

# PERIODISMO SOCIAL

## El compromiso de la información

Libro de estilo



**Autores:**

Luis Miguel Belda García  
Juan Emilio Maíllo Belda  
José María Prieto Ampudia



**SERVIMEDIA S.A.**

**Calle de Almansa, 66. 28039 MADRID**

**Tlf.: 91 545 01 00**

**Fax: 91 391 39 32**

**[www.servimedia.es](http://www.servimedia.es)**

**[servimedia@servimedia.es](mailto:servimedia@servimedia.es)**



Colabora:



6ª Edición

Imprime: Gráficas 82, s.l.

Depósito Legal: xxxxxxxxxx

© Servimedia S.A.

# Índice

<b>Saludo.</b> Miguel Carballada, presidente de la ONCE y de su Fundación	15
<b>Prólogo.</b> Luis Mateo Díez, de la Real Academia Española	17
<b>Compartir una forma de hacer.</b> Fernando González Urbaneja, presidente de la APM	19
<b>El poder de la palabra responsable.</b> Diego Copado, director de Comunicación y Relaciones Externas de El Corte Inglés	21

## Manual de estilo

<b>Servimedia, otra manera de informar.</b> José Manuel González Huesa, director general de Servimedia	25
<b>¿Qué es Servimedia?</b>	27
<b>1. Principios generales de redacción.</b>	31
<b>2. Periodismo social</b>	35
2.1 Normas básicas	
2.2 El valor de la persona	
2.3 Personas de talla baja	
2.4 Personas con discapacidad visual	
2.5 Personas con enfermedad mental	
2.6 El fenómeno de la inmigración	
2.7 Racismo y xenofobia	
2.7.1 Homofobia	
2.8 Moral y religión	
2.9 Adicciones	
2.10 Prostitución	
2.11 Menores	
2.12 Malos tratos	
2.13 La exclusión de las mujeres	

- 2.14 Personas sin hogar
- 2.15 Personas mayores
- 2.16 Salud y ciencia
  - 2.16.1 Investigación
  - 2.16.2 Enfermos
  - 2.16.3 Enfermedades
- 2.17 Suicidio
- 2.18 Medio ambiente
- 2.19 Responsabilidad social corporativa (RSC)
- 2.20 Periodismo ciudadano
- 2.21 Tercer sector

**3. Géneros informativos** ..... 75

- 3.1 "Flash"
- 3.2 Urgente
- 3.3 Avance
- 3.4 Noticia general
- 3.5 Entrevista
- 3.6 Crónica

**4. Las fuentes de la noticia** ..... 85

- 4.1 Nota de prensa
- 4.2 Declaraciones
- 4.3 Rueda de prensa
- 4.4 Informes y revistas
- 4.5 Discursos
- 4.6 Internet
- 4.7 "Off the record"
- 4.8 Autocitas
  - 4.8.1 Entrevistas en medios

4.8.2	Declaraciones telefónicas	
4.8.3	Fuentes anónimas	
4.8.4	Documentos	
4.8.5	Datos oficiales	
4.9	Las mujeres como fuentes de la noticia	
4.10	Corrección de errores	
<b>5.</b>	<b>Estructura de la noticia</b>	<b>99</b>
5.1	Titular	
5.2	Cintillo	
5.3	Subtítulo	
5.4	Data	
5.5	Entradilla o “lead”	
5.6	Ladillo	
5.7	Firma	
5.8	Esquema básico del teletipo de Servimedia	
<b>6.</b>	<b>Estilo</b>	<b>109</b>
6.1	Dequeísmo	
6.2	Recordar y advertir	
6.3	Mayúsculas	
6.4	Familia Real	
6.5	Siglas	
6.6	Extranjerismos	
6.7	Lenguas cooficiales	
6.8	Modo de escribir las horas	
6.9	Preposición latina ex	
6.10	Ministerio del Interior	
6.11	Medios de comunicación	
6.12	Nuevas tecnologías	
6.13	Terrorismo	

- 6.14 Cajas de ahorros
- 6.15 Estado
- 6.16 Personalidad
- 6.17 El uso de "nuestro"
- 6.18 Organizar y celebrar
- 6.19 Plurales de siglas
- 6.20 Pleno
- 6.21 A nivel de
- 6.22 Anti
- 6.23 A raíz de
- 6.24 Calles, plazas
- 6.25 Consejo de Administración
- 6.26 Administraciones
- 6.27 Justicia
- 6.28 Puso de manifiesto
- 6.29 Nombres de edificios públicos
- 6.30 Edad
- 6.31 Medidas
- 6.32 Letra voladita
- 6.33 Números
- 6.34 Teléfonos
- 6.35 Porcentajes
- 6.36 "Tercer Mundo"
- 6.37 Términos comodín
- 6.38 Ausencia del artículo

**7. Ortografía y Gramática** .....129

- 7.1 Acentuación
- 7.2 Adonde, a donde
- 7.3 Alias

7.4	Aún y aun	
7.5	Concordancias	
7.6	Condicional	
7.7	Comillas	
7.8	Con que, con que, con qué	
7.9	Deber, deber de	
7.10	Dos puntos	
7.11	Entorno y en torno	
7.12	Género	
7.13	Gerundio	
7.14	Interrogación	
7.15	Kilómetros por hora	
7.16	Leísmo, laísmo y loísmo	
7.17	Ordinales	
7.18	Paréntesis	
7.19	Plurales de números	
7.20	Porque, porqué, por que y por qué	
7.21	Post y pos	
7.22	Preposiciones	
7.23	Pretérito indefinido	
7.24	Puntos suspensivos	
7.25	Raya	
7.26	Sino y si no	
7.27	Sobre los determinantes delante de sustantivos femeninos que empiezan por "a" o "ha"	
7.28	Topónimos y sus artículos	

**8. Publicaciones**.....145

- 8.1 Reportaje
  - 8.1.1 Titular

8.1.2	Antetítulo	
8.1.3	Entradilla	
8.1.4	“Lead”	
8.1.5	Texto general	
8.1.6	Ladillo	
8.1.7	Sumario	
8.1.8	Apoyo o despiece	
8.2	Entrevista	
8.2.1	Titular	
8.2.2	Entradilla	
8.2.3	“Lead”	
8.2.4	Cuerpo del texto	
8.3	Normas estilísticas	
8.3.1	Comillas	
8.3.2	Cursiva	
8.3.3	Sin comillas ni cursivas	
8.3.4	Números	
8.3.5	Raya y guión	
8.3.6	Dos puntos y mayúsculas	
8.3.7	Porcentaje	
8.3.8	Tratamiento gráfico en Publicaciones y Digitales	
<b>9. Comunicación</b>		<b>151</b>
9.1	Convocatorias y notas informativas	
9.1.1	Estructura	
9.1.2	Convocatoria de medios	
9.2	Notas informativas en general	
9.2.1	Nota informativa	
9.2.2	Nota de prensa	
9.3	Envío de convocatorias y notas	

**10. Publicaciones digitales** .....157

**11. Errores frecuentes y recomendaciones** .....161

**Epílogo. *Sólo lo que se comunica existe.***

Alberto Castillo Badal, subdirector general de Servimedia .....171

**Bibliografía** .....176



## **Saludo de Miguel Carballada, presidente de la ONCE**

Constituye para mí un placer darles la bienvenida a este manual de estilo de la Agencia Servimedia que supone un paso más en nuestra permanente vocación de mejora y calidad de nuestros servicios profesionales. Este objetivo de constante progreso, de enraizar en la esencia y fines sociales de la ONCE su labor, desde hace casi siete décadas, por alcanzar una sociedad más solidaria que integre a todos sus miembros, y especialmente a los que se encuentran en mayor riesgo de exclusión o de necesidad social, para tratarlos como verdaderos ciudadanos de primera en plenitud de derechos y obligaciones.

