

2016

# *Manual de Estilo*

MANUAL DE ESTILO MAYOR DE BOLÍVAR  
COMUNICACIONES

## PROLOGO

En la historia del Mayor del Bolívar, en sus 67 años de estar prestando servicios de educación superior a la comunidad cartagenera y sus alrededores, ha ido formando una imagen que la hace única y la hace distinguida entre las demás instituciones, características que con el tiempo definen su identidad corporativa.

En la intención de comunicarse de manera respetuosa, pero siempre conservando su identidad define a través de este manual un estilo particular al momento de emitir comunicados escritos.

En esta primera versión, el autor hace una recopilación de los aspectos que a consideración definen la identidad de un texto y les da formas casi estándar para conservar esos puntos que al momento de llegarle al lector este identificará la marca Mayor.

El tratamiento de los títulos, las entradillas, el cuerpo de un escrito noticioso, fotografías y demás son los aspectos que encontraras en este manual de estilo, además de las políticas editoriales, aun las que exige el Ministerio de Educación al momento de hacer una publicidad.

Este manual de estilo en su primera versión busca fortalecer la imagen que se brindan al público en sus escritos desde la oficina de comunicaciones, permitiendo la flexibilidad de sus integrantes.

## INDICE

TÍTULO I: PRINCIPIOS .....	3
SECCIÓN1: Política editorial .....	3
1.3. Las críticas deberán respetar las reglas de convivencia detalladas a continuación: .....	3
SECCIÓN 2: Tratamiento de la información .....	4
SECCIÓN 3: Tratamiento de la publicidad .....	6
SECCIÓN 4: Fotografías .....	9
SECCIÓN 5: Entrevistas .....	10
TITUTO II: Géneros Periodísticos .....	11
SECCION 1: Normas generales .....	11
SECCIÓN 2. Principales elementos de un comunicado de prensa: .....	14
SECCION 3: Noticias .....	15
SECCION 4: Opinión.....	19
SECCION 5: Fe de errores.....	19
TÍTULO III: ELEMENTOS DE TITULACIÓN .....	19
SECCION 1: Los titulares.....	19
TÍTULO IV: TIPOGRAFÍA .....	24
Sección 1: Normas comunes.....	24
TÍTULO V: FOTOS Y GRÁFICOS.....	26
Sección 1: Fotos y Gráficos.....	26
Sección 2: Pies de foto.....	27

# TÍTULO I: PRINCIPIOS

## SECCIÓN1: Política editorial

1.1. EL INFOMAYOR se define como un BOLETIN DIGITAL, de información institucional, sin fines de lucro, publica escritos de elaboración propia.

1.2. EL INFOMAYOR se encuentra en una plataforma virtual en forma de blog alojada en los servidores de WordPress. Algunas desprolijidades de INFOMAYOR son gajes de dicho alojamiento gratuito.

1.3. Las críticas deberán respetar las reglas de convivencia detalladas a continuación:

2. 1.3.1 Por más enojados que estén, los participantes deben evitar los discursos ofensivos.

1.3.2 Los comentarios deben respetar el tema planteado por el artículo o por las intervenciones que surgen naturalmente en el curso del debate. En este sentido, el blog se reserva el derecho de admitir la práctica del off-topic.

1.3.3 Espectadores admite la firma de comentarios con apodos, pero considera inaceptable la usurpación de identidades ajenas y el cambio de *nick* para simular otra identidad (artilugio que busca burlar estas reglas de convivencia).

1.3.4 En Internet las MAYÚSCULAS SOSTENIDAS equivalen a gritos, y además dificultan la lectura en las pantallas de computadoras y dispositivos móviles. Por favor, no abusemos de ellas.

1.3.5 Este blog no admite publicidad directa o subliminal de productos o servicios comerciales. De ahí que borre los links asignados a *comments* afines al interés del blog pero evidentemente redactados con intención promocional.

1.3.6 Este blog no admite denuncias anónimas que transcriben datos personales de terceros.

1.3.6 Cuando lo crea conveniente, INFOMAYOR desactivará el espacio reservado para la opinión de los lectores.

1.3.7 Cualquier comentario que transgreda estas normas será automáticamente descartado. Por otra parte, INFOMAYOR se reserva el derecho de dejar de publicar las intervenciones de visitantes ocasionales que son -o se convierten en- *trolls*, es decir, que se *instalan* en uno o varios *posts* con actitud abusiva y/o belicosa.

1.4. EL INFOMAYOR se esfuerza por presentar frecuentemente información veraz, lo más completa posible, interesante, actual y de alta calidad, de manera que ayude al lector a entender la realidad y a formarse su propio criterio.

1.5. El INFOMAYOR se reserva el derecho de publicar las noticias.

## **SECCIÓN 2: Tratamiento de la información**

2.1. 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, el redactor evitará en las noticias expresiones como ‘al parecer’, ‘podría’, ‘no se descarta’ o similares. Estas fórmulas sólo sirven para añadir hechos no contrastados o rumores. En ese caso deberá aportar los datos ciertos que le inducen a creer que algo ‘podría’ ocurrir o que ha sucedido ‘al parecer’.

