, pulcritud, concisión y sencillez formales, aunque sin perder las señas de identidad que han caracterizado a los antecesores de este medio: un lenguaje correcto pero basado en la sencillez, accesible tanto al conocedor de la materia como al profano en la misma.
4. Tanto el grupo gerente como operario de **Burladero.es** se caracterizarán por la **autoexigencia en la selección de temas y su tratamiento** periodístico. Por ello es necesario que se coincida en la aplicación de unos principios editoriales y de las correspondientes normas de estilo, para que este trabajo común se manifieste del modo más uniforme posible.
5. **Burladero.es** debe poseer un **estilo propio** en cuanto al carácter de los temas que en él se aborden y a su tratamiento. Este enfoque velará cuidadosamente por la primera premisa de los presentes objetivos, respetando la veracidad periodística y con el objetivo de defender y difundir la Fiesta Taurina.
6. No se coartará la individualidad del redactor y/o colaborador de **Burladero.es**, pero de ningún modo se aceptará la idea de que la individualidad se afirma mejor con una actitud espontánea ante el lenguaje. **Todo redactor y/o colaborador debe estar sujeto a las normas de estilo** como medio de control a la norma léxica y gramatical.
7. **La calidad** del redactor se basará en la riqueza temática de su documento así como de la naturalidad de su manejo. Un buen profesional es aquel que acepta cualquier tipo de circunstancia –aunque sea contraria a sus principios–, con total aceptación y permisividad.
8. Las presentes normas parten de unas premisas definidas por la Dirección del medio, pero en ningún momento se desestimarán las críticas de cuantos trabajen y/o colaboren en nuestra redacción, para perfeccionar las normas en sucesivas ediciones.

Madrid (España), Marzo de 2006

PRINCIPIOS TAURINOS

Pese a que todas las corrientes de opinión tienen cabida en Burladero.es, consideramos necesario hacer público, en este compromiso del medio con sus usuarios, los principios que tratará de defender, divulgar y fomentar en su labor diaria de información taurina.

1. Consideramos la Fiesta de los toros como una **manifestación cultural**, propia de la sociedad hispana, con varios siglos de tradición y un arraigo indisoluble de las culturas española, francesa e hispanoamericana. Entendemos, por tanto, la Fiesta de los toros no sólo como cultura, sino **como un arte**, y como tal lo trataremos y lo defenderemos.
2. **La pieza fundamental de este arte es el toro**. Sin él, ninguno de los componentes en torno a este animal tiene sentido. El toro, tótem mitológico para la cultura clásica, es quien da nombre y sentido a la Fiesta de los toros, y como tal debe conocerse, respetarse y valorarse.
3. Consideramos que es **necesario entender al toro**, y que para ello es básico y fundamental conocerlo **desde su nacimiento**: su hábitat, sus circunstancias, su manejo, su sanidad, las circunstancias que lo han llevado a convertirse en una especie única, las novedades sobre su crianza, las faenas de campo, las ganaderías actuales... Por todo ello, **Burladero.es** tratará de profundizar, siempre que pueda, en todos y cada uno de éstos aspectos, tratando de acercar los secretos del toro bravo al espectador masivo.
4. Creemos en la necesidad **del toro encastado, con poder y emoción en el espectáculo**. Sin embargo, éste principio no nos hace ni permite posicionarnos en ningún otro planteamiento más que el enunciado anteriormente: buscamos un toro íntegro, rematado, de buenas hechuras y bella lámina, con movilidad, acometida, entrega y emoción, independientemente de sus ganaderías, criadores e historia.
5. Por encima de cualquier otra consideración, **el torero merece respeto**. Durante gran parte del Siglo XX, quienes decidieron jugarse la vida ante las reacciones de un animal fiero, merecieron el respeto y la admiración de la sociedad, valores que en la actualidad, prácticamente pasan desapercibidos. Entendemos que desde los medios de comunicación puede y debe recuperarse parte del mismo, puesto que, junto con el toro, es la otra parte fundamental del espectáculo.
6. Creemos en el futuro de la Fiesta, y por eso, como en anteriores etapas, creemos y **apostamos por los novilleros**. Su incursión en la Fiesta supone el relevo de las generaciones actuales, y creemos, precisamente para recuperar ese respeto y atención social, que se debe empezar a conocer a los toreros desde su base. Prestaremos por tanto atención a los centros de formación y seguiremos, muy de cerca, el desarrollo de las carreras de aquéllos jóvenes que, dentro de un tiempo, estén llamados a escribir páginas en la historia del toreo.
7. En pleno Siglo XXI, asumimos como lógica la ley **de la oferta y demanda del mercado**. Por ese motivo, no creemos ni apostamos por falsas sobredimensiones del mismo, rechazamos abiertamente cualquier clase de montaje o espectáculo sin fundamento, que no respeten o se atañan a ninguno de los principios anteriores.
8. Creemos en la **integridad y legalidad del espectáculo**, por ese motivo, perseguiremos cualquier indicio de incumplimiento de estas premisas, tanto dentro como fuera de los ruedos.
9. No concebimos el toreo como un simple acto de dos horas en una plaza de toros. **La Fiesta está implícita en todo un entramado social, cultural y económico**, del que también deben tener conocimiento los usuarios. Por ese motivo, despachos, negociaciones, administraciones y, en definitiva, cualquier noticia que a él pertenezca, será perseguida, tratada y analizada por este medio.
10. Pensando en el futuro, consideramos **necesario acercar el espectáculo a nuevos espectadores**, a un público joven, moderno y actual. Las nuevas tecnologías de la información permiten hacer de un medio de comunicación un ente participativo para sus usuarios, y perseguimos que éstos no sólo se impliquen, sino que aprendan a valorar el espectáculo. No rechazamos tampoco emprender cualquier actividad destinada a fomentar la Fiesta, sea cual sea su ámbito de aplicación, tanto periodístico como social.
11. Entendemos también que **es necesario adecuar el espectáculo** y todo su entramado **al siglo XXI**. Durante el siglo XX, apreciamos que la Fiesta de los toros no ha sabido evolucionar a la par que la sociedad, por lo que consideramos prioritario conocer los gustos y criterios actuales, generando debate, análisis y opinión para ello.

12. Consideramos el espectáculo **taurino fuera de toda sospecha**, pese a la insistencia de grupos internos y externos por atacarlo. **Perseguiremos el fraude**, pero respetaremos los principios constitucionales y judiciales de presunción de inocencia de todos aquellos que tomen parte.
13. Entendemos que **la riqueza de la Fiesta radica en el propio espectáculo**, y consideramos por ello que la mejor forma de fomentarla es difundir sus valores desde la objetividad, el respeto, la afición y la profesionalidad.
14. Todos los integrantes de **Burladero.es** nos comprometemos a respetar estos principios en el cumplimiento de sus labores periodísticas e informativas, independientemente de nuestros gustos, preferencias, aficiones y pareceres. Creemos en la Fiesta, en el arte del toreo y en el espectáculo, con los cuales nos comprometemos desde nuestra labor comunicativa.

Madrid (España), Marzo de 2006

PRINCIPIOS PERIODÍSTICOS

Como se indica en el primero de nuestros principios editoriales, Burladero.es es un medio de comunicación e información. Asumimos, por tanto, que nuestro trabajo debe estar basado en principios profesionales, que unifiquen el trabajo y que sirvan al usuario del portal como auténtico ‘contrato’ entre él y el medio de comunicación.

- 1. POLÍTICA EDITORIAL.** Burladero.es se define en sus estatutos como un portal joven, **independiente, de ámbito internacional** y de información taurina. Lo hace desde el respeto a la libertad, la paz y los derechos humanos, sin coartar la libertad política de las personas, excepto de las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines.
- 2. INFORMACIÓN DIARIA.** Burladero.es se esfuerza por ofrecer diariamente una **información veraz**, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad taurina y a formarse su propio criterio.
- 3. OBJETIVOS.** Burladero.es nace con el objetivo de **difundir la Fiesta Taurina a través de la información**, aplicando a ella las nuevas tecnologías de la comunicación. Éste es un portal de información que nace con la premisa de defender la Fiesta Taurina y trabajar por y para ella, partiendo de la **independencia absoluta** y una veracidad marcada únicamente por criterios periodísticos.
- 4. PRESIONES.** Burladero.es rechazará cualquier presión personal, política, económica, religiosa o ideológica que trate de poner la información al servicio de sus intereses, manipulando para ello la información que se ofrece a la audiencia. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores.
- 5. DIFERENCIAR ENTRE INFORMACIÓN Y OPINIÓN.** La información y la opinión estarán **claramente diferenciadas entre sí**. El periodista no debe ser el protagonista de la información y no es admisible que sus opiniones se reflejen en textos estrictamente informativos. Para cumplimentar esta norma, evitará usar términos subjetivos y utilizará la mayor sobriedad posible en la narración.
- 6. RIGOR.** El trabajo del periodista consistirá en **informar con el mayor rigor y veracidad de los hechos** y acontecimientos de interés periodístico, bien por hallarse presente en el momento en que se produce la noticia, bien por haberla recogido de quien la haya presenciado.
- 7. FE DE ERRORES.** Los errores cometidos por el portal y sus redactores deben **ser reparados a la mayor brevedad**, con sencillez y claridad. Todo redactor tiene la obligación de releer y corregir sus propios originales cuando los escribe en la Redacción o antes de su transmisión. La primera responsabilidad de erratas y equivocaciones es de quien las introduce en el texto y, en segundo lugar, del editor encargado de revisarlo.
- 8. INFORMACIÓN VERAZ.** Toda información publicada en **Burladero.es debe ser contrastada**. El periodista debe tener certeza de la veracidad de la información antes de publicarla. Debe buscar por sistema a los protagonistas de la noticia para ofrecer su testimonio directo. Las acusaciones e imputaciones de cualquier género deben llevar aparejada siempre la versión del acusado, salvo que se niegue a darla, caso en el cual se hará constar así. No se publicarán acusaciones en las que no se haya dado tal oportunidad al imputado.
- 9. CONTRASTACIÓN.** El periodista transmite a los lectores **noticias comprobadas**, y se **abstiene de incluir en ellas sus opiniones personales**. Cuando un hecho no haya sido verificado suficientemente, se evitará en las noticias expresiones como ‘al parecer’, ‘podría’, ‘no se descarta’ o similares. En ese caso deberá aportar los datos ciertos que le inducen a creer que algo ‘podría’ ocurrir o que ha sucedido ‘al parecer’.
- 10. RUMORES.** Los rumores **no son noticia**. Cuando el rumor sea utilizado por alguna persona o grupo como arma arrojadiza contra otro, se podrá denunciar este hecho, pero **sin citar las acusaciones** difundidas mediante esa argucia.
- 11. FUENTES.** Las informaciones de que dispone un periodista sólo pueden ser obtenidas por dos vías: su presencia en el lugar de los hechos o la narración por una tercera persona. El lector tiene derecho a conocer cuál de las dos posibilidades se corresponde con la noticia. Para ello, **se citará siempre una fuente** cuando el periodista no haya estado presente en la acción que transmite. Si la información procede de una sola persona, se hablará de ‘fuente’ en singular.
- 12. OTROS MEDIOS.** La utilización de material de otros medios no exime de comprobar y contrastar la veracidad de la información.
- 13. OBSERVACIÓN DIRECTA.** Cuando la información proviene de la observación o comprobación personal de los hechos por el periodista, **no es preciso citar fuente alguna** y se debe evitar poner en boca de otros lo que puede relatar el periodista con su propia voz. Cuando no sea este el caso, deberá mencionarse la procedencia de la información –la fuente-, y será preferible contar con una segunda fuente que corrobore la primera.