Muchos son los esfuerzos de la gran familia ONCE, en estrecha cooperación con entidades públicas y privadas, para conseguir la plena integración de las personas ciegas y con otros tipos de discapacidad, e importantes están siendo los avances y logros en diversidad de campos. Pero aún nos queda mucho por hacer y conquistas sociales por alcanzar. Siguen existiendo barreras físicas y sociales que impiden o dificultan la verdadera igualdad de las personas con discapacidad que es preciso eliminar o superar. Estamos empeñados en que la sociedad conozca nuestra realidad en positivo, poniendo el acento en lo que podemos hacer y luchando por crear condiciones más favorables que nos permitan superar esas barreras que nos limitan en cuanto a lo que todavía no podemos hacer.

La información y los medios de comunicación son fundamentales para trasladar a la sociedad un mensaje de normalidad que permita superar esas

barreras, conocer con rigor y cercanía nuestros anhelos y necesidades y disponer de una plena visibilidad sobre nuestro compromiso ético, esfuerzo activo, participación plena y corresponsable en el progreso de todos.

Con esta filosofía, hace 20 años creamos la Agencia de Noticias Servimedia, con la intención de impulsar desde dentro de los medios una mayor presencia de la información social. Gracias al trabajo de sus profesionales, hoy los medios de comunicación en su conjunto dedican mayor atención a las grandes cuestiones de debate social. En la sociedad y en la opinión pública hay una mayor preocupación por los problemas de las personas con discapacidad y otros grupos vulnerables o en grave riesgo de exclusión.

Servimedia es hoy la agencia de noticias de referencia sobre “lo social”. Que debe continuar trabajando sobre nuevas metas y objetivos. La sensibilidad ante el reto de conseguir una sociedad más justa debe calar en los jóvenes profesionales que se incorporan al periodismo. Este manual de estilo de Servimedia pretende ayudar en esta tarea, acercando algunos conceptos para darles el tratamiento informativo adecuado.

Por eso, desde la ONCE damos la bienvenida a esta publicación y a cuantas otras iniciativas se dirijan a lograr una sociedad mejor que garantice la dignidad y la calidad de vida de las personas con discapacidad.

Miguel Carballada Piñeiro  
Presidente de la ONCE y de su Fundación

## Prólogo

Los libros de estilo son ya frecuentes en los distintos medios de comunicación y tienen el cometido de marcar pautas unificadoras y criterios aclaratorios para propiciar un comportamiento correcto en los usos gramaticales, ortográficos, tipográficos, de las informaciones.

Servimedia, que es una agencia muy comprometida con lo que se viene llamando periodismo social, nos ofrece ahora el suyo, tras una larga experiencia de más de dieciocho años ejercitando ese compromiso en el marco empresarial de la Fundación ONCE.

El periodismo social asume, en el trabajo de Servimedia, esa mirada a una realidad como la que vivimos, tan complicada como compleja, donde conviene resaltar la aportación integradora, lo que debiera ejemplificar un camino de integración plena de las personas con discapacidad en la sociedad en que viven.

Las palabras son determinantes para expresar no ya lo que somos, a lo que aspiramos, nuestras necesidades y requerimientos. Lo son para dejar constancia del mundo y de la vida y también para inventarlos, para construir los universos líricos e imaginarios en que el ser humano encuentra el espejo metafórico de su existencia.

Comunicarse es el acto utilitario más inmediato e imprescindible, y el lenguaje es la materia de ese acto en proporción nada ajena a ese otro acto de la creación en que, como decimos, las palabras inventan el mundo y nos sirven para inventarnos a nosotros mismos, para determinar nuestra memoria y conciencia.

Velar por el buen uso y la corrección en la lengua, establecer criterios unificadores en los medios para evitar contradicciones o contrastes indeseados, tener claras las pautas para evitar dudas o equívocos, teniendo en cuenta la especialidad que marca la mirada de un periodismo como el que crea y atiende Servimedia, es muy importante.

Y este Libro de estilo va a ser, sin duda, una adecuada herramienta, una buena guía de uso que, además, puede contribuir a que el periodismo social haga más intenso el mensaje de su compromiso en una sociedad que tanto lo necesita.

Luis Mateo Díez  
Escritor y miembro de la Real Academia Española

## **Compartir una forma de hacer**

Empecé mi vida profesional en una agencia de noticias y aprecié lo que ese trabajo tiene de exigente y de pedagógico; especialmente para los periodistas que se estrenan en la profesión. En las agencias cuentan los hechos y la rapidez, factores ambos sustanciales para el buen periodismo. Pero quizá las mejores lecciones de periodismo las aprendí durante los meses que la primera redacción de "El País" dedicó, antes de su salida a la calle, a discutir y convenir su primer libro de estilo. Probablemente el primero que se elaboraba en España. Fue un folleto sencillo y breve, concreto y práctico, pero, sobre todo, muy discutido y manoseado.

Lo mejor de aquello fue el debate previo, el proceso de enriquecimiento y de asimilación que trascendía al mismo documento. Fueron más importantes los consensos tácitos entre quienes elaboraron el texto que el propio documento. Y buena parte del primer éxito de "El País" radicó en la urdimbre creada en la redacción como consecuencia del debate de aquel libro de estilo germinal.

Desde entonces he animado a los responsables de cualquier redacción al debate intenso entre los redactores para consensuar una forma de hacer; para disponer de procedimientos y criterios aplicables al trabajo habitual y a lo extraordinario o imprevisto que acaba otorgando el carácter de un medio. Conseguir ese carácter y hacerlo perceptible a los ciudadanos es quizá la tarea más difícil pero más gratificante para cualquier editor o director. Sin carácter los medios son vulgares, incluso irrelevantes.

Que Servimedia se dote de un libro de estilo me parece una excelente idea. Y que sea debatido para ser compartido por los redactores e incluso testado con los clientes, me parece otro paso necesario para el éxito. Lo mejor del libro de estilo está en el proceso de elaborarlo, clave para su cumplimiento y para su reforma permanente a la luz de la experiencia.

En este caso Servimedia, por su propia naturaleza, repasa en una serie de aspectos relevantes de la información referidos a lo que llama periodismo social (aunque es difícil encontrar algún periodismo que no sea social) y que se refieren a grupos de personas que en muchas ocasiones no reciben en los medios el tratamiento al que tienen derecho. Las recomendaciones y advertencias de este libro de estilo son especialmente pertinentes y deben interesar no sólo a los redactores de la agencia, también a los de otras redacciones. Los periodistas nos enfrentamos en esta época a nuevas exigencias que pasan siempre por una mayor calidad. En ese sentido me atrevo a proponer que a la primera frase del primer capítulo que reza: "La principal labor de un periodista es **buscar noticias**" le añada **"ciertas, interesantes y relevantes"**. Noticias ciertas y relevantes, ese es uno de los retos para el periodismo del siglo XXI.

Fernando González Urbaneja  
Presidente de la Asociación  
de la Prensa de Madrid (APM)

## **El poder de la palabra responsable**

Los medios de comunicación han sido, tradicionalmente, un motor de progreso y avance social. Han estado a la vanguardia de las nuevas tendencias y corrientes de todo tipo, y eso se traduce en su propia adaptación a las necesidades y demandas de la sociedad. En esa adecuación constante al devenir de los tiempos, Servimedia ha sabido captar la necesidad de una forma de hacer periodismo desde una óptica eminentemente social convirtiéndose en un referente de esa, cada vez más demandada, información social.