2.2. Los rumores no son noticia. Cuando el rumor sea utilizado por alguna persona o grupo como arma arrojada contra otro, se podrá denunciar este hecho, pero sin citar las acusaciones difundidas mediante esa argucia.

2.3. Las 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 que está leyendo**. 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.

2.4. La atribución de la noticia a una fuente o fuentes no exime al periodista de la responsabilidad de haberla escrito.

2.5. Cuando no se pueda citar el nombre del informante, conviene huir de expresiones genéricas como 'fuentes fidedignas', 'fuentes competentes' o 'dignas de crédito' (se sobreentiende que lo son; en caso contrario, no deben utilizarse). Pueden emplearse, no obstante, fórmulas que, sin revelar la identidad de la fuente, se aproximen lo máximo a ella, por ejemplo, 'fuente gubernamental', 'parlamentario', 'judicial', 'eclesiástica', '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.

2.6. La palabra '**fuentes**' ha de emplearse en el texto cuando se aporta una información personal. Por tanto, no se puede utilizar, por ejemplo, la expresión 'según fuente municipal' cuando se trate de una noticia facilitada por la Alcaldía a todos los medios de comunicación. En este caso habrá de escribirse 'según informó la Alcaldía'.

2.7. Hay que evitar el recurso de disimular como fuentes informativas ('según los observadores...', 'a juicio de analistas políticos...') aquellas que sólo aportan opiniones. En este supuesto, deberá identificarse a la persona consultada. En otro caso, no resulta interesante conocer una opinión si no se sabe quién la avala.

2.8. La aparición de informaciones de importancia en otro portal web (antes que en InfoMayor), no es motivo para dejar de publicarlas o para negarles la valoración que merecen. Este criterio sirve igualmente para las fotografías.

2.9. 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.

2.10. 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.

2.11. En caso que el texto sea para anunciar algún premio, beca o concurso, debe presentar un soporte legal, para dar confianza y veracidad a la

información, el redactor se abstiene de publicar si no se presenta dicho documento avalado por la máxima autoridad.

### **SECCIÓN 3: Tratamiento de la publicidad**

3.1. Los espacios publicitarios no podrán ser utilizados para contradecir o matizar informaciones publicadas en InfoMayor. Para estos casos existen los espacios Fe de Errores, Cartas al Director y el Ombudsman o Defensor del Lector.

**Artículo 1º.** Información a publicar por parte de las instituciones de educación superior en sus respectivas páginas web. Todas las instituciones de educación superior deberán publicar en su página web de manera clara y visible la siguiente información:

1. Nombre de la institución de educación superior, el cual debe corresponder al registrado en el Sistema Nacional de Información de la Educación Superior (Snies).
2. Resolución del Ministerio de Educación Nacional que otorga la personería jurídica a la institución de educación superior, en tratándose de aquellas de naturaleza privada, o la ley, ordenanza o acuerdo municipal mediante el cual se haya creado la institución de educación superior de carácter oficial.
3. Carácter académico de la institución (institución técnica profesional, institución tecnológica, institución universitaria, escuela tecnológica o universidad).
4. Lugar de desarrollo de los programas académicos.
5. Nombre completo de los programas académicos ofertados.
6. Código Snies de los programas académicos ofertados.
7. Tipo de formación académica ofertada (técnico profesional, tecnológica o profesional universitaria), y si se trata de programas de pregrado o posgrado.
8. Modalidad de los programas académicos (presencial, a distancia o virtual).
9. Demás información detallada y relevante de los programas académicos que oferte y desarrolle. Parágrafo. La información relativa a los programas

académicos señalada en ese escrito, deberá corresponder a lo que establezca el Ministerio de Educación Nacional en los actos administrativos mediante los cuales se hayan otorgado los correspondientes registros calificados.

**Artículo 2°.** Publicidad de programas académicos. En relación con las piezas publicitarias e información general de los programas académicos, las instituciones de educación superior deberán indicar lo siguiente:

1. Número de resolución por medio del cual se otorgó el registro calificado, indicando la vigencia del mismo.
2. Duración del programa académico.
3. Departamento y municipios en donde se oferta y desarrolla el programa, lo cual debe corresponder con lo autorizado en el respectivo registro calificado.

Parágrafo. Adicional a lo anterior, en las piezas publicitarias de que trata este artículo, deberá indicarse que en la página web de la institución de educación superior se brindará toda la información relacionada con los programas académicos que oferte y desarrolle, según lo establecido en el artículo 1 de la presente resolución.