14. **NO ES POSIBLE CITAR LA FUENTE.** Cuando no sea posible nombrar al informante –porque no convenga o no haya autorización- pondrán emplearse fórmulas que se aproximen todo lo posible (*fFuente gubernamental*). Conviene huir, sin embargo, de expresiones genéricas como *‘fuentes fidedignas’* o *‘dignas de crédito’*. Tampoco deben emplearse en la atribución de fuentes tópicos como *observadores* o *analistas*, a menos que se dé algún dato que precise más la procedencia de la información o el comentario, aunque no se cite por el nombre al autor (*la prensa local, el editorialista del periódico gubernamental...*) Pueden emplearse, no obstante, fórmulas que, sin revelar la identidad de la fuente, se aproximen lo máximo a ella, por ejemplo, *‘fuente gubernamental’, ‘judicial’, ‘sindical’, ‘empresarial’* o *‘diplomática’*. Lo ideal es que la propia fuente elija el término adecuado mediante el cual considere que no va a ser identificada, siempre y cuando ese término no resulte falso.
15. **FUENTE EN EL ANONIMATO.** Cuando el informante no desee ser identificado y el periodista acepte el compromiso de mantenerlo en el anonimato, **deberá respetar el pacto**, pero se liberará de él y podrá mencionarlo si tuviera modo de conocerlo a través de una fuente distinta. En todos los casos, el periodista será responsable personalmente de la información que publique.
16. Los periodistas tienen la obligación de guardar y mantener el anonimato de las fuentes cuando así les sea solicitado. El periodista, **amparado por la Constitución**, puede negarse a revelar cómo, dónde, y por medio de quién ha obtenido una información. El secreto profesional no exime de comprobar las informaciones con otras fuentes ni de asegurarse de su veracidad. Se deben cuestionar siempre los motivos de las fuentes antes de prometer el anonimato y es imprescindible aclarar las condiciones y el alcance de cualquier promesa que se haga a cambio de una información. **La confidencialidad de las fuentes no es siempre absoluta.** Informar a los superiores, bajo la misma promesa de mantener el anonimato, de la identidad total o parcial de algunas fuentes puede ayudar a deslindar la fiabilidad de una información. **Un superior con el que el periodista comparte el secreto queda automáticamente obligado por este.** El anonimato de una fuente debe ser mantenido por decisión del periodista (aunque no hubiera sido solicitado) para proteger a las fuentes de daños ocasionados por la publicación de la información: por razones humanitarias y de seguridad o para proteger el honor y la dignidad de las personas.
17. **CITA DE ‘FUENTE’.** La palabra *‘fuente’* ha de emplearse en el texto cuando se aporta una información personal. Por tanto, no se puede utilizar, por ejemplo, la expresión *‘según fuentes municipales’* cuando se trate de una noticia facilitada por el ayuntamiento a todos los medios de comunicación. En este caso habrá de escribirse *‘según informó el ayuntamiento’*.
18. Las desavenencias con una fuente conflictiva no son razón para minimizar su importancia o desequilibrar una información y no deben airearse ni saldarse en las informaciones del portal. El derecho a la información es sobre todo del usuario, no del periodista. Si se encuentran trabas, se superan; si éstas añaden información, se cuentan; si no es así, se aguantan.
19. El hecho de que otro medio se haya adelantado es excusa para hurtar una información al lector. Este criterio sirve igualmente para las fotografías.
20. **PLAGIO DE CONTENIDOS.** Es inmoral apropiarse de noticias de paternidad ajena. Por tanto, los despachos de agencia se firmarán siempre, a no ser que la noticia se confirme o amplíe con medios propios o que el texto del teletipo haya sufrido retoques que afecten al fondo de la información. En este caso, porque así se asume la responsabilidad de tales cambios. Está terminantemente prohibido reproducir ilustraciones de enciclopedias, revistas, etcétera, sin autorización previa de sus propietarios o agentes. En todo caso, siempre deberá aparecer al pie el nombre de la fuente.
21. Los comunicados transmitidos telefónicamente habrán de ser avalados por una voz conocida para el redactor, en el supuesto de que resulte imposible disponer del texto en un soporte como el fax o el correo electrónico.
22. Está terminantemente prohibido firmar una noticia en un lugar en el que no se encuentra el autor, ni siquiera en el caso de los enviados especiales que elaboren una información recién llegados de un viaje.
23. **INDEPENDENCIA PROFESIONAL.** Los periodistas de **Burladero.es** no pagarán a las fuentes a no ser que se trate de una información de excepcional valor público. Cualquier pago de esta índole o promesa de los informadores debe ser conocido y aprobado con anterioridad por el director del medio. Toda información de aquel carácter excepcional obtenida a cambio de un pago o en la esperanza de la fuente de conseguirlo no será utilizable si no se confirma por una fuente independiente.
24. **FUENTES DOCUMENTALES.** Cuando se usen fuentes documentales, las citas serán textuales. Es conveniente ofrecer al usuario los datos básicos o ficha técnica –título, edición, localización...- de los documentos que se usen, especialmente cuando son accesibles para el público.

25. **CITAS.** Las citas entrecomilladas **solo se usarán para reflejar exactamente las palabras ajenas**, sin interpretación, elaboración o edición por el periodista. Una cita nunca puede ser aproximada y deberá identificarse inequívocamente al autor de las palabras citadas. El periodista deberá poner especial cuidado en no descontextualizar las declaraciones, de manera que su sentido e intención sean cabalmente recogidos. Solo se permitirá la edición de los elementos coloquiales o del lenguaje oral utilizado por el declarante y no sean imprescindibles para la comprensión de lo manifestado. **Las citas o reproducciones literales de un texto irán entrecomilladas, no en cursiva.** Hay que distinguir entre lo que es una cita textual y lo que es parafrasear un dicho.
26. Cuando una cita encierra otra, la primera llevará comillas dobles, y la segunda, simples. En el caso de que el principio o el final de las dos citas sea el mismo, sólo se usarán las comillas dobles.
27. Es una incorrección emplear el **que** cuando se hace una cita en estilo directo. Ejemplo: *Pinochet dijo que 'yo voy a garantizar el orden'*. Para expresar las palabras tal como fueron dichas no debe utilizarse el **que**, y sí los dos puntos y las comillas. Ejemplo: *Pinochet dijo: 'Yo voy a garantizar el orden'*. En cambio, en estilo indirecto sobran estos dos signos ortográficos, y ha de ponerse el **que**. Ejemplo: *Pinochet dijo que él va a garantizar el orden*.
28. **IMPARCIALIDAD.** Cuando una información recoja dos o más versiones o posturas enfrentadas se dará cabida a todas ellas con la máxima ecuanimidad, sin que el portal dé a entender en tal información que apoya a alguna de las partes en litigio. El portal, naturalmente, tiene derecho a tomar partido, pero lo hará siempre en las secciones de opinión.
29. **PUBLICIDAD.** Los espacios publicitarios **no podrán ser utilizados para contradecir o matizar informaciones** publicadas en el diario. Para estos casos existe el espacio de *Cartas al Director*.
30. Nunca los intereses publicitarios motivarán la publicación de un artículo o un suplemento. Los textos del portal deberán atraer al lector, y este mecanismo, a su vez, arrastrará a la publicidad. En ningún caso esa relación ha de excluir el sujeto intermedio, de modo que los textos se conciban directamente para conseguir publicidad.
31. **ENCUESTAS.** Al recoger los resultados de encuestas y sondeos debe reseñarse quién realiza la encuesta, quién la financia, cuántas personas han sido entrevistadas, cuántas han respondido, por qué método se hicieron las consultas, en qué fecha, y qué margen de error tiene el resultado en términos estadísticos. No se dará credibilidad a las encuestas que no posean una ficha técnica que permita obtener los datos mencionados y, en caso de publicarse, se hará resumidamente y mencionando las carencias que le restan autoridad.
32. **FOTOGRAFÍAS.** Queda **prohibida toda manipulación de las fotografías** que no sea estrictamente técnica (edición periodística, eliminación de defectos de revelado o de transmisión). Las fotografías con imágenes desagradables sólo se publicarán cuando añadan información.
33. Los fotógrafos son los responsables de la identificación de las escenas –lugar, fecha, hora- y de los protagonistas gráficos de la información –nombre, edad y datos relevantes-. Se intentará no utilizar imágenes confusas o que puedan inducir a interpretaciones erróneas.
34. **MÉTODOS DE INVESTIGACIÓN.** Es preceptivo evitar las escenificaciones engañosas o las noticias escenificadas. Si una escenificación es necesaria para transmitir la noticia, debe identificarse como tal y explicar la razón. El periodista debe evitar la suplantación de identidad y los métodos encubiertos para conseguir información. **Solo será admisible en caso de informaciones de excepcional relevancia** y no susceptibles de conocerse de otra forma. Siempre es preferible que el periodista se identifique como tal. Cuando la identificación altere la realidad, debe omitirse siempre que el periodista se presente y actúe como público general (para hacer la crítica de un restaurante, reportaje de una manifestación, sobre el comportamiento de la Administración con los ciudadanos...). **Las informaciones obtenidas de conversaciones o documentos ajenos sin que la fuente sea consciente de ser observada no deben ser publicadas sin comprobación y contraste.** Todos los documentos físicos, de imagen o electrónicos que se usen en una información deben reproducirse con consentimiento de su proveedor, propietario o fuente autorizada. Tal regla general no regirá cuando esos documentos demuestren la existencia de delitos o conductas inapropiadas o censurables.