Por eso, a la indudable responsabilidad que ya de por sí tienen las agencias de noticias, en este caso se añade un elemento más: el del compromiso de la información a la que hace referencia este libro.

La inteligencia humana está en gran parte articulada en torno al lenguaje o, dicho de otro modo, el lenguaje es parte integral de la estructura mental y psicológica del ser humano. Por eso hablamos del poder de la palabra y de la capacidad que tiene el lenguaje para despertar sentimientos. Con las palabras podemos suscitar emociones, expresar ideas, transmitir experiencias y, por supuesto, establecer canales de comunicación e informar de lo que acontece cada día.

De ahí la gran responsabilidad que tienen los medios de cara a la sociedad. El buen uso del lenguaje, la elección de los términos correctos, la

claridad en la redacción resultan imprescindibles en la tarea diaria de informar. En una sociedad cada día más globalizada, el ciudadano requiere noticias de lo que ocurre en su entorno pero también de lo que acontece en otros lugares a los que no le es posible llegar. Y en ese sentido, es esencial una información detallada, rigurosa y fiable.

Desde las empresas también exigimos esa rigurosidad en la información y ese buen uso del lenguaje al que están especialmente obligados los medios de comunicación como tractores sociales e impulsores de tendencias y corrientes. Por eso desde El Corte Inglés creemos que son importantes este tipo de iniciativas. Con nuestro apoyo a este libro de estilo queremos dar una muestra más del interés que tiene el Grupo El Corte Inglés por estar cerca del ciudadano y por vincularse a las inquietudes y desafíos que reclama la sociedad.

Diego Copado  
Director de Comunicación y Relaciones  
Externas de El Corte Inglés

# Libro de estilo





## **Servimedia, otra manera de informar**

Servimedia se ha convertido en una referencia para todos los medios de comunicación, ha marcado una pauta, ha iniciado un camino en la información social, y así nos lo reconocen las diferentes instituciones públicas y privadas, que en veinte años nos han concedido diferentes premios y reconocimientos. Pero, ahora que alcanzamos la mayoría de edad, debemos dar un paso más.

El valor informativo de la Agencia y su influencia se va consolidando poco a poco. Somos el referente de la comunicación social para las empresas. Somos el primer medio de comunicación que se incorpora a Forética, un foro que agrupa a empresas que tienen el objetivo de promover la responsabilidad social, y pertenecemos a la Red de Medios de Comunicación Europeos y Discapacidad. Y organizamos, junto con expertos universitarios, cursos y jornadas sobre la comunicación de la responsabilidad social de las empresas.

Objetivos de un equipo de cien personas, cuarenta con discapacidad, quienes con su esfuerzo diario consolidan el valor informativo de la Agencia.

Y, en medio de este cambio permanente de Servimedia, hemos creado un manual de estilo propio de la Agencia que tiene un primer objetivo profesional: unificar criterios gramaticales y ortográficos en nuestras informaciones. Pero este libro va mucho más allá. No sólo se trata de escribir de forma correcta, de contar los géneros informativos y las fuentes de la noticia, de explicar qué es una agencia; este manual habla del compromiso de la información, de buscar la implicación del periodista con

lo que pasa en la sociedad, de dar un paso más allá en el seguimiento diario de los acontecimientos. Persigue servir de guía a los profesionales de la comunicación, y de ayuda a los estudiantes que por primera vez se sientan en una redacción. O incluso antes, cuando los universitarios acuden despistados a una clase sobre las ciencias de la comunicación.

También pretende ser una referencia para los directivos de las empresas que tratan de acercar sus actividades a la vida diaria de sus ciudadanos. La implicación de la empresa, sea pública o privada, con la sociedad es esencial. Y esa comunicación necesita un lenguaje fluido, contenidos claros y compromiso.

Servimedia es algo más que una agencia. Es una forma de ver la vida de otra manera. Cuando te involucras tanto en lo que nosotros denominamos "periodismo social", utilizas otro cristal diferente para conocer lo que pasa en la sociedad. Tienes activa otra sensibilidad.

Y, en parte, gracias al granito de arena que Servimedia ha aportado en las últimas dos décadas, algo empieza a cambiar en la tendencia del periodismo. Incluso la política y la economía tienen otra cara, otro gesto que muchas veces pasa inadvertido. Nosotros sólo pretendemos destaparlo. Es evidente que la lluvia fina va calando. Ahora sólo falta llenar ese pantano de la información. En época de sequía, podemos provocar una tormenta que nos beneficie a todos. Es cuestión de tiempo. Interés y capacidad no nos faltan.

José Manuel González Huesa  
Director general de Servimedia

## ¿Qué es Servimedia?

Creada en 1988 por la Fundación ONCE, lo que le otorga desde su nacimiento su especialización en información social, Servimedia se ha convertido en los últimos años en un referente informativo a todos los niveles y en todas las áreas informativas en las principales cabeceras de prensa, radios y televisiones nacionales.

Desde su creación, la Agencia de Noticias se ha caracterizado por la potenciación y el liderazgo en la información social, que es nuestro referente y nuestro lema, y en el que además creemos.

Para dar mayor importancia y presencia a lo social, Servimedia ha desarrollado una destacada red de información política, económica y cultural, avalada por la constante presencia y referencia a la firma de la Agencia en los más prestigiosos medios de comunicación.

La Fundación ONCE lleva 20 años trabajando para conseguir la plena integración en la sociedad española de las personas con discapacidad a través de programas de formación y empleo, a lo que se añade la eliminación de barreras, no sólo arquitectónicas, sino psicológicas y culturales, en la mayoría de las ocasiones las más difíciles de allanar.

La Agencia Servimedia, enmarcada en el grupo de empresas de la Fundación ONCE, se convierte así en un elemento esencial en la difusión y tratamiento del mensaje social y del impulso a una sociedad en igualdad de oportunidades para todos los ciudadanos.

A través del envío diario de unas 200 noticias, los tradicionales teletipos, distribuidos los 365 días del año y muy pegados a la actualidad, Servimedia se

hace oír en los más prestigiosos medios de comunicación españoles, en los que ha ayudado a conseguir que la información social ocupe cada vez un lugar más destacado, al ir acompañada al mismo nivel y con la misma importancia por noticias parlamentarias, económicas o culturales.

Además, los trabajadores de la Agencia conocen desde un principio y asumen con generosidad y entusiasmo su labor de aguerridos profesionales de la información, en su aspecto más general, y su vertiente de incuestionables portadores e impulsores de la información de carácter social, sea cual sea su área de especialización.

Esta mentalidad llega incluso en Servimedia a los grupos de becarios que, procedentes de las principales universidades madrileñas, llegan cada año a la redacción para cumplir un periodo de formación de seis meses. Ellos son el futuro de la información y los compañeros de la Agencia ponen todo su empeño para formarles como mejores periodistas y, sobre todo, como mejores informadores de cuestiones sociales, algo que sin duda mantendrán en su desarrollo profesional.

De esta manera, Servimedia impregna toda su actividad de un carácter social que la eleva al liderazgo en este tipo de información, algo que no sería posible sin la generosidad de la ONCE, que, anualmente, cede a su Fundación un tres por ciento de sus ingresos (que representa más del 20 por ciento del resultado operativo de la organización) para que pueda impulsar compromisos como el de esta agencia de noticias que apuesta por la integración de todas las personas en la sociedad y, especialmente, de aquéllas que sufren alguna discapacidad.

Pero es que, por encima de todo, Servimedia predica con el ejemplo e integra en su plantilla, de unos 100 trabajadores, un 40 por ciento de empleados con algún tipo de discapacidad, entre los que se incluyen periodistas, maqueta-dores, administrativos, informáticos o telefonistas, demostrando así que se puede ser competitivo y líder empresarial integrando laboralmente a personas discapacitadas en cualquier ámbito laboral, sea cual sea.