**Artículo 3°.** Programas académicos en convenio. La publicidad que las instituciones de educación superior realicen respecto de los programas académicos que desarrollen en convenio con otras instituciones de educación superior, tanto nacionales como extranjeras, deberá informar expresamente tal situación, e indicar el nombre de la institución de educación superior que otorgará el título académico. En la publicidad deberá establecerse el Código Snies del programa académico. Para el caso de las instituciones de educación superior extranjeras, se deberá indicar el código o su equivalente que le fue otorgado en su país de origen al programa académico, la información que acredite la legalidad de la institución de educación superior y el órgano o entidad que le realiza inspección y vigilancia a la misma. En cuanto a las pasantías o prácticas en el extranjero, es necesario que dentro de la publicidad en medios escritos del programa, se evidencie el costo o las actividades a cargo del estudiante y si es o no, un requisito para la titulación.



**Artículo 4°.** Advertencia “Vigilada Mineducación”. Las instituciones de educación superior están obligadas a emplear la advertencia “Vigilada Mineducación” de manera visible y clara en todas las piezas publicitarias que realicen en los medios de divulgación, tales como:

1. Televisión pública o privada.
2. Páginas web.
3. Afiches publicitarios.
4. Folletos.
5. Volantes.
6. Catálogos.
7. Pendones.
8. Vallas.
9. Prensa escrita y electrónica.
10. Redes sociales.
11. Cualquier artículo de mercadeo en el que se informe la existencia de la institución de educación superior, y la oferta y desarrollo de programas académicos.
12. Formatos de recibos de pago de derechos pecuniarios.
13. Documentos institucionales como constancias y certificados. En los anuncios emitidos por radio, la información sobre la institución de educación superior deberá estar seguida de la expresión “institución sujeta a inspección y vigilancia por el Ministerio de Educación Nacional”. El mensaje deberá ser transmitido de manera clara y pausada para que pueda ser comprendido por los oyentes.

**Artículo 5°.** Piezas publicitarias conjuntas. Cuando se trate de piezas publicitarias conjuntas, en las cuales se incluya a entidades, instituciones u organizaciones que no estén sometidas a inspección y vigilancia del Ministerio

de Educación Nacional, la expresión “vigilada Mineducación” deberá estar al lado inferior del nombre de la institución de educación superior, como se ilustra a continuación:

**Artículo 6°.** Piezas publicitarias sobre Acreditación. Las instituciones de educación superior que se encuentren acreditadas en alta calidad o cuenten con programas académicos acreditados, podrán indicarlo así en sus piezas publicitarias, siempre y cuando lo hagan de manera clara y legible, indicando el número de la resolución por la cual el Ministerio de Educación Nacional otorgó la acreditación y el tiempo de vigencia de la misma.

**Artículo 7°.** Prohibición de información falsa, imprecisa o que induzca a error. Las instituciones de educación superior no podrán difundir piezas publicitarias ni divulgar cualquier tipo de información falsa e imprecisa, tanto de la institución como de los programas académicos, que confunda, engañe o induzca en error a la comunidad, so pena de las acciones de inspección y vigilancia que, en el marco de las Leyes 30 de 1992 y 1740 de 2014, adelante el Ministerio de Educación Nacional.

#### **SECCIÓN 4: Fotografías**

4.1. Queda prohibida toda manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica (edición periodística, eliminación de defectos de revelado o de transmisión). Ni siquiera se podrá invertir una imagen con el propósito de que la cara de la persona fotografiada dirija su vista a la información a la que acompaña.

4.2. Las imágenes para la publicidad son propias de la institución reservando el derecho de autor.

4.3. Todas las imágenes contempladas deben aportar un pie de foto donde se especifique el autor, en caso que sea donada se coloca la palabra cortesía y cuando no es reciente se coloca archivo.

4.4. Debe extremarse el cuidado con la publicación de fotos de archivo utilizadas como simple ilustración de contenidos de actualidad. Los redactores han de velar por que tal inserción de ilustraciones, al ser extraída del entorno

en que fueron tomadas, no dañe la imagen de las personas que aparezcan en ellas. En cualquier caso, deberá expresarse en el pie a qué fecha y situación corresponde la fotografía.

## **SECCIÓN 5: Entrevistas**

5.1. 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 entradilla que ha de preceder a toda entrevista, de la manera más breve y respetuosa posible, a la reiterada insistencia en esa falta.

5.2. Las conversaciones serán grabadas en una grabadora periodística. 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.

5.3. Salvo en situaciones muy excepcionales, no deben realizarse entre vistas mediante cuestionarios previos. Y, en ese caso, ha de advertirse al lector.

## TITUTO II: Géneros Periodísticos

### SECCION 1: Normas generales

**1.1. Uso del idioma.** El propósito al redactar cualquier noticia es comunicar hechos e ideas a un público heterogéneo. Por tanto, el estilo de redacción debe ser claro, conciso, preciso, fluido y fácilmente comprensible, a fin de captar el interés del lector.

1.2. Los periodistas han de escribir con el estilo de los periodistas, no con el de los políticos, los economistas o los abogados. Los periodistas tienen la obligación de comunicar y hacer accesible al público en general la información técnica o especializada.