35. **MEDIOS ELECTRÓNICOS.** El teléfono es un instrumento fundamental para la práctica periodística, pero exige cerciorarse de quién es el interlocutor y de que está autorizado para proporcionar la información de que se trate. Cuando se considere conveniente guardar prueba de las **conversaciones mantenidas por teléfono, es lícito grabarlas, aunque debe alertarse de ello** al interlocutor. Es necesario **comprobar siempre la identidad del autor de la información** que se recibe por medio electrónicos, ya que muchas veces no se produce contacto real. Al atribuir una información a una *web* se debe ofrecer al lector la dirección completa de la página correspondiente. **Los derechos de propiedad intelectual rigen asimismo en el espacio virtual de Internet.** El correo electrónico es una herramienta ágil y flexible para conseguir y contrastar información, pero su uso debe hacerse con la comprobación de la identidad del interlocutor, ya que es sencillo suplantar identidades o que portavoces o fuentes no autorizadas envíen información o respondan a cuestiones para las que no están autorizadas. Se puede usar el correo electrónico para realizar entrevistas siempre que se advierta tanto al entrevistado como al propio lector.
36. **ENTREVISTAS.** Los defectos de dicción o de construcción idiomática de un entrevistado —por tartamudez, por ser extranjero o causa similar— no deben ser reproducidos. Sólo cabe hacerlo en circunstancias muy excepcionales, más que nada como nota de color, pero siempre que no se ponga en ridículo a esa persona. En todo caso, se preferirá hacer mención de este defecto en la entrada que ha de preceder a toda entrevista, de la manera más breve y respetuosa posible, a la reiterada insistencia en esa falta.
37. Las conversaciones **serán grabadas.** El personaje preguntado confía, al conceder la entrevista, en la profesionalidad del periodista que debe transcribir y resumir sus ideas. El periodista podrá —si así lo desea el entrevistado y para su mayor tranquilidad— facilitarle una copia de la transcripción antes de que sea publicada, de modo que éste tenga la oportunidad de corregir expresiones que hubieren sido mal transcritas. Pero **no podrá alterar el diálogo que el periodista consiga extraer durante la conversación**, ni incluir matizaciones que no figuren en la cinta magnetofónica. Cualquier conflicto sobre la correcta transcripción se resolverá con la grabación. De no existir ésta, se concederá el beneficio de la duda a la persona entrevistada.
38. **USO DEL IDIOMA.** Burladero.es se edita en **lengua española.** El idioma es, por lo tanto, el instrumento esencial de la comunicación entre quien escribe y quien lee. Pero también **es un patrimonio cultural común que debe ser conservado y enriquecido.** El uso de términos procedentes de otras lenguas estará justificado cuando no existan equivalencias en español o cuando la extensión social de su uso así lo imponga, pero siempre ha de evitarse el abuso de barbarismos. Debe evitarse en los textos el lenguaje vulgar y soez, así como las incorrecciones gramaticales y las expresiones malsonantes, aunque sean textuales. Son excepciones aquellas que, procedentes de una personalidad relevante, han sido impresas o pronunciadas en público y no son gratuitas; en este caso, se reproducirán literalmente y sin abreviaturas. Igualmente, procede desterrar de nuestros textos ciertas expresiones (*hacer una judiada, comparar a Dios con un gitano, engañar a alguien como a un chino...*) consagradas por el uso popular, pero ofensivas para ciertos grupos sociales y contrarias a los principios periodísticos.

EL ESTILO PERIODÍSTICO

Los principios periodísticos expuestos anteriormente deben plasmarse en las informaciones mediante unas pautas o guías estilísticas, que, con carácter general, quedan enumeradas en los siguientes principios de estilo de Burladero.es

1. **PERIODISMO INFORMATIVO E INTERPRETATIVO.** Burladero.es persigue un periodismo que no se conforma con dar noticia de los hechos y acontecimientos de la actualidad, sino que aspira a su correcta contextualización, interpretación y análisis, para un mejor servicio del usuario. Es vocación de este medio **practicar un periodismo informativo e interpretativo que trascienda de los hechos** para relacionarlos entre sí y ofrecer una visión lo más completa posible de la realidad y su contexto.
2. **CLARIDAD.** Todo texto destinado a publicarse en Burladero.es deberá estar redactado en términos simples, directos y efectivos. **Las informaciones estarán escritas en un estilo y vocabulario accesible a un lector medio.** Toda palabra desconocida es un obstáculo para la comprensión del texto, lo que incomoda al lector. El texto periodístico debe ser inequívoco. Tiene que estar escrito de tal forma que no solo se entienda bien, sino que no pueda entenderse de otra manera.
3. **FRASES CORTAS.** Cada frase debe expresar una idea, debiéndose evitar las frases subordinadas. **Sujeto, verbo y predicado es regla de oro.** Sin embargo, debe tenerse en cuenta que contribuyen a la amenidad del texto el alternar frases largas y cortas, variar la construcción de las frases y el orden de las palabras en ellas, así como evitar el uso de repeticiones léxicas mediante el uso de sinónimos.
4. **USO DE LA VOZ PASIVA.** Debe evitarse trasladar de forma mecánica al castellano la voz pasiva del inglés. En lugar de la construcción pasiva ‘*todos los documentos han sido destruidos*’, en castellano se puede utilizar en muchas ocasiones la pasiva refleja ‘*se han destruido todos los documentos*’, la impersonal ‘se destruye todo documento’, o la correspondiente activa ‘el espía ha destruido todos los documentos’.
5. **ESCRITURA EN AFIRMATIVO.** Es más rápido y fácil interpretar un enunciado afirmativo que uno negativo. En los contextos en que sea posible (que haya equivalencia informativa entre las dos expresiones) **deberá preferirse la forma afirmativa a la negativa:** ‘el agente **rechazó** el soborno’ mejor que ‘el agente **no aceptó** el soborno’. Debe evitarse, además, la innecesaria acumulación de negaciones, que resulta confusa para el lector.
6. **TECNICISMOS.** Deberán recudirse al mínimo los tecnicismos, neologismos, extranjerismos, así como las palabras procedentes de jergas o argot. Entre los posibles sinónimos **se utilizará el más asequible para el lector común.**
7. **PRECISIÓN.** La información **debe ser lo más exacta posible.** La precisión es el determinante principal de la credibilidad. **Lo que no se sabe no se cuenta**, y sólo se cuenta lo que está comprobado y contrastado. En la información siempre deben figurar las circunstancias (tiempo, espacio y personal) en que se produjo la noticia, que expliquen y permitan la interpretación correcta por parte del usuario. En lugar de decir que una persona es alta, se precisará su altura. Si se menciona un lugar geográfico poco conocido, se aclarará entre paréntesis su localización más precisa. Si una palabra tiene dos o más sentidos, deberá usarse siempre con el mismo sentido en cada información. Hay que evitar expresiones como ‘varios’, ‘un grupo’, ‘algunos’, ‘numerosos’..., para sustituirlas por datos concretos. Cuando en un texto aparezcan dos o más ‘voces’ (en entrevistas, citas directas o diálogos), deben distinguirse con precisión y de forma correcta.
8. **CONCISIÓN.** El estilo de la redacción debe ser claro, conciso, preciso, fluido, fácilmente comprensible, a fin de captar el interés del lector. El periodista debe depurar los datos obtenidos y entregar una información completa y breve. **El lector desea informarse lo más rápidamente posible**, no deleitarse con la escritura.
9. **RIGOR.** El trabajo del periodista consistirá en informar con el mayor rigor y veracidad de los hechos y acontecimientos de interés periodístico. El rigor es la adecuación de la información a la realidad. Es respeto al lector y a la información. **Un periodista debe ser responsable de su información final, y el rigor es su garantía.** El periodista tiene que mantenerse completamente al margen de la información: ha de ser neutral. No debe ser el protagonista de la información, a no ser que se trate de casos singulares, los cuales deberán justificarse. Por lo tanto, cabe **desterrar el uso de los pronombres personales en primera persona**, a menos que se trate de un relato donde la presencia del reportero incide en la propia información.
10. **ARMONÍA.** Deberá **evitarse la monotonía.** Para ello, deberá procurarse no comenzar y terminar las frases de forma parecida; evitar repeticiones innecesarias, largas enumeraciones y estructuras gramaticales complejas. Como las palabras, los signos de puntuación no son elementos arbitrarios del idioma: permiten al lector entender con precisión lo que se quiere transmitir. Debe **prestarse especial atención a la riqueza verbal.** Es preciso llamar a cada cosa por su nombre, huir de los pronombres innecesarios y encontrar el término exacto para cada concepto.