El discurrir de los años ha obligado a la agencia de noticias tradicional, tal y

como fue concebida en su inicio, a acomodarse a las necesidades de sus clientes y de la población en general, lo que la ha llevado a convertirse en un medio de comunicación multimedia especializado en cuestiones sociales: un multimedia de lo social.

Así, el compromiso con la información social que caracteriza a Servimedia se ha trasladado a la gestión integral de comunicación para entidades e instituciones sociales, cada vez más necesitadas de dar a conocer su labor a la sociedad.

Para este tipo de entidades e instituciones, la Agencia pone a su disposición su potencial y su conocimiento de políticas e información sociales para elaborar publicaciones digitales o impresas, preparar resúmenes diarios de prensa, organizar congresos, seminarios, foros, ruedas de prensa, actos conmemorativos o cualquier otro evento relacionado con la comunicación interna y/o externa.

Servimedia edita más de 30 publicaciones especializadas en el ámbito de lo social, con un compromiso que incluye diseño, maquetación, redacción, impresión y distribución. Entre ellas destacan el periódico **"cermi.es"**, único órgano mensual para todo el sector de la discapacidad, o la revista **"Perfiles"**, especializada en actualidad social, con tiradas de 20.000 y 60.000 ejemplares, respectivamente, y un servicio de distribución que llega a todas las esquinas sociales de la geografía española.

Además, el fuerte impulso de Internet en los últimos años ha generado un área nueva de prensa digital, con publicaciones como "Solidaridad Digital" (<http://solidaridaddigital.discapnet.es>), el periódico diario decano y referente de la discapacidad en España, y "La Crónica Social" ([www.cronicasocial.com](http://www.cronicasocial.com)), el diario digital de información social.

Por otra parte, los servicios de Documentación y Comunicación de Servimedia elaboran resúmenes de prensa y dossieres informativos y dan servicios de comunicación integral a instituciones sociales, ONG, empresas y fundaciones, entre otros, para lo que se apoyan además en una de las mayores bases documentales existentes en España en materia social.

La versatilidad de una agencia de noticias especializada en políticas sociales, con profesionales expertos en todas las áreas informativas, es nuestro mejor aval para seguir informando a la sociedad, llevando nuestro mensaje de integración social y manteniendo la máxima que caracteriza a las agencias de noticias: la información es lo primero. Eso sí, con especial atención en el caso de Servimedia al posible carácter social de la noticia, que en casi todos los casos existe y merece ser contado.

# 1

## ■ Principios generales de redacción

La principal labor de un periodista es **buscar noticias**. Ese debe ser su primer cometido: ofrecer a los lectores o receptores del teletipo información novedosa e interesante. Ninguna relevancia tendrá una agencia de noticias que se limite a difundir información oficial o la que llega a través de notas de prensa. El prestigio de Servimedia se juega en dos canchas: las **informaciones propias** que ofrece y la **rapidez** con la que difunde las noticias.

Una vez que se ha cumplido el primer objetivo de todo periodista, y más en una agencia de noticias, llega el segundo de los factores: contar con rapidez lo que ha sucedido. Pero la rapidez no debe impedir la claridad en la exposición, la concisión del mensaje y la exactitud de los datos. De nada valdrá una buena noticia difundida rápidamente si no es comprensible para el receptor.

Todo periodista ha de **escribir de forma correcta**. La Agencia dispone de editores que corrigen las informaciones, pero el primer responsable de que una información no se entienda y de los errores en ella incluidos es su redactor. El periodista debe dominar las reglas de la ortografía y la gramática. No puede haber claridad expositiva con errores ortográficos o gramaticales. Igual que un alfarero usa sus manos para moldear el barro y lograr una bella figura, el periodista tiene un instrumento: el lenguaje, que ha de usar con precisión.

Esta misma precisión debe entenderse para que la persona que redacta la noticia haga un uso de lenguaje inclusivo, de modo que se eviten aquellos términos y expresiones que oculten determinados colectivos o grupos sociales. La orientación de periodismo social que se plantea en este manual, obliga, además a cumplir con lo enunciado en el artículo 14.11 de la Ley Orgánica 3/2007 de 22 de marzo para la Igualdad Efectiva de Mujeres y Hombres relativo a la "implantación de un lenguaje no sexista en el ámbito administrativo y su fomento en la totalidad de las relaciones sociales, culturales y artísticas." (BOE de 23 de marzo).

A la hora de redactar, toda persona dispone de un **estilo propio**, pero conviene tener en cuenta que el periodismo no es literatura, sobre todo en una agencia de noticias. Se debe contar lo que sucede de una forma sencilla, concisa y accesible al mayor número de gente posible. La estructura "sujeto + verbo + predicado" es la más adecuada. Nunca se debe trasladar al teletipo algo que el propio redactor no comprenda, aunque se haya extraído de una nota de prensa.

La **concisión** es un poderoso elemento que hay que tener en cuenta. Leer requiere tiempo, y no es precisamente algo que sobre, por lo que no se debe abrumar con noticias poco relevantes y excesivamente largas. Como muestra, un dato: una información a cinco columnas en un periódico equivale a un teletipo de unos 14 párrafos. Conviene hacer un esfuerzo de concisión y adecuar las informaciones a las necesidades de nuestros receptores. Y si eso vale para los diarios, ni qué decir para las radios y televisiones. Una noticia en esos medios se resume en cuatro o cinco párrafos, como mucho.

El elemento de la rapidez adquiere una importancia notable cuando se trata de hechos a los que han tenido acceso simultáneamente otras agencias.

La proliferación de medios digitales ha hecho más visible la importancia que dan nuestros clientes a la rapidez con la que se difunden los teletipos, algo muy tenido en cuenta por las televisiones y, sobre todo, por las emisoras de radio.

La urgencia en la transmisión de una información puede hacer conveniente la difusión de un avance. El habitual Consejo de Redacción de cada mañana puede servir para determinar qué informaciones requerirán de un primer teletipo más corto para ofrecer a nuestros clientes. Puede ser el caso de los resultados de un

sondeo del Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS) con intención de voto o datos económicos, como el paro o el IPC. Pero en otras situaciones ha de apelarse al **olfato informativo** del periodista que cubre un acontecimiento.

Ante un grave accidente o un atentado terrorista no caben las dudas. En otras ocasiones, es conveniente que el informador consulte con el redactor jefe de noticias o el responsable de sección para decidir. Siempre es mejor una consulta con respuesta negativa que el haber echado en falta un avance de una información.

Para escribir con rapidez hace falta tener las **ideas claras**. En una rueda de prensa, por ejemplo, hay momentos para ir repasando lo dicho por su protagonista, mientras los compañeros hacen sus preguntas o el conferenciante responde reiteradamente. En general, se debe dedicar un tiempo a ordenar las ideas e ir preparando el teletipo. Son minutos valiosos que se pueden ganar dentro de una competición sana con el resto de agencias, de forma que al sentarse delante del ordenador, ya sea en la agencia o en el lugar donde sucede la noticia, la escritura se hace mucho más ágil al tener ya las ideas ordenadas y decidido el mensaje que se va a transmitir. Situarse ante el teclado con el titular y el "lead" claros ayuda mucho a redactar con rapidez una información.

En este sentido, conviene apuntar que la grabadora es un gran apoyo para el periodista, ya que le permite completar o concretar alguna idea que se le pueda haber pasado por alto en la rueda de prensa, o que albergue alguna duda, un dato o declaración que no fue apuntada con precisión. Dicho esto, es importante solventar siempre cualquier duda antes de redactar la información.