1.3. Los periodistas deben cuidar de llamar a las cosas por su nombre, sin caer en los eufemismos impuestos por determinados colectivos.

1.4. Las palabras no castellanas se escriben en cursiva.

1.5. Los términos empleados deben ser comunes, pero no vulgares. Cuando haya que incluir vocablos poco frecuentes —por estar en desuso o por ser excesivamente técnicos—, es preciso explicar al lector su significado.

1.6. Es preferible utilizar los verbos en activa y en tiempo presente. Esto acerca la acción al lector. No sería aconsejable esta frase: 'Felipe González dijo ayer que él seguía siendo el presidente del Gobierno y que fue investido con mayoría absoluta', si se puede sustituir por esta otra: 'Felipe González dijo ayer que sigue siendo el presidente del Gobierno y que obtuvo la mayoría absoluta en su investidura'.

1.7. En las informaciones siempre han de quedar bien claras las circunstancias de tiempo en que se produce la noticia. Estas circunstancias deben estar referidas a la fecha de publicación del InfoMayor

1.8. Si en una información se hace referencia a un día anterior, siempre que se trate de la misma semana se preferirá la mención concreta de ese día ('el martes pasado') al uso de un adverbio ('anteayer').

1.9. Rigor. La información debe ser exacta. Hay que evitar expresiones como ‘varios’, ‘un grupo’, ‘algunos’, ‘numerosos’..., para sustituirlas por datos concretos.

1.10. El autor de un texto informativo debe permanecer totalmente al margen de lo que cuenta, por lo que no podrá utilizar la primera persona del singular — salvo casos excepcionales autorizados por el redactor jefe de Edición o quien le sustituya— ni del plural (ni siquiera expresiones como ‘en nuestra institución’, puesto que el InfoMayor se lee también fuera de Cartagena. El adjetivo posesivo ‘nuestro’ incluye en ese caso al lector y al informador, las dos personas que se comunican, y el lector no tiene por qué ser cartagenero (y en algunos casos tampoco el periodista).

1.11. Edad. Los años que tenga el 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. En ocasiones, además de la edad, son datos relevantes el estado físico o mental del personaje.

1.12. Hay que evitar expresiones tan desafortunadas (y frecuentes) como ‘una joven de 33 años’. 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’.

1.13. 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)’.

1.14. Citas. Jamás ha de escribirse que un personaje ha insinuado algo si no se reproduce a continuación la expresión textual, de modo que el lector pueda corroborar la interpretación del periodista o discrepar de ella.

1.15. 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.

1.16. 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.

1.17. Es una incorrección sintáctica 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'.

1.18. Medidas. Las cantidades de peso, longitud, superficie o volumen jamás deben expresarse en cifras inferiores a la unidad, sea cual fuere ésta. Se prefiere escribir 'nueve milímetros' a '0,9 centímetros'. Otra cosa es que la cantidad contenga una milímetros' a '0,9 centímetros'. Otra cosa es que la cantidad contenga una fracción; por ejemplo, '11,200 kilogramos'. Tampoco deben emplearse las abreviaturas. Lo correcto es escribir '90 centímetros' y no '90 cm'. Las abreviaturas sólo pueden usarse en tablas o cuadros estadísticos. Normas internacionales sobre símbolos: sin punto, mayúsculas y minúsculas, plurales.

1.19. La entrada. La entrada puede tener un tratamiento tipográfico distinto al del cuerpo de la información. Principalmente en estos dos casos:

1.19.1. En negra, cuando se trate de destacar la noticia más importante de cada página (que no tiene que ser necesariamente la que va titulada a un mayor número de columnas).

1.19.2. En redonda, para un reportaje o una entrevista. Las entradas que se diferencian tipográficamente deberán escribirse en un solo párrafo, sin puntos y aparte. En el caso de los reportajes y entrevistas, deben redactarse de forma que la entrada y el cuerpo de la información puedan

entenderse independientemente. Así, una confección más ágil no interrumpirá o dificultará la lectura normal del texto.

1.19.3 Las entradas que se diferencian tipográficamente deberán escribirse en un solo párrafo, sin puntos y aparte. En el caso de los reportajes y entrevistas, deben redactarse de forma que la entrada y el cuerpo de la información puedan entenderse independientemente. Así, una confección más ágil no interrumpirá o dificultará la lectura normal del texto.

1.20 Transmisión. En caso de dictar una información por teléfono, el autor cuidará de deletrear las cifras siempre. Igual hará con los nombres de grafía dudosa, por conocida que sea la persona citada; hasta el extremo, por ejemplo, de indicar si ésta escribe con g o con j un apellido tan común como 'Jiménez'.

Cuando se manden las informaciones por teletipo o télex, las cifras se escribirán de acuerdo con las normas sobre el empleo de los números, pero se repetirán a continuación, siempre, con todas sus letras y entre paréntesis, a fin de evitar los errores que pudiera provocar una deficiente transmisión.

Al pie de toda información o mensaje interno remitido por prensa debe finalizar con la palabra "fin del comunicado".