11. **DIFERENCIAR ENTRE INFORMACIÓN Y OPINIÓN.** La información y la opinión estarán claramente diferenciadas entre sí. **El periodista no debe ser el protagonista** de la información y no es admisible que sus opiniones se reflejen en textos estrictamente informativos. Para cumplimentar esta norma, evitará usar términos subjetivos y utilizará la mayor sobriedad posible en la narración.
12. **El comentario de opinión** deberá referirse a datos o hechos suficientemente conocidos por los lectores; la intención de su autor, su propio punto de vista, es el eje en torno al cual se articula el texto y, en él, la argumentación; en el comentario, la simple exposición de los hechos nunca es suficiente.
13. **La información** se presentará con máxima **objetividad, corrección, impersonalidad y amenidad**. Toda información debe responder a los interrogantes tradicionales de la noticia ('qué', 'quién', 'cuándo', 'dónde' y 'por qué'), sin olvidar sus antecedentes y sus posibles consecuencias. Si se desconociera alguno de los elementos, debe dejarse constancia explícita de tal circunstancia y de sus motivos.
14. La importancia que se dé a la respuesta a cada una de las preguntas arriba enunciadas forma parte del criterio del redactor de la información. Mientras que en un caso el sujeto de la noticia puede ser el centro y referencia principal de la misma, en otra puede serlo el modo en que se ha producido, o en otra, el hecho en sí mismo.
15. La información se presentará según la estructura de **interés decreciente de la pirámide informativa**. Jamás deberá olvidarse la regla de oro del periodismo escrito: **lo más importante deberá exponerse al comienzo**. La información deberá estructurarse de manera atractiva, ya que una hábil alteración del ritmo en la exposición prestará amenidad al texto y estimulará su lectura.
16. Para el lector de Internet es prioritaria la brevedad, por lo que **lo más importante de la noticia debe encabezar el cuerpo** del texto, de acuerdo a lo enunciado en el titular. Además, se procurará que cada párrafo desarrolle un elemento o aspecto de la información. Los párrafos no deben ser excesivamente largos: no deberán contener menos de tres líneas ni más de ocho. También convendrá alternar la longitud de las oraciones.
17. No hay que abusar de frases como 'declararon a **Burladero.es**', 'según ha podido saber **Burladero.es**' y otras análogas. Expresiones como éstas deben reservarse **para las informaciones de carácter exclusivo o excepcional**.
18. **LA EDAD.** La edad del protagonista de una noticia, entrevista o reportaje constituyen **un dato informativo de primer orden**. Por tanto, debe incluirse siempre, a no ser que se trate de una noticia sobre un personaje sobradamente conocido. La norma es la siguiente: **bebé**, menos de un año; **niña o niño**, de 1 a 12 años; **joven y adolescente**, de 13 a 18 años; **hombre o mujer**, más de 18 años; **anciana o anciano**, más de 65 años. Este último término, sin embargo, sólo debe emplearse muy excepcionalmente, y más como exponente de decrepitud física que como un estadio de edad. En tales casos, sosláyese con expresiones como 'un hombre de 65 años'.
19. Vayan entre comas o entre paréntesis, no **debe suprimirse la preposición de** delante del número con los años de la persona. Ejemplos: 'Juan López, de 25 años', o 'Juan López (de 25 años)', pero no 'Juan López, 25 años' ni 'Juan López (25 años)'.
20. **USO DE LA LENGUA.** **Burladero.es** es un portal **editado en lengua española**. El uso de términos procedentes de otras lenguas estará justificado cuando no existan equivalencias en español o cuando la extensión social de su uso así lo imponga, pero siempre ha de evitarse el abuso de barbarismos.
21. El estilo de redacción debe ser claro, conciso y fácilmente comprensible, a fin de captar el interés del lector. Los periodistas tienen la obligación de comunicar y hacer accesible al público en general la información técnica o especializada.
22. Como en el caso de los idiomas extranjeros, **toda palabra en otro idioma vernáculo español distinto del castellano se escribirá en cursiva**. Los nombres de persona se reproducirán en la forma en que habitualmente los utilice el interesado.
23. Se dará siempre **preferencia a la grafía castellana** tanto en los topónimos mayores (nombres de las propias Comunidades, capitales de provincia, ciudades importantes y accidentes geográficos destacados) como en los menores: 'Cataluña' y no *Catalunya*; 'Guipúzcoa' en vez de *Gipuzkoa*; 'La Coruña' en vez de *A Coruña*, 'Elche' y no *Elx*...
24. La riqueza de la Lengua Española, a la que la Fiesta de los Toros no es ajena, sobre todo en su parte específica de vocabulario especializado, debe suponer un ejercicio en la elaboración de **Burladero.es**. Es por ello que, conforme al criterio de cada redactor, **se aconseja añadir la explicación de determinados vocablos taurinos** que por su uso poco frecuente o por ser inusuales resulten desconocidos para el gran público.

25. **DEONTOLOGÍA PROFESIONAL. Hechos y comentarios.** La Constitución distingue entre libertad de expresión (art. 20.1.a) y derecho a la información (apartado 1.d del mismo). La **libertad de expresión** ampara la expresión de pensamientos, ideas y opiniones, mientras que la **libertad de información** busca como objetivo social el comunicar y recibir libremente información sobre hechos que puedan considerarse noticiables. Esta distinción entre pensamientos, ideas y opiniones, de un lado, y comunicación informativa, por el otro, ha sido consagrada por la jurisprudencia. **Los profesionales del periodismo están protegidos ante posibles reclamaciones de ciudadanos presuntamente lesionados por textos informativos erróneos**, siempre que la conducta del periodista responda a las exigencias propias de un trabajo ejercido con la diligencia habitual. Es decir: se reconoce al periodista el derecho a equivocarse de buena fe a la hora de elaborar textos informativos, siempre que haya agotado todas las posibilidades efectivas para verificar los datos y comprar la fiabilidad de las fuentes utilizadas. Distinto es el caso del comentario de texto o de opinión. **Las opiniones y los comentarios son libres, pero el autor de estos textos deberá responder a los daños causados a otros en el caso de que lesione su honor, su intimidad, su imagen o su honorabilidad.**
26. **DIFAMACIÓN.** Para evitar incurrir en difamación, los redactores deberán extremar el cuidado en la preparación de sus informaciones y **eliminar aquellas afirmaciones que pudieran constituir motivo de querrela.** Cuando una información contenga hechos comprobados y de indudable valor informativo que pudieran dar lugar a reclamación, la procedencia de su publicación deberá consultarse obligatoriamente con la Asesoría jurídica del medio.
27. **RESPECTO A LA INTIMIDAD.** El respeto a la intimidad individual y familiar marcará el límite de la permisible intromisión informativa. En el caso de personas de relevancia pública, se tendrá en cuenta que esos límites resultan menos definidos, al estar expuestas, por razón de su cargo o servidumbres de la popularidad, a un escrutinio informativo más intenso.
28. **RESPECTO A LA VERDAD.** Como compromiso básico de la actividad informativa, le estará impedido al periodista falsificar documentos, adular testimonios u omitir informaciones esenciales; tampoco deberá publicar material informativo falso, engañoso o deformado.
29. **PRESUNCIÓN DE INOCENCIA.** El redactor asumirá el principio de que toda persona es inocente mientras no se demuestre lo contrario y evitará en lo posible las consecuencias dañosas derivadas del cumplimiento de sus deberes informativos.
30. **SECRETO PROFESIONAL.** Si mediara una petición formal de ocultación de nombre por parte de la persona informante, el redactor deberá respetar esta petición como deber ético y protegerá sus fuentes confidenciales de información, amparándose en el secreto profesional. No obstante, tal deber profesional podrá ceder excepcionalmente en el supuesto de que conste fehacientemente que la fuente ha falseado de manera consciente la información o cuando el revelar la fuente sea el único medio para evitar un daño grave e inminente a las personas.
31. **RECTIFICACIONES.** Todo error cometido en una información, que pueda inducir a confusión o malentendido, deberá rectificarse inmediatamente por medio de una “fe de errores” que será sometida por el responsable del error al superior correspondiente para su publicación. Las peticiones ajenas de rectificación se considerarán con la máxima cortesía, y se publicarán siempre que resulten justificadas. Los casos dudosos, desproporcionados o abusivos serán sometidos a la Asesoría jurídica.

LOS GÉNEROS PERIÓDISTICOS EN BURLADERO.ES

*El correcto uso de los géneros periodísticos permite destacar y aprovechar en cada información sus elementos más relevantes e interesantes. Los géneros pueden ser **informativos** –que son utilizados para relatar hechos y acontecimientos de actualidad y no admiten opinión ni juicio de valor-; **interpretativos** –en los que la interpretación y el análisis del periodista priman sobre el relato de los hechos., abundando en la explicación de los hechos y acciones y su sentido-; y de **opinión** –en los que el pensamiento del autor y su juicio es lo esencial.*

En **Burladero.es** tienen cabida, a rasgos generales, los siguientes tipos de textos, que tendrán el desarrollo técnico que a continuación se indica:

- **GÉNEROS INFORMATIVOS:** Noticias / Breves / Crónicas / Reseñas / Reportajes.
- **GÉNEROS INTERPRETATIVOS:** Entrevistas / Análisis
- **GÉNEROS DE OPINIÓN:** Editorial / Artículo / Columna o comentario / Tribuna / Despieces / Crítica / Cartas
- Documentación.
- Publicidad

LA NOTICIA. Es el relato periodístico, lo más imparcial, desapasionado y sencillo posible, de un acontecimiento de actualidad y relevancia para el público, sin interpretación ni opinión por parte del periodista. El estilo de la noticia debe ser claro, conciso, imparcial y despersonalizado. La noticia se referirá a hechos verdaderos y comprobados que hayan sucedido o se tenga la certeza de que van a suceder. Las notas de prensa y comunicados entran dentro de esta última categoría y no se considerarán verdaderas noticias a menos que cumplan los criterios de realidad, novedad e interés.

EL BREVE. Es la esencia de la noticia, la versión más rápida, corta y desnuda de información. El breve aborda los elementos más importantes de la información sin la pretensión de responder a las preguntas de *la regla de las seis m*, sino solo con la de reseñar una información lo bastante completa para el lector.

LA CRÓNICA. Es el relato de una historia de actualidad en la que la narración de los hechos se enriquece con análisis, interpretación y la visión del periodista. El enfoque de la información supera en este caso al relato imparcial de los hechos para aspirar a otros objetivos, como conseguir la empatía con el lector, presentar la trascendencia de los hechos o la relevancia y notoriedad de los protagonistas... La crónica, como el reportaje, son géneros más personales que la pura información, y ambos toleran un mayor protagonismo de su autor, en la medida que investiga, selecciona, presencia y enriquece unos hechos de los que es testigo; los relaciona e interpreta, con sus antecedentes y posibles consecuentes. En la crónica aparece el concepto de historia narrativa y, por ello, el relato hace imprescindible la interpretación personal de los hechos y utilización de elementos subjetivos, y en este sentido contiene cierto grado de análisis y valoración.

EL REPORTAJE. Es el relato de acontecimientos interesantes referidos mediante la visión personal del autor. Utiliza elementos de la noticia y la crónica, con mayor libertad de estilo y un lenguaje y estructura más narrativos. El reportaje es un género fundamentalmente subjetivo en el que la profesionalidad del periodista debe alejarlo de la expresión de juicios y opiniones sobre los asuntos que trata. El reportaje debe establecer relaciones entre hechos y acontecimientos más allá de los límites que definen la noticia, la cual requiere más concreción.