La jerarquía de las informaciones es algo inherente a la labor periodística, y también ha de tenerse en cuenta en una agencia de noticias. El redactor debe analizar y valorar todo lo que le llega con la mayor brevedad posible, para ir ordenando su difusión en función de su importancia, asumiendo la dificultad que puede implicar en la actualidad la cantidad de información que llega por medios electrónicos.

Sin embargo, muchas veces la mera observación de un correo que llega a través de Internet permite determinar si lo que incluye puede tener mayor o menor interés. Un comunicado, con un hecho de primera magnitud, puede quedar oculto

entre los tres o cuatro que tiene pendientes un redactor, algo que debe evitarse.

En todo caso, la rapidez no debe estar nunca reñida con la exactitud. En la medida de lo posible, y valorando la urgencia de la noticia, **el texto debe repasarse y releerse** con el fin de evitar erratas y errores. En particular, conviene prestar especial atención a los nombres extranjeros y a las cifras, más difíciles de contrastar por el Departamento de Edición, que los dará por buenos, salvo que algo extrañe por su exageración: es poco probable que el sueldo medio de un trabajador español sea de cien millones de euros, como también lo es que los Presupuestos Generales del Estado asciendan a mil euros.

Un elemento que no puede faltar en ninguna de las informaciones de una agencia de noticias es la fuente, es decir, de dónde proviene la información o la declaración que se cuenta. Las noticias llegan a Servimedia por múltiples vías y, aunque en ello se ahondará en capítulos posteriores, la fuente debe incluirse en el primer o segundo párrafo del teletipo, nunca más tarde.

La Agencia de Noticias Servimedia corregirá, tan pronto los advierta, los errores que pueda cometer en la elaboración de las informaciones. El derecho de nuestros clientes a recibir una información veraz y el de las fuentes a ser tratados correctamente así lo requieren. Es su derecho y nuestra obligación.

Además de ser profesional, el periodista de Servimedia debe participar de principios tan básicos como la honradez, la ética o la coherencia; no sólo somos periodistas, también personas que hablamos de otras personas. De su cumplimiento nace la objetividad, piedra angular de esta profesión.

Por último, los periodistas de Servimedia podrán adquirir acciones, realizar inversiones u operaciones del mercado, siempre que no utilicen al efecto información confidencial o reservada, que por su trabajo profesional, hayan obtenido. Esta información tampoco la utilizarán en beneficio de terceras personas. Y su imparcialidad no les permitirá influir con noticias o comentarios que beneficien a intereses de personas o entidades. La independencia no podrá verse comprometida por la aceptación de regalos, donaciones o prebendas que puedan condicionar el libre ejercicio de la profesión.

# 2. Periodismo social

## 2.1 Normas básicas

Definir el periodismo social especializado no es fácil, pero sí hacerlo como una sensibilidad especial de quienes se enfrentan cada día a la elaboración de noticias y tienen como máxima la defensa de valores sociales en todas las áreas de la vida. No está de más recordar que al periodista se le debe exigir objetividad intelectual.

El periodista debe huir del llamado periodismo amable, puesto que se trata de todo lo contrario, de fijar un eje social de actuación y, sobre él, hacer rotar toda la actualidad, venga de donde venga: de los sectores políticos, económicos, sociales, culturales, etcétera.

Este periodismo, además, da cabida, como temática por excelencia, a todas aquellas cuestiones que habitualmente se han englobado en las secciones de sociedad, pero que ahora amplía sus conceptos a cuestiones económicas, políticas y otras voces.

Dar peso a "lo social" es lo que ha tratado de hacer, desde su nacimiento, la Agencia de Noticias Servimedia, impregnando de esta especial característica su actuación informativa. Se ha hecho hincapié en los temas

sociales al mismo nivel que los políticos y los económicos. Ésa es la verdadera apuesta por el periodismo social.

No se trata de deslindar áreas, sino de incorporar el concepto de "lo social" a todo el trabajo periodístico. La intención es, por tanto, llegar a lo social desde enfoques distintos en la información que se hace cada día. No siempre es fácil, pero la experiencia de 20 años de Servimedia demuestra que es posible integrar ese eje social en su agenda diaria y arrastrarlo cada vez más a otros medios y, por ende, a la actualidad.

A esto se suma la necesidad de actuar como altavoz de aquellos sectores de la sociedad en general, y de la ciudadanía en particular, que buscan en el periodismo un aliado en la expresión de cuestiones que, en menos ocasiones de las deseadas, son tenidas en cuenta, como las personas con discapacidad, los y las menores, la población inmigrante, y valores tales como la solidaridad, la cooperación y la paz, entre otros.

Incluir, por tanto, la voz de todos estos sectores en igualdad de condiciones con los actores políticos y económicos —con una capacidad mediática ya establecida y consolidada por Servimedia— es también un aspecto destacado del periodismo social.

A partir de ahí, sólo hay que tratar informativamente los temas sociales con la mayor normalidad, claridad y respeto posibles, sin renunciar a abrir el debate sobre asuntos como la infancia, las cuestiones de género, la drogadicción, la inmigración o la discapacidad. Y, junto a éstos, derechos laborales, de consumo, de relaciones con las administraciones o derechos sociales en general.

Se trata de contribuir desde nuestro trabajo en Servimedia en la lucha contra determinados estereotipos y actuaciones que impiden a algunos grupos sociales participar e integrarse en nuestra sociedad como ciudadanos en igualdad de condiciones.

Existen todavía pocos estudiosos del periodismo social como tal y, por ello, poco escrito al respecto, si bien los periodistas, en mayor número, son conscientes de que determinadas necesidades sociales deben ser plasmadas en los medios con normalidad.

Un ejemplo modélico es la declaración firmada en Salamanca por un centenar de periodistas que proponen el ejercicio de buenas prácticas de redacción y de sensibilidad (que no sensiblería) en relación con el trato informativo a las personas con discapacidad y sus necesidades. No olvidemos que sólo en España hay 4 millones de ciudadanos con algún tipo de discapacidad, cifra que se dispara por encima de 50 millones si nos referimos a la Unión Europea, un 10% de la población.

Las iniciativas políticas, las actividades económicas, las actuaciones públicas y, cada vez más, las privadas, tienen en cuenta los conceptos sociales. El periodismo no puede ser ajeno a lo que sucede en la calle. El impulso de la sociedad civil y los grupos relacionados con temas sociales es imparable. Sólo falta darle voz y en eso Servimedia trata de ser pionera para poner el altavoz a estos protagonistas de la sociedad.

Acerca del modo de escribir en periodismo social, se han abierto recientemente algunos debates sobre la idoneidad de determinados términos y usos respecto a enfermedades y situaciones que pueden afectar a personas, entes, colectivos, etcétera.

## 2.2 El valor de la persona

En este ámbito, más que atenernos a lo que llamamos “corrección política” del lenguaje, lo que nos interesa como periodistas es afinar en aquello que la palabra representa para **no herir** a las personas que son protagonistas, centrales o casuales, de la noticia.

Premisa principal: un “minusválido” no es “minus” (menos) válido que otra persona. Peor es el término “inválido” (no válido), atribuido también a quienes no entran en el imaginario perfil o patrón de las “personas normales”.

Dice el académico Javier Marías<sup>(1)</sup> que hay quienes *“nos instan a no utilizar nunca términos en sí mismo inocuos pero que ellos han tildado de*

---

<sup>1</sup>En un artículo en “El País Semanal” publicado el 11 de febrero de 2007.