## **SECCIÓN 2. Principales elementos de un comunicado de prensa:**

2.1 Un título que refleje el mensaje principal; usted puede incluir un subtítulo que enriquezca el tema, pero tanto el título como el subtítulo deben ser lo más breves posible.

2.2 La fecha del comunicado de prensa (destacada), los nombres y datos de contacto de los organizadores de la campaña que pueden hablar con los medios de comunicación.

2.3 Un párrafo principal que contenga la información más importante (quién, qué, cuándo, dónde, por qué, cómo), o un relato inicial de una historia de interés humano conexa que atraiga la atención.

2.4 Un párrafo de antecedentes con información basada en pruebas acerca del problema, que en lo posible incluya estadísticas y citas. Cuanto más datos específicos tenga, tanto mejor.

2.4 La solución y acción que su campaña promueve, es decir, los mensajes de la campaña

2.5 Una breve descripción de su campaña

Si desea dar a los periodistas tiempo adicional para que estudien su información (por ejemplo cuando anuncia la publicación de un informe), o asegurarse de que la nota no se publique antes de una fecha determinada, puede “prohibirse la divulgación” de la información, es decir, el periodista puede leer la información antes pero no puede darla a conocer antes de la fecha de divulgación oficial. En este caso, incluya la frase "NO PUBLICARSE - PROHIBIDA LA DIVULGACIÓN ANTES DEL [FECHA Y HORA]".

### **SECCION 3: Noticias**

3.1 **Pirámide.** En un texto informativo, el uso de la técnica de la pirámide invertida (de mayor a menor interés) es conveniente, pero no obligatorio. Siempre se ha de comenzar por el hecho más importante, que estará recogido, a su vez, en el título. No obstante, el párrafo siguiente puede constituirlo una frase que explique **la entradilla** o contenga los antecedentes necesarios para comprender el resto del artículo, rompiendo así la relación de hechos. Lo mismo puede ocurrir con párrafos sucesivos.

3.2. **Entradilla.** La entrada es el primer párrafo de la noticia. Debe estar diferenciada tipográficamente con negrilla y contendrá 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.



3.2.1. El primer párrafo 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 —lo cual requerirá dos o, quizá, tres párrafos—, pero siempre según la mayor o menor importancia que cada una de ellas tenga en cada caso.

3.2.2. Hay algunas formas de entradilla totalmente nefastas:

—Una larga cita entrecomillada, que obliga al lector a esperar varias líneas para saber quién es el autor de la frase. Ello desvirtúa el entrecomillado, puesto que no recibe el valor que implica saber quién lo está diciendo. Sólo es válido este recurso

—y aun así, poco recomendable —cuando recoge una frase breve y contundente: “Es espantoso, está muerto”, lloró Carmen Serna al acariciar el cuerpo de su marido.

—La entradilla de estilo notarial de narración (descripción puramente factual de hechos). Un ejemplo es el siguiente: “El Ministerio de Vivienda decidió ayer, 30 de diciembre, conceder una ayuda de \$ 1.000 millones de pesos para los damnificados por las últimas inundaciones...”. Esta fórmula ha de ser sustituida por algo más imaginativo, donde se destaquen las consecuencias de los hechos; así: “Los damnificados por las últimas inundaciones podrán reparar sus casas sin recurrir a créditos bancarios, merced a la ayuda aprobada ayer por el Ministerio de Vivienda, que consiste en subvenciones de \$1.000 millones de pesos”. Otro ejemplo: “El nuevo primer ministro japonés, Toshiki Kaifu, llegó ayer a Bonn, primera escala de su viaje de nueve días por Europa”. En su lugar puede escribirse: “El primer ministro japonés, Toshiki Kaifu, se estrenó ayer en Europa con un viaje a Bonn, el primero de una gira por el continente dedicada a explicar su política sobre el Este”.

3.2.3. Una información no debe comenzar con un adverbio o locución adverbial —excepto el adverbio ‘sólo’ si su cambio de orden modificase el sentido—ni con un complemento circunstancial. No porque sea algo

incorrecto gramaticalmente, sino porque dificulta la lectura precisamente en el momento en que ha de producirse el enganche del lector.

Posteriormente, en otros párrafos puede emplearse cuidadosamente este recurso para variar la estructura de las frases y no hacerlas repetitivas.

3.2.4. 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.

2.37. Cuerpo informativo. El cuerpo de la noticia desarrolla la información con todo tipo de elementos complementarios; incluye los datos que no figuran en la entrada, explica los antecedentes y apunta las posibles consecuencias. Esto no significa que se puedan incluir opiniones partidistas o juicios de valor sobre lo que se narra.

3.2.5 Entrada y cuerpo de una información no deben superar, salvo casos excepcionales, las 900 palabras. La narración de los hechos y de los datos ha de hacerse sin pretender contarlo todo a la vez. Hay que buscar una cadencia que no dé la sensación de barullo.