LA ENTREVISTA. La entrevista persigue exponer las opiniones, ideas y observaciones de un personaje sobre temas de actualidad o de los que es experto o testigo. Las declaraciones obtenidas no siempre han de adquirir la forma de entrevista. La presentación con preguntas y respuestas debe reservarse para las entrevistas extensas y a fondo. En los demás supuestos, su presentación será la de un reportaje o, si tiene interés como información de actualidad, la de una noticia, en ambos casos con sus correspondientes entrecomillados. A efectos de construcción y presentación, caben tres tipos de entrevista: la entrevista de declaraciones, la entrevista-perfil y una mezcla de ambas.

EL ANÁLISIS. El análisis aporta criterios para explicar las noticias, no juzga. Los reporteros del diario The New York Times inventaron el análisis durante la guerra fría para poder contar con su propia voz lo que sabían o sospechaban pero no podrían atribuir, y de esa forma saltarse las rígidas normas de atribución de fuentes. Esta es una de las características principales del análisis informativo: subraya los elementos de información propia, lo que el periodista conoce. Por eso debe aportar información, además de razonamientos, o ha de ir vinculado a una pieza informativa, de manera que nunca se produzca un distanciamiento de los hechos.

EL EDITORIAL. Es el artículo que expresa la opinión del portal sobre un asunto. No lleva firma y debe atenerse a las normas generales de estilo. Al expresar la voz del medio, los editoriales estarán escritos en tercera persona. Comparten con el análisis la aspiración de explicar por qué pasan las cosas y qué sentido tienen; por ello, expresarán razonadamente, mediante argumentos explícitos, la valoración que merezcan, evitando en todo caso las críticas o elogios no motivados, así como opiniones puramente subjetivas.

EL ARTÍCULO. Es la expresión de la opinión de su autor y no se atiene a más normas que las propias del lenguaje escrito y la comprensibilidad. Es el género de mayor libertad para el autor, pertenezca al portal o sea colaborador. Los artículos no se editan: se publican o no. Sólo se permite su edición para la adecuada compaginación y la corrección de posibles erratas. Los artículos de colaboradores no habituales deben llevar siempre un pie de autor en el que conste sucintamente el cargo, profesión y ocupación o relación con la materia de la que se trata el texto. El artículo puede ser una columna o comentario, tribuna o crítica.

LA COLUMNA O COMENTARIO. Es el artículo regular de un colaborador o de un periodista del portal. De estilo personal, suele acotarse a cierta especialidad, en la que el autor tiene autoridad o por la que siente inclinación.

TRIBUNA. Es un artículo generalmente largo, en el que el autor defiende una posición determinada o justifica comportamientos. Se llaman así también los artículos referentes a temas de menor actualidad escritos por especialistas o representantes de diversos saberes, instituciones o sectores. No se aceptarán las colaboraciones que acusen a terceros de comportamientos delictivos o deshonorosos. Si se considera de interés para los lectores la difusión de determinados mensajes, se guardará el debido equilibrio. **Burladero.es** no publicará remitidos o artículos que se contratan como espacios publicitarios. Los manifiestos y otros que lleguen de esta forma al portal deben ser revisados por el director, que decidirá sobre su publicación.

EL DESPIECE. Es un artículo de opinión interpretativo o de análisis que acompaña a un texto informativo. Habrán de ser concebidos siempre con unidad en sí mismos, de modo que puedan ser leídos sin necesidad de conocer antes el contenido del texto más amplio al que acompañan.

LA CRÍTICA. Es el artículo que analiza, comenta y enjuicia una obra artística y cultural (libro, película, exposición) para prestar un servicio al lector. Expresa la opinión de un especialista, que debe incluir información tanto sobre el acontecimiento u obra como sobre su autor, antecedentes, repercusión... La crítica debe orientar al lector y ofrecerle claves para desentrañar la obra y cómo comprenderla, interpretarla o disfrutarla mejor. Las críticas se acompañarán de una ficha técnica con datos de utilidad para el lector. En ningún caso se criticará lo que no se ha visto, oído, leído... Tampoco se criticará a través de opiniones de terceras personas.

CARTAS AL DIRECTOR. Son comunicaciones epistolares de los lectores al portal sobre asuntos de actualidad o informaciones del propio medio. Se publicarán sólo aquellas que lleguen debidamente identificadas y puedan ser autenticadas. No deben pasar las 20 líneas mecanografiadas (250 palabras). El portal se reservará el derecho de condensar el texto. Irán tituladas a modo de breves, firmadas y con un localizador de procedencia. Los manifiestos y cartas firmadas colectivamente se firmarán con los nombres de las personas más conocidas y el número total de firmantes. Cuando se reciban cartas que hagan uso del derecho de réplica o del de rectificación se debe hacer constar expresamente. No se publicarán cartas que contengan elementos injuriosos, calumniosos o difamatorios. Cuando la carta aluda a una información o a un profesional del periódico, el autor de aquella o el aludido pueden ofrecer una respuesta que se publicará a continuación de la carta en cuestión.

DOCUMENTACIÓN. La redacción de los textos de documentación deberá ser fluida, y no una mera concatenación de cifras o fechas (salvo en los cuadros o fichas). Como los demás artículos informativos, deberá contar con una entrada donde figure el dato más importante o el que resume los que se faciliten a continuación. Los artículos de documentación deberán citar la fuente de la que se extraen los datos. El hecho de que una cifra, nombre o fecha figure en letra impresa en un diario no avala su veracidad. A ser posible, el documentalista comprobará la fiabilidad del dato. Si no lo consigue, hará constar la procedencia en el caso de que sea extraído de una publicación ajena al portal.

LA PUBLICIDAD. La publicidad es un contenido más de los que el público busca cada día. Al igual que la información, debe estar sujeta a las normas básicas de ética y respeto a la audiencia. La publicidad debe separarse de la información e identificarse claramente, de manera que no se mezcle con aquella ni pueda confundir al lector sobre el origen e intención de los datos y puntos de vista expuestos. Se rechazarán las fórmulas híbridas que borran los límites entre información y publicidad. El director, como responsable legal de los contenidos, tendrá capacidad para sugerir la modificación o decidir la no publicación de aquellos contenidos comerciales que vayan en contra de los principios editoriales del medio o puedan incurrir en ilegalidad.

GENÉROS INFORMATIVOS (I): LA NOTICIA

La noticia es el relato periodístico, lo más imparcial, desapasionado y sencillo posible, de un acontecimiento de actualidad y relevancia para el público, sin interpretación ni opinión por parte del periodista. El estilo de la noticia debe ser claro, conciso, imparcial y despersonalizado. La noticia se referirá a hechos verdaderos y comprobados que hayan sucedido o se tenga la certeza de que van a suceder. Las notas de prensa y comunicados entran dentro de esta última categoría y no se considerarán verdaderas noticias a menos que cumplan los criterios de realidad, novedad e interés.

ESTRUCTURA DE LA NOTICIA

Para el desarrollo de un texto informativo, se empleará fundamentalmente el uso de la **técnica de la pirámide invertida** (de mayor a menor interés) aunque no sea obligatorio. Sin embargo, siempre deberá comenzarse el relato por el hecho más importante, que estará recogido, a su vez, en el título. El primer párrafo tras el mismo puede constituirlo una frase que explique la entradilla o contenga los antecedentes necesarios para comprender el resto del artículo.

Los elementos de los que constará una noticia serán los siguientes:

- TITULAR
- ENTRADILLA
- CUERPO INFORMATIVO

LOS TITULARES

Los titulares constituyen el principal elemento de una información, ya que sirven para centrar la atención del lector. Los titulares han de ser inequívocos, concretos, asequibles para todo tipo de lectores y ajenos a cualquier clase de manipulación.

Elementos del titular. Un titular puede componerse de cintillo, antetítulo, título, subtítulo, firma y data y sumario (uno o más), o solamente de uno o dos de estos elementos (entre los que figurará siempre el título). Cada uno de ellos constará preferentemente de una sola oración, y no podrán tener entre sí una relación sintáctica.

EL TÍTULO. La parte principal de un titular es el **título**, que, como norma general, no debe exceder de 15 palabras (una línea) . Debe contener lo más importante de la noticia, en el caso de un texto informativo, o lo más llamativo del artículo (para el resto de los supuestos).

El título debe tratar de ser, en general, impactante. Deber ser correcto gramatical, sintáctica y ortográficamente, y no estará permitido suprimir los artículos o adjetivos que imponga la lógica del lenguaje. Los títulos deben responder fielmente a la información. Jamás establecerán conclusiones que no figuren en el texto. Los títulos emanan de la información, no la reemplazan, por lo tanto no deben mencionarse hechos o conclusiones que no estén contenidos en la misma. Los títulos y la entradilla deben satisfacer la curiosidad primera del lector, que ha de quedar enterado de los elementos más importantes sin necesidad de acudir al resto de la información.

Estilo del título. Los títulos se redactarán en tiempo presente y voz activa. Para los hechos que ya han ocurrido se prefiere el presente histórico, que tiene mayor fuerza que el pretérito. Se procurará que los títulos sean afirmativos y sólo se empleará excepcionalmente la palabra 'no'. Normalmente, es noticia lo que ocurre; y con menos frecuencia, lo que no ocurre. El titular debe tener un contenido claro y cierto, que transmita credibilidad. Se prohíbe el uso de expresiones en el titular —también restringidas en los textos— como 'podría', 'no se descarta', 'al parecer', 'posible', 'probable' y otras similares. El condicional no existe en los titulares.

Por norma general, los títulos deben incluir un verbo, preferiblemente de acción. Además, no deben incluir signos de puntuación, salvo las comas ineludibles. Nunca se utilizarán paréntesis en un titular, salvo para localizar una población, pero sólo cuando se trate de un lugar completamente desconocido. Ejemplo: '500 muertos por inundaciones en Anqing (China)'.