*'peyorativos' o discriminatorios*", y agrega: *"decir de alguien que es 'negro' no difiere apenas de decir de otro que es 'rubio', algo meramente descriptivo; proscribir 'lisiado' o 'tullido' nos obligaría", subraya, "a prescindir asimismo de 'tuerto', 'manco', 'ciclán' o 'cojo' (...) y así hasta el infinito".* Marías tiene razón, pero habla de otra cosa.

No persigue este manual censurar o excluir términos, no sólo de uso popular, sino recogidos en el Diccionario. Tampoco un debate etimológico, sino una apuesta por corregir, aunque sólo sea con letras, la connotación equívoca que acompaña a determinados términos o expresiones en periodismo. La filosofía, si se nos permite, es no subrayar, en un contexto informativo determinado, una discapacidad del protagonista del hecho noticioso. No pasó a la Historia el presidente de Estados Unidos Franklin D. Roosevelt por su discapacidad (una paraplejía), sino por su función política. En este ámbito de reflexión, ningún periodista escribiría "El presidente **tullido** de EEUU ordenó ayer...", como tampoco hoy que "Un senador **negro** opta a la Casa Blanca". En la década de los cincuenta del siglo pasado, que un senador "negro" aspirara a presidente de Estados Unidos era un hecho, además de insólito y arriesgado, todo un acontecimiento informativo. Hoy, en la sociedad globalizada y multicultural que vivimos, probablemente no sea más que una rémora, un detalle que no merezca ser destacado, salvo excepciones. Para el caso, mejor que negro escribamos de **raza negra**, con la misma naturalidad que: "Elegido presidente de Mozambique un político de raza blanca", lo que es un hecho extraordinario, sin duda, en un país mayoritariamente habitado por personas de raza negra.

En otro ámbito, no olvidemos que una persona con discapacidad, como una persona mayor, como un niño, como cualquiera de nosotros en un momento dado, puede ser al mismo tiempo dependiente de alguien, ser **persona dependiente**, esto es, que precisa de la ayuda de otro. Ello no le invalida en todo lo demás.

Convertimos la palabra **discapacidad** en fuente de la que manan nuestros recursos expresivos. Discapacidad es también el término elegido por la

Asamblea General de la ONU en el Primer Tratado Internacional de Derechos de los Discapacitados, aprobado en agosto de 2006, como es **dependencia** el término habitual que se emplea en el desarrollo y contenidos de una ley española sobre el particular, también conocida como ley de autonomía personal.

En la elaboración de informaciones donde se hable de personas con algún tipo de discapacidad, dejamos en desuso términos como: invalidez, inválido, minusvalía, minusválido, loco, invidente, cojo, subnormal, anormal, tullido, impedido, mutilado, tarado, etcétera.

En este punto, anotamos como tendencia generalizada en los últimos tiempos el uso de la palabra **persona** acompañando la definición de la correspondiente discapacidad de la que hablemos. Aún hay quien se ve tentado de llamar a alguien a secas sordo o cojo peyorativamente. En periodismo social esto no es aceptable.

Persona se perfila como una luz al fondo del túnel. No creemos que redundante. Es una solución adecuada, correcta y, sobre todo, respetuosa. Quien presente una determinada discapacidad será una **persona con discapacidad**.

Del mismo modo, escribiremos, también como recomendación general, **persona sorda, persona muda, persona sordomuda o persona sordociega**. A la sordera la podemos llamar **discapacidad auditiva**. Escribiremos **tartamudo y tartamudez**, pero no tartaja, como **lengua de signos** y no "lenguaje de signos" o "de los signos".

**Persona con discapacidad física, intelectual** o con **enfermedad mental**, sea cual fuere el grado de la discapacidad o enfermedad, será mejor que definir con concreción, a veces exasperante, discapacidades o enfermedades como la locura (en todas sus variantes posibles), la cojera, etcétera. Escribamos **persona con amputación** (por *mutilado*) o **persona usuaria de silla de ruedas** (por *postrado en una silla de ruedas*).

Asimismo, se ha de evitar el uso de términos que en sí mismos llevan una apreciación negativa de la discapacidad, que termina proyectándose a la persona. Por ejemplo, hay que abstenerse de hacer uso de verbos como

"padecer", "sufrir", "aquejar", referidos a la discapacidad; es preferible optar por palabras neutras como **presentar, tener, manifestar, concurrir**, etcétera, que no prejuzgan el hecho de tener una discapacidad. Ocurre otro tanto con la expresión *gasto social*, que podemos cambiar por **inversión social**. Como afirma Pedro García Recover, en "La discapacidad en los medios de comunicación (Málaga)", "*lo social no puede ir vinculado a gasto*".

Para entender mejor la cuestión, hacemos nuestras las recomendaciones que, en relación con las enfermedades mentales, difundió en su día un grupo de expertos por encargo de la Confederación Española de Agrupaciones de Familiares y Enfermos Mentales (Feafes), que opta por usar la expresión **persona con enfermedad mental o persona con problemas de salud mental** en vez de "enfermo mental", "trastornado", "perturbado", "loco" o "psicópata", que considera este colectivo, y no sin razón, "*términos ofensivos, inexactos y anticuados que perpetúan la ignorancia y conducen al estigma*" en determinados contextos.

En los últimos tiempos, se está planteando el uso (muy minoritario, por el momento) de **diversidad funcional** para referirse a la "discapacidad", y que sería, al entender de sus defensores, el término correcto que habría de emplearse en sustitución de éste. En relación con el ser humano, sería **persona con diversidad funcional**. Esta propuesta no se ha generalizado y hay dudas de que vaya a hacerlo; no cuenta, hasta ahora, con avales normativos, jurídicos o políticos o de uso extendido. No ha de emplearse, por tanto, como sustituto equivalente de discapacidad, y sólo cuando la fuente de la noticia literalmente la emplee.

## 2.3 Personas de talla baja

La **acndroplasia** o **enanismo óseo** lleva unida a sus características físicas una carga de clichés y connotaciones culturales que identifican la imagen de las personas con acondroplasia "*con la del bufón, el gracioso*", según recuerda la Fundación ALPE Acondroplasia. Ésta y otras organizaciones velan por que las

**personas de talla baja**, así las llamaremos preferentemente en Servimedia, luzcan en el ámbito público por razones que nada tengan que ver con su discapacidad.

Aunque la Real Academia fija que "enano" es "*diminuto en su especie*" o, acompañado de "mental", "*persona corta de entendimiento*" o "*personaje fantástico (...) que aparece en cuentos infantiles...*", entre otras acepciones, parece más adecuado que en el uso informativo escojamos otras, además de personas de talla baja, como **persona que presenta enanismo** o **persona de estatura muy baja**.

## 2.4 Personas con discapacidad visual

Escribiremos por regla general **ciego** o **discapacitado visual** o **persona con discapacidad visual**, pero no "invidente". **Perro guía** se escribirá separado y sin guión mientras que juntas las palabras **sordoceguera** y **persona sordociega**.

En cualquier caso, señalamos aquí algunas consideraciones que hace la ONCE sobre los distintos grados de discapacidad visual.