3.2.6 Siempre ha de escribirse cada párrafo de una noticia como si fuera el último. Al término de cada párrafo, la noticia debe tener unidad en sí misma; no puede quedar coja o falta de alguna explicación. Esto permitirá cortar y reajustar el texto sin problemas y con rapidez en el caso de que sea necesario.

3.2.7 El principal objetivo al escribir una información es mantener el interés del lector hasta el final. Para ello hay que unir con suavidad, mediante las partículas apropiadas, las ideas afines.

Cada parte de un artículo, reportaje o crónica ha de ser consecuencia lógica de la parte anterior.

3.2.8. Ningún párrafo debe constar de más de 100 palabras.

3.2.9 Un texto informativo debe explicarse en sí mismo. Ha de estar concebido de manera que el lector no necesite recordar los antecedentes para comprender la información que se le ofrece. No todos los lectores han leído el boletín de InfoMayor el día anterior, y si lo hicieron es probable que no leyeron todos los artículos. Cada noticia debe ser escrita como unidad informativa, sin sobreentenderla ligada a otros textos, ni siquiera cuando figuren en la misma página (despieces o documentaciones).

3.2.10 El rigor del dato es fundamental en las informaciones. No basta con escribir que un grupo de agricultores se ha tomado la Gobernación; habrá que precisar de cuántos se trataba. Si se informa de unas jornadas de estudio, se debe especificar el número de asistentes, los países o regiones de los que proceden. Si se escribe 'los alumnos de tres facultades han protestado por...', debe precisarse cuántos son en total los estudiantes afectados y cuántos de ellos han suscrito la protesta. Si se indica que 'las asociaciones de vecinos de la localidad han difundido un comunicado', habrá de señalarse si son todas las asociaciones, o cuántas de ellas, y a cuántos vecinos representan del total de habitantes. En lugar de describir a un personaje como un hombre alto, será mejor precisar que mide 1,90.

3.2.11 Las informaciones deben personalizarse; la profesión o cargo que desempeña el protagonista de la noticia, su edad, estado civil y demás circunstancias personales son elementos noticiosos de primer orden.

3.2.12. Se respetarán los tratamientos de estilo.

3.2.13 En el caso de referirse a una noticia o un artículo difundidos días antes, se incluirá, la fecha de su publicación de acuerdo con las normas de estilo. Ejemplos: 'el pasado día 15', 'el 15 de junio' o 'el pasado viernes'. En este caso, siempre que ese pasado viernes sea el de la fecha de publicación en InfoMayor.

## **SECCION 4: Opinión**

4.1 Tribunas. Los artículos estrictamente de opinión (tribunas) responden al estilo propio del autor y no serán retocados, salvo por razones de ajuste o errores flagrantes (incluidos los ortográficos).

Hay que respetar en general la grafía, puntuación, acentuación y sintaxis de los artículos de colaboración. Las únicas normas del Libro de estilo que cabe aplicar son las que se refieren a evitar las abreviaturas, a la utilización de mayúsculas o de la letra cursiva y a la conversión de pesos y medidas.

El criterio es que en tales originales debe respetarse al máximo la voluntad de su autor

## **SECCION 5: Fe de errores**

5.1 El InfoMayor ha de ser el primero en subsanar los errores cometidos en sus páginas, y hacerlo lo más rápidamente posible y sin tapujos. Esta tarea recae de manera muy especial en los responsables de cada área informativa. No obstante, todo redactor tiene obligación de corregir sus propios originales.

## **TÍTULO III: ELEMENTOS DE TITULACIÓN**

### **SECCION 1: Los titulares**

1.1. Los titulares constituyen el principal elemento de una información. Sirven para centrar la atención del lector e imponerle de su contenido.

1.2. Los titulares han de ser inequívocos, concretos, asequibles para todo tipo de lectores y ajenos a cualquier clase de sensacionalismo. Asimismo, serán escuetos, aunque nunca se sacrificará la claridad expositiva a su brevedad, ni se eludirán las normas elementales de la sintaxis castellana.

1.3. No se pueden suprimir los artículos o adjetivos que imponga la lógica del lenguaje, ni escribir títulos como éste: 'Científicos preparan una vacuna contra el sida'. Estas normas son igualmente válidas para las cuñas y los breves.

1.4. Los titulares responden fielmente a la información. En los casos de noticias, se desprenden normalmente de la entrada y jamás establecen conclusiones que no figuren en el texto. Los titulares y la entrada deben satisfacer la curiosidad primera del lector, que ha de quedar enterado de lo que ocurre sin necesidad de acudir al resto de la información.

1.5. Elementos del titular. Un titular puede componerse de cintillo, antetítulo, título, subtítulo 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.

1.6. El título. La parte principal de un titular es el título o cabeza, que, como norma general, no debe exceder de 13 palabras. 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).

1.7. Antetítulo y sumario. El antetítulo y el subtítulo o sumario (o los sumarios, a los que también se llama 'destacados') son elementos que complementan el título y tienen casi siempre más palabras que la cabeza (o título).