No deben emplearse siglas en los titulares, salvo que las conozca sobradamente la generalidad de los lectores. Hay que procurar que no figure más de una sigla en un mismo título, antetítulo o subtítulo. Cuando así ocurra, el confeccionador debe cuidar, conjuntamente con el redactor o editor del texto, de que las siglas no coincidan en el mismo espacio de líneas inmediatamente superior e inferior.

En los titulares está permitido comenzar con números, así como expresar cantidades en moneda extranjera. Los porcentajes han de escribirse con su correspondiente signo (%) unido a la cifra.

Jamás un titular puede sustituir a la primera frase de un texto, a modo de premisa de la que se sigue un largo discurso. Tampoco un titular, aun siendo una oración completa, puede prolongarse en los ladillos, con los que llega a expresar una idea más amplia, enlazada por puntos suspensivos entre cada uno de estos elementos. Esta práctica sólo será válida para un extenso artículo editorial.

ANDETÍTULO, SUBTÍTULO Y SUMARIO. El **antetítulo** y el **subtítulo** son elementos que complementan el título, explicándolo o desarrollándolo. Estos elementos complementarios de un titular guardan estrecha relación con la título, pero han de redactarse de tal manera que puedan leerse por separado unos de otros, de modo que la supresión de alguno de ellos no impida la comprensión del conjunto. El antetítulo puede consistir en ocasiones en un epígrafe; esto es, titulares no noticiosos, sino de encuadre temático o geográfico. El epígrafe tendrá un tratamiento tipográfico específico, escrito siempre en mayúsculas y sin sobrepasar una línea de composición.

Los **sumarios** completarán la información destacando alguno de sus fragmentos de texto. Solamente se emplearán más de dos sumarios o destacados en los artículos muy amplios y en los reportajes o entrevistas especiales.

EL CINTILLO. Recibe el nombre de 'cintillo' el elemento del titular utilizado para abarcar dos o más informaciones relacionadas entre sí. El cintillo constará de no más de cuatro palabras, tiene un tratamiento tipográfico distinto al del antetítulo propiamente dicho y se sitúa por encima de aquél. Ello no implica que hayan de suprimirse otros antetítulos de informaciones insertadas en ellas. En el portal se empleará para relacionar todas las informaciones relativas a una feria específica, o a un contenido determinado.

FIRMA Y DATA. La data es el lugar de procedencia de la noticia. La firma es la autoría de la información. (Ver apartado uso de la firma).

LA ENTRADILLA

Es el primer párrafo de la noticia. Debe contener lo principal del cuerpo informativo, pero no deberá constituir un resumen o un sumario de todo el artículo. Ha de ser lo suficientemente completa y autónoma como para que el lector conozca lo fundamental de la noticia sólo con leer el primer párrafo. De él se desprenderá necesariamente el título de la información. Su extensión ideal, unas 60 palabras.

La entradilla **no debe contener necesariamente** (aunque sí es conveniente) las *clásicas respuestas a las preguntas* qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué. Estas seis respuestas pueden estar desgranadas a lo largo de la información, pero siempre según la mayor o menor importancia que cada una de ellas tenga en cada caso.

En una noticia (no así en un reportaje) es conveniente escribir primero el titular, porque ello facilita la redacción de una entradilla directa y concisa. Redactores y corresponsales deben entregar sus textos encabezados por un título, independientemente de que éste pueda ser modificado después en el proceso de edición.

CUERPO DE LA NOTICIA

El cuerpo de la noticia desarrolla **la información con todo tipo de elementos complementarios**. Incluye los datos que no figuran en la entradilla, explica los antecedentes y apunta las posibles consecuencias, **sin incluir opiniones partidistas** o juicios de valor.

Los manuales de información periodística estiman que entradilla y cuerpo de una información no deberían superar, salvo casos excepcionales, **las 900 palabras**. La narración de los hechos y de los datos ha de hacerse sin pretender contarlos todo a la vez. En casos en los que haya que presentar más información, y la extensión deba ser superior, se optará por despieces e informaciones complementarias.

El principal objetivo al escribir una información es **mantener el interés del lector hasta el final**. Para ello hay que unir con suavidad las ideas afines. Cada parte de un artículo, reportaje o crónica debe ser consecuencia lógica de la parte anterior. Pese a ello, ningún párrafo debe constar de más de 100 palabras.

CONSIDERACIONES GENERALES DE LA EDICIÓN DE NOTICIAS

- Se debe escribir con la mentalidad de explicar lo que ocurre sin olvidar describir detalles importantes para la **correcta comprensión** de quienes no conocen directamente el asunto.
- El texto informativo **debe explicarse en sí mismo**, sin necesidad de que el lector necesite recordar los antecedentes para comprender la información. Cada noticia debe ser escrita como unidad informativa.
- Se deben ofrecer al lector **todos los datos necesarios** para que comprenda el entorno de los hechos que se narran.
- **El rigor del dato es fundamental** en las informaciones. En lugar de describir a un personaje como un hombre alto, será mejor precisar que mide 1,90.
- **Las informaciones deben personalizarse**, con la profesión o cargo que desempeña el protagonista, su edad, estado civil y demás circunstancias personales son elementos noticiosos de primer orden.
- Cuando en una noticia se mencione **una organización con fines asistenciales** o se anuncie un acto público de iguales características, la dirección de la sede o del local donde vaya a celebrarse tal acto deberá incluirse en la noticia, escrita entre paréntesis, como un dato informativo más. Nunca cuando pueda suponer una convocatoria por parte del periódico o parezca publicidad encubierta.

LADILLOS

Se llama ladillos a los ‘titulillos’ que se colocan dentro de una columna de texto, justificados a un lado o al centro. Se emplean con valor meramente tipográfico o de diseño, y se componen en una única línea.

Nunca se puede situar entre la pregunta y la respuesta de una entrevista. No puede repetir el mismo concepto del titular. Deben redactarse de manera que puedan eliminarse sin afectar a la lectura del texto. No se emplean signos ortográficos como los de interrogación o exclamación, los paréntesis o los puntos suspensivos. Tampoco llevan punto final. Debe haber un mínimo de tres líneas para incluir un ladillo.

GENÉROS INFORMATIVOS (II): EL BREVE

Es la esencia de la noticia, la versión más rápida, corta y desnuda de información. El breve aborda los elementos más importantes de la información sin la pretensión de responder a las preguntas de *la regla de las seis W*, sino solo con la de reseñar una información lo bastante completa para el lector.

La mayor o menor extensión de una noticia no afecta a las normas generales recogidas en este Manual de Estilo. Sin embargo, estas noticias no se datan, y el nombre, iniciales o sigla de la fuente han de figurar al pie en la firma. Nunca se escribirá el nombre completo del autor de un breve, sino sus iniciales.

Los títulos han de ser lo más escuetos posible, pero no se nunca se sacrificará la sintaxis castellana o la comprensión informativa. No pueden suprimirse, por tanto, artículos o preposiciones.

GENÉROS INFORMATIVOS (III): LA CRÓNICA

Es el relato de una historia de actualidad en la que la narración de los hechos se enriquece con análisis, interpretación y la visión del periodista. El enfoque de la información supera en este caso al relato imparcial de los hechos para aspirar a otros objetivos, como conseguir la empatía con el lector, presentar la trascendencia de los hechos o la relevancia y notoriedad de los protagonistas...

La crónica, como el reportaje, son géneros más personales que la pura información, y ambos toleran un mayor protagonismo de su autor, en la medida que investiga, selecciona, presencia y enriquece unos hechos de los que es testigo; los relaciona e interpreta, con sus antecedentes y posibles consecuentes. En la crónica aparece el concepto de historia narrativa y, por ello, el relato hace imprescindible la interpretación personal de los hechos y utilización de elementos subjetivos, y en este sentido contiene cierto grado de análisis y valoración.

Debe contener elementos noticiosos y **puede incluir análisis** (y, por tanto, cierta opinión o interpretación). El autor debe, no obstante, **explicar y razonar las interpretaciones que exprese**, y construir su texto de modo que **la información prime sobre la interpretación**. Las exigencias informativas de rigor y edición en una crónica son asimilables a las indicadas en el apartado de **Noticias**. La crónica debe **mostrar un estilo ameno**, a ser posible con anécdotas y curiosidades. La crónica explica, enmarca en un contexto, evalúa, refleja las sorpresas y describe los ambientes.

Al tratarse de un espectáculo, la crónica taurina no debe olvidar los datos fundamentales para los lectores que no lo han presenciado. Para ello, se incluirá una **reseña o ficha técnica del festejo, obligatoria y de carácter objetivo**. En ella deben quedar reflejados los siguientes datos:

BLOQUE 1: Plaza donde se celebró la corrida (incluida provincia o país); Fecha de celebración; Número de orden del festejo que, en su caso, ocupa dentro de una feria; Número de asistentes (se realizará un cálculo estimado de espectadores, expresándose la cifra numérica entre paréntesis).

BLOQUE 2: Nombre de la ganadería de todas las reses lidiadas, presentación de las mismas, comportamiento de cada res, premios recibidos (en su caso) y peso de las reses (en plazas de 1ª y 2ª categoría).

BLOQUE 3: Nombre de cada torero (respetando nombre artístico, como se anuncie en los carteles) y resultado artístico (*)

BLOQUE 4: Incidencias, Reconocimiento a subalternos, partes médicos y asistencias destacables

*Con el fin de unificar criterios, el resultado artístico podrá ser (de menos a más): bronca, pitos, silencio, palmas (reconocimiento minoritario), división de opiniones, ovación (reconocimiento mayoritario), ovación con saludos (**siempre que salga al tercio a saludar**), vuelta al ruedo, oreja, dos orejas y dos orejas y rabo.

GENÉROS INFORMATIVOS (IV): LA RESEÑA

En el caso de que la celebración del festejo no cuente con la presencia de un redactor en plaza que elabore una crónica desarrollada del mismo, o de que la dirección del medio estime que no es necesaria la elaboración de la misma; la información que se publicará del espectáculo será la reseña objetiva del mismo.

En ella se incluirán todos los contenidos establecidos para la reseña de las crónicas, así como un pequeño comentario que, a modo de introducción, informe del resultado del mismo.

En ningún caso, las reseñas se firmarán a nombre de aquél que informase del festejo. Si se trata de un corresponsal o colaborador del portal, esto **se incluirá la leyenda “Informa Corresponsal”** al principio de la entrada. En ambos casos **la firma será la de “Redacción”**.