### Concepto de ceguera y discapacidad visual

*Cuando hablamos en general de ceguera o discapacidad visual nos estamos refiriendo a condiciones caracterizadas por una limitación total o muy seria de la función visual.*

*Más específicamente, hablamos de personas con ceguera para referirnos a aquellas que no ven nada en absoluto o solamente tienen una ligera percepción de luz (pueden ser capaces de distinguir entre luz y oscuridad, pero no la forma de los objetos).*

*Por otra parte, cuando hablamos de personas con discapacidad visual queremos señalar a aquellas personas que con la mejor corrección posible podrían ver o distinguir, aunque con gran dificultad, algunos*

*objetos a una distancia muy corta. En la mejor de las condiciones, algunas de ellas pueden leer la letra impresa cuando ésta es de suficiente tamaño y claridad, pero, generalmente, de forma más lenta, con un considerable esfuerzo y utilizando ayudas especiales.*

*En otras circunstancias, es la capacidad para identificar los objetos situados enfrente (pérdida de la visión central) o, por el contrario, para detectarlos cuando se encuentran a un lado, encima o debajo de los ojos (pérdida de visión periférica), la que se ve afectada en estas personas.*

*Por tanto, las personas con discapacidad visual, a diferencia de aquellas con ceguera, conservan todavía un resto de visión útil para su vida diaria (desplazamiento, tareas domésticas, lectura, etcétera).<sup>2)</sup>*

Hablamos también del **braille**, sistema de lectura y escritura para las personas ciegas, y de Louis Braille, su creador.

En su conjunto, discapacidad resuelve muchas dudas ante el riesgo de terminar usando palabras que, aun reconocidas por la Real Academia, contienen significados que, como ya hemos señalado, pueden herir a los interesados.

**Discapacidad** sustituye del mejor modo posible sinónimos como "deficiencia", "anormalidad" o "minusvalía". Una persona con discapacidad no es menos válida o más deficiente o menos normal que otra persona sin ella.

En su Guía de estilo, la Confederación Española de Agrupaciones de Familiares y Personas con Enfermedad Mental (Feafes) se refiere sólo al ámbito que le compete, la salud mental, pero sus consideraciones nos son útiles para cualquier tipo de discapacidad. De este modo, resolvemos que una discapacidad:

- *No significa necesariamente menor capacidad intelectual o física*
- *No siempre es irreversible*
- *No es mortal*

---

<sup>2</sup> [www.once.es](http://www.once.es)

- *No es contagiosa*
- *No es siempre hereditaria*
- *No es un castigo o una culpa que arrastrar*
- *No es siempre permanente en la vida del individuo una vez adquirida*

El I Encuentro Periodismo y Discapacidad, celebrado el 1 de julio de 2004, concluyó con la llamada **Declaración de Salamanca**, que ahonda, a modo de "mandamientos", en directrices que deben seguir los redactores con relación al universo de las discapacidades.

No trata tanto de establecer qué términos se deben utilizar en cada ocasión como de llamar la atención de los periodistas en torno a la discapacidad en su conjunto. Así, se lee en la misma que la discapacidad *"se asocia a conceptos negativos fruto, en gran medida, de la ignorancia, la superstición, los prejuicios y de una serie de factores culturales que han ido levantando barreras invisibles difíciles de superar"*.

Añade más adelante que los medios de comunicación *"han potenciado la inclusión de informaciones relacionadas con la discapacidad pero siguen ofreciendo enfoques equivocados o sesgados que en ninguna medida favorecen la eliminación de prejuicios arraigados ni contribuyen a la plena integración de las personas con discapacidad"*.

Esta comunicación de principios debe regir el modo de hacer de Servime-día, sobre todo cuando alerta del riesgo de convertir a la persona con discapacidad en un "héroe" o, por el contrario, en un "mero receptor de ayudas". Tampoco, necesariamente, una persona con discapacidad ha de considerarse un "desvalida", en su acepción de "desamparada, privada de ayuda y socorro": lo puede ser cualquier persona, con o sin discapacidad.

Un atracador de bancos discapacitado no es distinto de otro que, siendo igualmente amigo de lo ajeno, no presenta discapacidad alguna. Pero un titular que diga "Un cojo logra un botín de un millón de euros tras retener a 102 personas en una sucursal" nos puede parecer más sugestivo que si el asaltante careciera de esta discapacidad, pero también puede llevarnos por los senderos

del espectáculo, haciéndonos olvidar que, lejos de ser la cojera del atracador, incluso la cantidad del botín, lo relevante será que 102 personas, la mayoría, sin duda, clientes, han sido secuestradas y su vida puesta en riesgo durante un tiempo determinado. El ejemplo es disparatado, desde luego, pero práctico para los fines que perseguimos.

## **2.5 Personas con enfermedad mental**

Convendremos también en la espectacularidad de emplear el término “psicópata” cuando nos referimos a determinados sucesos que, por su naturaleza, escandalizan o sobrecogen a amplios sectores de la sociedad.

Pero no debemos olvidar que un psicópata es un enfermo mental que ha de ser diagnosticado por especialistas, por lo que no podemos recurrir a este término llevados sólo de la sospecha de que tal cosa es la causa que ha conducido al cruento delito, por más que ello lo asegure la Policía en una nota de prensa; por más que nos guste relacionar psicópata con un tipo de delincuente particularmente violento o morboso.

La "psicopatía" es un sustantivo que, según la Real Academia, define la enfermedad mental en todas sus variantes. Por ello, debemos extremar las precauciones en el uso de expresiones de esta índole, puesto que psicópata es también una persona que tiene, por ejemplo, síntomas de anorexia, lo cual no conlleva la sospecha de que en algún momento tal persona cometerá contra otra u otras un acto horrible como el que, con mayor periodicidad de la deseada, se producen en la sociedad a la que pertenecemos.

"Un esquizofrénico mata a su madre". ¿Adónde nos conduce este titular? Puede que a ser comprensivos con el autor del crimen, pues no sabía lo que hacía, pero también puede que a pensar que la acción criminal hubo de ser horrible: ¡además era esquizofrénico, pobre madre! La noticia no debe ser tanto la condición mental del autor como la muerte de una madre a manos de su hijo. Una causa, pues seguro que hubo una causa, nos ayudará a completar mejor este suceso, desde el punto de vista estrictamente informativo. Más adelante sí podremos anotar la condición del autor

como una persona que, supuestamente, mientras no tengamos clara la fuente, padece esquizofrenia. ¿Explica necesariamente su poesía la enfermedad que presenta Leopoldo María Panero, o sus novelas la de Robert Walser? Por cierto, ambos escritores ingresaron en su día en **centros de salud mental** o de **rehabilitación**, mejor que escribir que "fueron encerrados, o reclusos" en "manicomios o psiquiátricos".

En algunos casos, sin resultar alevoso, puede ser interesante desde el punto de vista periodístico destacar una determinada circunstancia de este tipo en la elaboración de una información, aunque intentemos evitarlo.

Huyamos, asimismo, de expresiones como "retrasado", "perturbado" o "trastornado". Y no olvidemos un matiz importante: una **persona con discapacidad intelectual** se distingue de una **persona con enfermedad mental** en que la dolencia de esta último puede ser transitoria.

Además, diferenciamos lo que es un **pirómano** de quien hace fuego, con consecuencias igualmente fatales. Pirómano es, según la Real Academia, aquél que tiene *"tendencia patológica a la provocación de incendios"*, por lo que no podemos definir periódicamente como pirómano a todo aquél que, por ejemplo, quema una superficie forestal. Hablamos, por tanto, de un trastorno. Resulta a todas luces incorrecto informar del arresto de un pirómano sin conocer a ciencia cierta que lo es, pues podemos estar hablando de un acto criminal cometido por una persona que no padece necesariamente esta patología. Por tanto, emplearemos como definición general el término **incendiario**, que es aquél que *"incendia con premeditación, por afán de lucro o por maldad"*, en donde se encuadraría un eventual pirómano.

## 2.6 El fenómeno de la inmigración

Ocurre otro tanto con muchos otros términos que, afortunadamente, tienden a desaparecer, si no lo han hecho ya, concernientes a colectivos sociales tradicionalmente marginados, como las **personas de etnia gitana** u otra personas que, por el color de su piel, identidad o procedencia cargan de connotaciones negativas o extrañas determinadas informaciones.