1.8. Solamente se pueden emplear más de dos sumarios o destacados en los artículos muy amplios que ocupan más de una página y en los reportajes de un suplemento

1.9. La cabeza cuenta la noticia; el antetítulo o el subtítulo, la explican o desarrollan; los sumarios o destacados resaltan partes del texto. Estos

elementos complementarios de un titular guardan estrecha relación con la cabeza, 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.

1.10. 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.

1.11. 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. Se utilizará cuando abarque al menos todos los textos de una página. Ello no implica que hayan de suprimirse otros antetítulos de informaciones insertadas en ellas.

1.12. Salvo en entrevistas y reportajes, sección de Cultura y Sociales, las informaciones no llevarán más que cabeza y antetítulo, y aun éste únicamente cuando sea necesario, con tendencia a suprimirlo. Sólo excepcionalmente podrán utilizarse todos los elementos de un titular (cintillo, antetítulo, título y subtítulo o sumario).

1.13. A modo de resumen, puede decirse que el antetítulo enmarca las noticias, el epígrafe las clasifica y el cintillo las agrupa.

1.14. Estilo del título. Los verbos de los titulares se deben escribir preferentemente en el **tiempo presente**.

1.15. Se prefiere la afirmación a la negación. Los titulares incluirán sólo excepcionalmente la palabra 'no'. Normalmente, es noticia lo que ocurre; y con menos frecuencia, lo que no ocurre. En estos supuestos, y en el caso de que la información tenga interés, hay que buscar fórmulas para utilizar

una expresión afirmativa o positiva. Ejemplos: en lugar de 'Borís Yeltsin no abandona la presidencia' es preferible 'Borís Yeltsin se mantiene en la presidencia'; en lugar de 'Jordi Pujol no irá a Valencia' se prefiere 'Pujol suspende su viaje a Valencia'.

lk

1.16. Se prohíbe terminantemente 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 título debe tener un contenido claro y cierto, que transmita credibilidad a toda la información.

1.17. La calidad del titular da la medida de la calidad de la noticia. Una buena información es la que se resuelve con un título corto. La noticia que precisa un título largo o muy matizado no ofrece muchas garantías de resultar atractiva.

1.18. Fotonoticias. Los títulos de las fotonoticias (véase capítulo 5) no deben tener necesariamente carácter informativo. Por tratarse de una foto como elemento noticioso en sí mismo, el título puede acompañar simplemente a la imagen. En este caso, por tanto, el redactor dispone de una mayor libertad para escoger el título.

1.19. Signos. El mejor titular es aquel que no necesita signos de puntuación como la coma o el punto y coma.

1.20. Jamás se emplearán admiraciones (salvo citas textuales). Y debe limitarse el uso de los interrogantes a los artículos de opinión o análisis encabezados así por colaboradores ajenos a la Redacción. Los dos puntos se utilizarán sólo cuando después de un nombre propio siga una frase entrecomillada, una frase pronunciada por esa persona.

1.21. Nunca se utilizarán paréntesis en un titular, salvo en estos dos casos:

a. Para dar el resultado de una competición deportiva. Ejemplo: 'El Barcelona ganó al Madrid (95 - 92)'.

- b. Para localizar una población, pero sólo cuando se trate de un lugar completamente desconocido. Ejemplo; ‘500 muertos por inundaciones en Anqing (China)’.

Las palabras de un titular que han de escribirse en cursiva irán entre comillas simples; las comillas se reservan, en este caso, para las citas textuales. En cambio, en los títulos engatillados —como los de las cuñas, los breves o las fotonoticias —se emplearán, según corresponda, la negra o la negra cursiva, pero no las comillas simples.

1.22. Siglas. No deben emplearse siglas en los titulares, salvo que las conozca sobradamente la generalidad de los lectores (y no sólo quienes se interesan habitualmente por la sección de que se trate).

1.23. 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.

1.24. Números. 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.

1.25. Repeticiones. Hay que procurar que en los titulares de una misma página no se repitan palabras o la misma raíz de palabras distintas (por ejemplo, ‘dirigir’ y ‘dirigente’).

1.26. 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.

1.27. Un dato recogido en un titular no exime al redactor o al editor de incluirlo también en el texto. En cambio, la idea recogida en alguno de los



elementos del titular no debe repetirse en un ladillo, ni siquiera con distintas palabras.

## TÍTULO IV: TIPOGRAFÍA

### Sección 1: Normas comunes

1.1 Los signos ortográficos unidos a una palabra escrita en un tipo o cuerpo de letra distinto al resto del texto han de escribirse en ese cuerpo o tipo. Así, si la última palabra de una cita entrecorrida va en cursiva, las comillas de cierre deben ir igualmente en cursiva, y si una palabra va en el cuerpo 10, el signo que le siga ha de ir en el mismo cuerpo. (Se sobreentiende que después de cualquier signo —coma, punto y coma, dos puntos, punto, puntos suspensivos, interrogación, admiración, paréntesis, raya, etcétera—, si no se señalara punto y aparte, hay que poner un espacio).