GENÉROS INFORMATIVOS (V): EL REPORTAJE

Es el relato de acontecimientos interesantes referidos mediante la visión personal del autor. Utiliza elementos de la noticia y la crónica, con mayor libertad de estilo y un lenguaje y estructura más narrativos. El reportaje es un género fundamentalmente subjetivo en el que la profesionalidad del periodista debe alejarlo de la expresión de juicios y opiniones sobre los asuntos que trata. El reportaje debe establecer relaciones entre hechos y acontecimientos más allá de los límites que definen la noticia, la cual requiere más.

APERTURA DEL REPORTAJE

El reportaje debe abrirse con un párrafo muy atractivo, que apasione al lector y que, a la vez, sirva como enganche del mismo. Al no ser un género de actualidad diaria, no puede ofrecer como apertura un hecho noticioso, sino que ha de sustituirlo la imaginación y originalidad, centrandolo en el tema que analizar y del cual se va a informar.

Las anécdotas sirven para enriquecer el reportaje, aunque aquellas de escasa relevancia deben evitarse. Si el reportaje se centra en un personaje, es obligado comenzar por él.

EL RELATO DEL REPORTAJE

El relato debe estar encadenado con lógica y estructura propia. Sin embargo, no debe ser ajeno al ritmo narrativo ni a las normas del 'buen gusto'. Un buen reportaje debe completarse con citas, anécdotas, ejemplos y demás datos de interés humano, que otorgarán una mayor vivacidad al trabajo.

Si el reportaje tiene una gran extensión, es deseable estructurar el trabajo en pequeños capítulos internos, compuestos por grupos de párrafos conectados entre sí. Pese a ello, todo reportaje debe tener un hilo conductor que le dé cohesión al trabajo. El último párrafo de un reportaje debe servir como resumen y colofón de todo lo relatado.

EL FINAL DEL REPORTAJE

El último párrafo es clave a la hora de elaborar un reportaje. Tiene que servir como remate, pero sin establecer conclusiones aventuradas o chistosas. **Debe dejar cierto regusto en el lector, conectado además con la idea principal.**

LAS FUENTES DEL REPORTAJE

En el caso del reportaje, al no tratarse de un hecho noticioso, no es necesario atribuir fuentes a la información, ya que haría perder viveza y ritmo narrativo al trabajo. Tan sólo se atribuirá cuando el párrafo lo requiera por su especial delicadeza.

GENÉROS INTERPRETATIVOS (I): LA ENTREVISTA

La entrevista persigue exponer las opiniones, ideas y observaciones de un personaje sobre temas de actualidad o de los que es experto o testigo. Las declaraciones obtenidas no siempre han de adquirir la forma de entrevista. La presentación con preguntas y respuestas debe reservarse para las entrevistas extensas y a fondo. En los demás supuestos, su presentación será la de un reportaje o, si tiene interés como información de actualidad, la de una noticia, en ambos casos con sus correspondientes entrecorridos. A efectos de construcción y presentación, caben tres tipos de entrevista: la entrevista de declaraciones, la entrevista-perfil y una mezcla de ambas.

ENTREVISTA DE DECLARACIONES

Es aquella que se reproduce por el sistema de pregunta-respuesta. Debe contar con una presentación del entrevistado en la que se refleje su personalidad, así como aquellos datos que lo sitúen y expliquen los motivos por los cuales se le interroga. La presentación se elaborará como una pieza separada, que podrá incluirse al principio de la entrevista o donde convenga por motivos de confección.

Las preguntas irán precedidas de una B (salvo en la primera, en que se escribirá BURLADERO.ES). Estas marcas se compondrán en negrita, seguidas de un punto (y a continuación del correspondiente guión). Las respuestas tan sólo estarán precedidas de un guión. Las preguntas siempre se compondrán en negrita, mientras que las respuestas lo harán con fuente normal.

En estas entrevistas no se intercalarán comentarios al transcribir la conversación. Las reacciones del invitado, su oposición a responder determinadas cuestiones, etcétera, deberían incluirse en la presentación. Además, nunca se intercalarán opiniones del entrevistador, puesto que la finalidad es conocer las ideas del entrevistado.

Las preguntas serán breves y directas, evitando siempre aquéllas que sugieran la respuesta o inviten a responder con un monosílabo. Las respuestas extensas deben ser condensadas, siempre y cuando no se altere la idea principal. Aquellas que resulten farragosas, deberán ser aclaradas por parte del redactor.

Los defectos de dicción o de construcción idiomática del entrevistado no deben ser reproducidos, salvo que supongan una nota de color, siempre y cuando no se ponga en ridículo al entrevistado. Si la entrevista es realizada por un grupo de periodistas, se hará constar en la entrada. Además, los ladillos nunca se incluirán entre pregunta y respuesta.

ENTREVISTA PERFIL

Admite una mayor libertad formal, ya que no necesita la fórmula pregunta-respuesta. En este trabajo se pueden incluir comentarios y descripciones, así como la intercalación de datos biográficos. Si la entrevista se publica con la fórmula pregunta-respuesta, estarán precedidas del guión.

GENÉROS INTERPRETATIVOS (II): EL ANÁLISIS

El análisis aporta criterios para explicar las noticias, no juzga. Esta es una de las características principales del análisis informativo: subraya los elementos de información propia, lo que el periodista conoce. Por eso debe aportar información, además de razonamientos, o ha de ir vinculado a una pieza informativa, de manera que nunca se produzca un distanciamiento de los hechos.

Los análisis serán elaborados por expertos en la materia, a los que consulta el medio para obtener mayor profundización en la información. También los propios periodistas del medio podrán elaborarlos en relación con una noticia. El análisis debe poner especial énfasis en los antecedentes y las consecuencias de la información. Es fundamental conocer el contexto en el que se desarrolla la misma, hechos similares y tratar de predecir, en la medida de lo posible, las consecuencias que puedan derivarse de ello.

GENÉROS DE OPINIÓN

EL EDITORIAL

Es el artículo que expresa la opinión del portal sobre un asunto. No lleva firma y debe atenerse a las normas generales de estilo. Al expresar la voz del medio, los editoriales estarán escritos en tercera persona. Comparten con el análisis la aspiración de explicar por qué pasan las cosas y qué sentido tienen; por ello, expresarán razonadamente, mediante argumentos explícitos, la valoración que merezcan, evitando en todo caso las críticas o elogios no motivados, así como opiniones puramente. Pese a no corresponder a él su elaboración directa, son responsabilidad del director.

EL ARTÍCULO

Es la expresión de la opinión de su autor y no se atiene a más normas que las propias del lenguaje escrito y la comprensibilidad. Es el género de mayor libertad para el autor, pertenezca al portal o sea colaborador. Los artículos no se editan: se publican o no. Sólo se permite su edición para la adecuada compaginación y la corrección de posibles erratas. Los artículos de colaboradores no habituales deben llevar siempre un pie de autor en el que conste sucintamente el cargo, profesión y ocupación o relación con la materia de la que se trata el texto. El artículo puede ser una columna o comentario.

Todos los artículos publicados por colaboradores externos al periódico llevarán tras la última línea su correspondiente pie de autor (por conocido que éste sea), donde se indique el cargo, título u ocupación principal, o la que esté o estuvo relacionada con el tema abordado.

LA TRIBUNA

Es un artículo generalmente largo, en el que el autor defiende una posición determinada o justifica comportamientos. Se llaman así también los artículos referentes a temas de menor actualidad escritos por especialistas o representantes de diversos saberes, instituciones o sectores. No se aceptarán las colaboraciones que acusen a terceros de comportamientos delictivos o deshonorosos. Si se considera de interés para los lectores la difusión de determinados mensajes, se guardará el debido equilibrio. **Burladero.es** no publicará remitidos o artículos que se contratan como espacios publicitarios. Los manifiestos y otros que lleguen de esta forma al portal deben ser revisados por el director, que decidirá sobre su publicación.

Todos los artículos publicados como 'Tribuna' llevarán tras la última línea su correspondiente pie de autor (por conocido que éste sea), donde se indique el cargo, título u ocupación principal, o la que esté o estuvo relacionada con el tema abordado.

LA COLUMNA

Es el artículo regular de un colaborador o de un periodista del portal. De estilo personal, suele acotarse a cierta especialidad, en la que el autor tiene autoridad o por la que siente inclinación. Cada columna tendrá su propia denominación, en la que se agruparán todos los textos escritos por el autor, con el fin de facilitar su búsqueda e identificación de cara al usuario.

EL DESPIECE

Es un artículo de opinión interpretativo o de análisis que acompaña a un texto informativo. Habrán de ser concebidos siempre con unidad en sí mismos, de modo que puedan ser leídos sin necesidad de conocer antes el contenido del texto más amplio al que acompañan.

CRÍTICA

Es el artículo que analiza, comenta y enjuicia una obra artística y cultural (libro, película, exposición) para prestar un servicio al lector. Expresa la opinión de un especialista, que debe incluir información tanto sobre el acontecimiento u obra como sobre su autor, antecedentes, repercusión... La crítica debe orientar al lector y ofrecerle claves para desentrañar la obra y cómo comprenderla, interpretarla o disfrutarla mejor. Las críticas se acompañarán de una ficha técnica con datos de utilidad para el lector. En ningún caso se criticará lo que no se ha visto, oído, leído... Tampoco se criticará a través de opiniones de terceras personas.

CARTAS AL DIRECTOR

Son comunicaciones epistolares de los lectores al portal sobre asuntos de actualidad o informaciones del propio medio. Se publicarán sólo aquellas que lleguen debidamente identificadas (número DNI, domicilio, teléfono, etc...) y puedan ser autenticadas. Todas deben ser comprobadas antes de ser publicadas. Si el lector falsease cualquiera de los datos, la carta no será publicada, y el resto de comunicaciones que envíe tal lector tampoco.

Se sobreentiende que las cartas están dirigidas, personalmente, al director del medio, por lo que se corregirán expresiones del tipo 'la noticia que publican' y las referencias directas a un redactor, colaborador y protagonista de una noticia, si se entablase una polémica 'Si usted, señor Martínez...' por 'Si el señor Martínez'

No deben pasar las 20 líneas mecanografiadas (250 palabras). El portal se reservará el derecho de condensar el texto. Siempre se eliminarán frases estereotipadas del tipo 'el portal que tan bien dirige' y todas aquellas que supongan elogios o juicios fuera de lugar. Se mantendrán, sin embargo, los encabezados 'Sr. Director' y otros análogos.

Si la carta se refiere a una noticia o artículo difundido con anterioridad, se publicará el enlace directo a tal información. Los manifiestos y cartas firmadas colectivamente se firmarán con los nombres de las personas más conocidas y el número total de firmantes.

No se publicarán cartas que contengan elementos injuriosos, calumniosos o difamatorios. Cuando la carta aluda a una información o a un profesional del periódico, el autor de aquella o el aludido pueden ofrecer una respuesta que se publicará a continuación de la carta en cuestión.

DOCUMENTACIÓN

La redacción de los textos de documentación deberá ser fluida, y no una mera concatenación de cifras o fechas (salvo en los cuadros o fichas). Como los demás artículos informativos, deberá contar con una entrada donde figure el dato más importante o el que resuma los que se faciliten a continuación. Los artículos de documentación deberán citar la fuente de la que se extraen los datos. El hecho de que una cifra, nombre o fecha figure en letra impresa en un diario no avala su veracidad. A ser posible, el documentalista comprobará la fiabilidad del dato. Si no lo consigue, hará constar la procedencia en el caso de que sea extraído de una publicación ajena al portal.

PUBLICIDAD

La publicidad es un contenido más de los que el público busca cada día. Al igual que la información, debe estar sujeta a las normas básicas de ética y respeto a la audiencia. La publicidad debe separarse de la información e identificarse claramente, de manera que no se mezcle con aquella ni pueda confundir al lector sobre el origen e intención de los datos y puntos de vista expuestos. Se rechazarán las fórmulas híbridas que borran los límites entre información y publicidad.

El director, como responsable legal de los contenidos, tendrá capacidad para sugerir la modificación o decidir la no publicación de aquellos contenidos comerciales que vayan en contra de los principios editoriales del medio o puedan incurrir en ilegalidad.

NORMAS TIPOGRÁFICAS

Con el objetivo de facilitar e identificar la lectura de los documentos por parte de los usuarios, burladero.es establece unas medidas tipográficas, que unificarán los criterios de publicación de cualquiera de las informaciones que aparezcan en el medio.

NORMAS COMUNES

Con independencia de las reglas previstas para casos concretos, todos los trabajos destinados a publicarse en **Burladero.es** deberán cumplir unas normas tipográficas de común aplicación:

- Los tipos de letra reservados para las informaciones no podrán ser utilizados, en ningún caso, en la publicidad.
- Cualquier anuncio que se asemeje a la publicación de una noticia del portal, deberá incluir una cabecera con la palabra 'Publicidad'.
- Los signos ortográficos unidos a una palabra escrita han de escribirse en el cuerpo y letra de la palabra previa.
- Después de cualquier signo ortográfico –coma, punto, punto y coma, dos puntos, punto, puntos suspensivos, interrogación, admiración, paréntesis o raya- si no se señalara punto y aparte, hay que incluir un espacio.
- Cuando haya sueltos o líneas que se compongan aparte –como un ladillo- no será necesaria la composición con punto y final.
- Si la información constase de varias páginas, o se publicase dividida en columnas, ninguna de éstas puede comenzar la composición por una línea incompleta.
- Los ladillos nunca podrán situarse ni a principio ni a final de la página. Deberá respetarse, como mínimo, tres líneas tanto en la cabeza como en el pie.
- Si el texto comienza por capitular, se podrá obviar el que vaya precedida de signos como comillas o interrogación.
- Nunca podrán partirse palabras en un titular o en un ladillo.

LA CURSIVA

Se empleará la composición en cursiva en los siguientes casos:

- Cuando se quiera dar cierto énfasis o un segundo sentido a un determinado vocablo. No debe abusarse de este empleo.
- En el caso de apodos que agrupen a dos o más personas, o a un colectivo: '*los Lozanos*'. El artículo irá en minúscula y cursiva.
- Si el apodo es una denominación familiar o un apelativo, no se escribirán en cursiva cuando formen parte del nombre aceptado públicamente por el personaje. '*Curro Vázquez*' y no '*Curro Vázquez*'.
- No se empleará cursiva para las palabras con que se designe a los seguidores de un torero, ganadería, afición o doctrina. '*los morantistas*', '*los toristas*', '*los venteños*'. No obstante, deberá quedar claro en la información a quién se refiere la palabra cuando el nombre no figure como antecedente.
- Los nombres de toros derivados del correspondiente a su ganadería o propietario, podrán emplearse en plural, pero en minúscula y nunca en cursiva. '*los victorinos*' '*los pablorromeros*'
- Se escribirán en cursiva los títulos de periódicos, programas, libros, películas, canciones, obras de teatro, o alguna de sus partes.
- En los títulos de editoriales, críticas y artículos de opinión, los titulares se escribirán en cursiva para diferenciarlos de la información y los reportajes. En este caso, lo que debiera escribirse en cursiva se entrecomillará con comilla simple.
- **Nunca se empleará la cursiva en las citas textuales, aunque no estén en castellano. Otra cosa es poner en cursiva una o varias palabras de toda una frase entrecomillada.**

LA NEGRITA

Se empleará la composición en negrita en los siguientes casos:

- En todos los nombres propios, tanto en el cuerpo de las informaciones, como en las entradillas de los festejos.
- En los nombres de las ganaderías, siempre y cuando no se refiera a ellas en plural.
- En las entrevistas de declaraciones, las preguntas efectuadas por el entrevistador.

USO Y EMPLEO DE LA FIRMA

La firma de una información es parte de su aval, y de manera muy especial en el caso de aquellas particularmente comprometidas o presumiblemente polémicas. En estas ocasiones, los autores deben responsabilizarse plena y públicamente de su información.

Conviene huir lo más posible del abuso o uso indebido de la firma en las informaciones, puesto que se le priva así de su verdadero valor: primar las noticias obtenidas o elaboradas por medios propios.

Aunque no se pretende establecer un sistema restrictivo, sí conviene fijar un criterio amplio de interpretación que conceda a la firma su justo valor como elemento de la noticia. Como es lógico, se trata de esbozar un marco, cuyos límites quedarán señalados por el racional uso que los responsables de la elaboración del periódico hagan de esta flexibilidad de interpretación.

Home o primera página. El criterio genérico es que no deben aparecer firmas en la primera página del periódico, salvo en los siguientes casos:

- En las crónicas o informaciones de enviados o corresponsales en las que se pretenda destacar su presencia en el lugar de los hechos.
- En las noticias o informaciones de probada exclusividad o de indiscutible relieve y repercusión.
- En las noticias de indudable trascendencia que no tengan prolongación o ampliación en las páginas interiores del periódico.

Lo que no se firma. Como norma, no se firman las notas de prensa, las condensaciones de teletipos o de comunicados, los resúmenes de crónicas de corresponsales, las cronologías, los extractos de conferencias o debates, y, en general, los complementos de carácter documental o explicativo que se añadan a una información, siempre y cuando formen parte del mismo bloque.

El hecho de que tales añadidos tengan un título independiente no justifica la inclusión de la firma, ni siquiera de las iniciales, y menos aún cuando su autor sea el mismo que el de la información que complementan.

Excepciones. Sólo caben dos excepciones a esta regla:

- Los trabajos de documentación que supongan creación literaria, descubrimiento de fuentes o aportaciones informativas relevantes.
- Las traducciones de artículos literarios o reportajes amplios en los que el manejo del lenguaje por el traductor sea un elemento de calidad de trabajo, en cuyo caso se hará una referencia al autor de la traducción en una nota al pie del texto.

Está terminantemente prohibido firmar una noticia en un lugar en el que no se encuentra el autor, ni siquiera en el caso de los enviados especiales que elaboren una información recién llegados de un viaje. En este supuesto, será en la entradilla en donde se haga constar que tal información fue recogida por el firmante en el sitio.

Cuando sea imposible individualizar a una agencia, al haberse utilizado por igual informaciones facilitadas por dos o más de ellas, la noticia se encabezará con el genérico AGENCIAS y el nombre de la ciudad o ciudades —no más de dos— de donde proceda la mayoría de los datos.

Data. En periodismo, el lugar de procedencia, nombre o sigla de la fuente y fecha de una noticia, datos todos ellos que, generalmente, preceden a esa información. En BURLADERO.ES, las informaciones se fechan de forma automática por el sistema.

Todas las informaciones, cualquiera que sea su origen, llevarán una línea de data compuesta por el nombre de la ciudad de procedencia de la noticia, el cual no es siempre aquél en donde se ha producido ésta. En aquellos casos en que se trate de una población poco conocida, el nombre de la provincia o del país al que pertenezca se añadirá entre paréntesis. Pero en el texto, y no en la línea de data; es un elemento más de la noticia.

Es inmoral apropiarse de noticias cuya paternidad es de otros. Por tanto, los despachos de agencia se firmarán siempre, a no ser que la noticia se confirme y amplíe por medios propios, o que el texto del teletipo haya sufrido retoques que afecten al fondo de la información (y ello porque así se asume la responsabilidad de tales cambios).

BIBLIOGRAFÍA

- **ABC:** *Libro de Estilo de ABC*. Ariel, Barcelona, 2001.
- **AGENCIA EFE:** *Manual de español urgente*. Cátedra. Madrid, 2000.
- **ARENAS, PAULA:** *Manual de Redacción*. Edimat Libros. Madrid, 2005.
- **BURLADERO.COM:** *Normas de Estilo*. Moncholi, M.A. 2000.
- **EL MUNDO:** *Libro de Estilo*. Temas de Hoy, Madrid, 1996.
- **EL PAÍS:** *Libro de Estilo*. Madrid, El País.
- **REAL ACADEMIA ESPAÑOLA:** *Diccionario de la Lengua Española*. 22ª ed. Espasa Calpe, Madrid, 2001.
- **LA VANGUARDIA:** *Libro de redacción*. Barcelona, 1986.
- **VOCENTO:** *Libro de Estilo*. Martínez de Sousa. Trea, 2003



© INFORMACIÓN Y DIFUSIÓN TAURINA MULTIMEDIA, S.L.
TODOS LOS DERECHOS RESERVADOS
MADRID, MARZO DE 2006