1.2. Los tipos de letra reservados para las informaciones (Times, Cooper, American Type writer) no pueden ser utilizados en la publicidad.

1.3. La palabra que preceda o vaya a continuación de una cifra debe ir unida a ésta —para lo cual existe en el teclado Hermes el signo de cuarto de cuadratín—. De esa forma se evita que, al justificar el texto, nombres como el de 'Felipe II' o el de 'Boeing 747' puedan quedar separados en distinta línea de composición. Lo mismo ha de hacerse en las siglas que, por ser su enunciado plural, duplican las iniciales: EE UU, FF AA. En tales casos, entre cada pareja de letras se incluirá un cuarto de cuadratín.

1.4. Los números que preceden a un articulado o enumeración en varios párrafos irán en negrita seguida de punto —no de punto y raya— y unidos al texto por el signo de medio cuadratín. Estos párrafos se sangrarán si así va el resto de la composición.

1.5. La primera línea de un texto nunca se sangra. Lo mismo habrá de hacerse, salvo las excepciones recogidas en este Libro de estilo, cuando entre los párrafos medie un blanco de separación. Por ejemplo, en el párrafo que sigue a un ladillo.

1.6. Nunca se parten palabras en un titular o en un ladillo. Por lo que respecta a la división en líneas, se procurará que ésta entorpezca lo menos posible la comprensión de la frase, así como que las líneas resultantes no tengan igual ancho. En este sentido, lo ideal, en el caso de dos líneas, es que la más larga sea la primera; en el caso de tres o más líneas, las más largas pueden ser, indistintamente, las centrales o las extremas, siempre que se evite el efecto de escalera.

1.7. La última línea de un párrafo nunca puede tener menos de cuatro caracteres (aquí se cuentan también los signos ortográficos). Ejemplo: 'desamparo'. No se permiten más de cuatro líneas seguidas que finalicen con un guión.

Los títulos engatillados van en cursiva, no con comillas simples.

## TÍTULO V: FOTOS Y GRÁFICOS

### Sección 1: Fotos y Gráficos

1.1. Queda prohibida toda manipulación de las fotografías que no sea estrictamente técnica (edición periodística, eliminación de deterioros o corrección de defectos de revelado o transmisión). Por tanto, no se puede invertir una fotografía, ya se trate de paisajes, edificios o personas. Ni siquiera con el propósito de que el personaje fotografiado dirija su vista a la información a la que acompaña.

1.1.2 La publicación de una foto en otro medio antes que en El InfoMayor no es motivo para dejar de publicarla o para negarle la valoración que merezca.

1.1.3 El fotógrafo no debe olvidar los valores simbólicos de las fotografías, además de los puramente informativos. Por ello, deben tener la oportunidad de conocer a fondo los temas en los que vayan a trabajar, para extraer de la realidad una visión diferente que también contribuya a explicarla.

1.1.4 Las fotografías con imágenes desagradables sólo se publicarán cuando añadan información.

1.1.5 Debe extremarse el cuidado con la publicación de fotos de archivo utilizadas como simple ilustración de contenidos de actualidad. Los periodistas han de velar por que tal inserción de ilustraciones, al ser extraída del entorno en que fueron tomadas, no dañe la imagen de las personas que aparezcan en ellas. En cualquier caso, deberá expresarse siempre en el pie de la fotografía a qué fecha y situación corresponde.

1.1.6. Está terminantemente prohibido reproducir ilustraciones de enciclopedias, revistas, etcétera, sin autorización previa de sus propietarios o agentes. En todo caso, deberá aparecer al pie el nombre de la fuente.

1.1.7. Estas normas son extensivas, en su caso, a los gráficos e ilustraciones

## **Sección 2: Pies de foto**

2.1 Las fotografías llevarán siempre pie.

2.2. Los pies deben ser puramente informativos e independientes del texto al que acompañan.

2.3 El pie de una foto nunca puede estar redactado como un título o una frase relacionada con el texto, y tampoco una frase escogida del texto, salvo en estos dos casos excepcionales:

2.3.1. En las entrevistas, y aun así siempre que la foto no admita un pie noticioso.

2.3.2. En las páginas especiales —por ejemplo, en los suplementos—, cuando la fotografía sea más una ilustración que una información.

2.3.3. Debe colocar siempre el nombre de quien redactó y el nombre de la procedencia de la fotografía.

2.4. Fotonoticias: La fotonoticia consiste en una imagen que tiene validez informativa por sí misma, sin una amplia información que la acompañe. En estos casos, el pie de foto podrá ser más extenso (unas 15 líneas como máximo) y llevará un título. Éste no podrá superar una línea de composición.

## **Bibliografía**

Romera Castillo, José (1946)

<http://blogs.elpais.com/files/manual-de-estilo-de-el-pa%C3%ADs.pdf>

<https://www.manualdeestiloap.com/>