Que una persona de raza negra abuse de una mujer de raza blanca levita en nuestro subconsciente como un suceso, si cabe, más espeluznante que si fuera un ciudadano de pelo rubio el autor. Nos lo relata bien Harper Lee en *“Matar a un ruiseñor”*.

El **inmigrante** o **persona inmigrante** es aún visto como un problema, en muchos casos de seguridad ciudadana. En Servimedia debemos hacer un esfuerzo por no encuadrar informativamente este fenómeno social en un escenario plagado de sospecha permanente.

Idéntico valor informativo tendrá que el atraco a un chalé lo perpetren cinco ciudadanos rumanos que cinco españoles. Es decir, no centremos el enfoque del suceso en la condición exclusiva de rumanos que tienen los presuntos atracadores.

El suceso es el que es: el atraco a un chalé, el botín logrado, si hubo víctimas... En el cuerpo de la noticia haremos mención, sin que ello suponga un rasgo distintivo, al hecho de que los autores eran de otra nacionalidad distinta de la española.

¿Por qué estas prevenciones? Los medios de comunicación, es obvio decirlo a estas alturas, tienen una enorme responsabilidad en la difusión de ciertos enfoques o contenidos que determinados sectores de la sociedad pueden interpretar de forma errónea, o cuando menos injusta, como una amenaza que afecta, en este caso, a todos los rumanos por el simple hecho de serlo. Ocurrió durante décadas, si no siglos, en España con las personas de etnia gitana, abocadas a un estigma que nada ayudó a su desarrollo e integración social.

No debemos olvidar que carecer de un documento para residir legalmente en un país no hace que una persona sea inferior. La inmigración masiva como fenómeno social reciente en España nos conduce casi a diario a tratarla informativamente desde distintos ángulos. En los últimos tiempos, la tendencia a nombrar los hechos y las personas de modo singular, con el falso objetivo de diferenciarlos de otros sucesos, motivos o sujetos, no debe necesariamente aceptar la consolidación de según qué términos.

Hablamos de expresiones del tipo “sin papeles”, “indocumentados”,

“irregulares”. Una situación, un hecho, un objeto puede ser regular o irregular, legal o ilegal, pero entendemos que una persona es algo más que un ser ilegal o irregular. Es, por encima de todo, una persona, con nombre y apellidos, familia y enseres, por pocos que sean, que le convierte en algo más que una expresión hecha, un número, un elemento social no identificable.

El **inmigrante** que cruza el mar en cayuco, por ejemplo, no es per se un delincuente, aunque por traspasar una frontera sin autorización o la documentación precisa en regla esté infringiendo una normativa determinada y aceptada por tratados internacionales. Así, es preciso que en el tratamiento informativo que apliquemos a informaciones referidas a **personas inmigrantes** prime, precisamente, esta condición: que son personas antes que inmigrantes legales o ilegales.

No recomendamos, por ello, utilizar expresiones sueltas del tipo “los ‘sin papeles’”, “los irregulares”, “los ilegales”, y sí, como mucho, **las personas sin papeles, los inmigrantes irregulares, las personas inmigrantes sin documentación**, y apurando en un titular, indocumentados, siempre entendiendo que la circunstancia, a veces accidental, de no poseer un determinado papel o documento en regla no nos convierte en un ser inferior o sospechoso, con menos derechos y deberes que quienes son nacionales o, sencillamente pueden acreditar su identidad por medio de un simple documento. Además, términos sueltos como “sin papeles” parecen conjugar falsamente bien cuando hablamos de un grupo numeroso de personas inmigrantes. Si habláramos del caso de una sola persona, ¿titularíamos así? “Un ‘sin papel’ llega a la costa española”. Queda raro.

Hay otras expresiones de uso común en nuestras informaciones cuyo significado conviene detallar. Parecería que al hablar de un exilado, refugiado o represaliado hablamos de lo mismo, pero no siempre es así.

Con el Diccionario en la mano, fijamos como sinónimos las palabras **exiliado, expatriado, asilado y refugiado** para definir a las personas que han abandonado su país, forzosa o voluntariamente, por motivos políticos.

Afinando, asilado es, en particular, la persona que, por motivos políticos,

encuentra asilo con protección oficial en otro país o en embajadas o centros que gozan de inmunidad diplomática.

Escribiremos **acogido**, refugiado o **desplazado** al referirnos a aquellas personas que se encuentran forzosamente en un país distinto del suyo, además de por razones políticas, por otras como guerras, catástrofes naturales, revoluciones, etcétera.

En este contexto, otro término habitual es el de **represaliado**, para el que la Real Academia fija que es persona que *"ha sufrido represalias"*, sin especificar de qué tipo. Como es válido para cualquier circunstancia, usémoslo si intuimos que se ajusta mejor a lo que queremos contar.

Un **campo de refugiados** es, según el Diccionario, un *"lugar acondicionado para la instalación temporal de personas que se han visto obligadas a abandonar el lugar en el que viven"*.

Prestemos especial atención en la elaboración de nuestras informaciones a los gestos humanitarios de amplios sectores de la población española afectada hacia estas personas, que se suman a la práctica diaria de las ONG e instituciones oficiales.

La imagen de la atención desinteresada prestada por bañistas y vecinos a inmigrantes llegados a playas españolas tras semanas de navegación en destartaladas barcas, ofreciéndoles agua o, simplemente, un abrazo para calmar su frío es más que una noticia: es todo un síntoma de buena salud social que debe ser reflejado en mayúsculas en nuestras informaciones.

## 2.7 Racismo y xenofobia

Para empezar, empleemos correctamente estos términos. **Racismo** es la *"exacerbación del sentido racial de un grupo étnico, especialmente cuando convive con otro u otros"*. Aunque la acepción que más nos interesa es la segunda: *"Doctrina antropológica o política basada en este sentimiento y que en ocasiones ha motivado la persecución de un grupo étnico considerado como inferior"*. **Xenofobia** significa *"odio, repugnancia u hostilidad hacia los extranjeros"*.

Como se aprecia, resulta esencial para el periodista no confundir a un racista con un xenófobo, aunque en algunos casos alguien sea las dos cosas. Queda entendido que una persona puede ser racista con respecto a un ciudadano de su misma nacionalidad pero de otra raza, así como xenófobo hacia otra de su misma raza pero de un país distinto del suyo.

**2.7.1 Homofobia.** No será correcto decir que una persona es racista hacia los homosexuales, *“tanto masculinos como femeninos”*<sup>3)</sup>, **gays y lesbianas**. Estamos ante una **persona homófoba** cuando es una persona *“que siente aversión hacia los homosexuales”*.

Además, cuidado con vocablos como "transfobia" o "tránsfobo", que no existen aunque son utilizados, incluso por instituciones públicas. Por supuesto, alejémonos de considerar la homosexualidad como una enfermedad.

## 2.8 Moral y religión

En terreno tan resbaladizo como éste, que soporta una elevada carga de subjetividad e interpretación, y riesgo de malentendidos, serán reglas básicas el respeto a las partes implicadas y el sostén en la Constitución española a la hora de dirimir informativamente determinadas cuestiones. Servimedia no fijará posición en la aplicación de leyes que supongan para determinados sectores sociales una merma de lo que estiman son sus derechos, en confrontación con los de otros colectivos, si se quiere antagónicos.

Ello no impedirá, como no puede ser de otro modo, ofrecer o atender informativamente a las partes en conflicto. Excepción será cuando las voces, documentos o acciones que se pretenden hacer públicas traspasen los límites de la libertad de expresión, o de la ley en su conjunto. Por encima de todo, prevalecerá el interés informativo, pero también el escrupuloso

---

<sup>3)</sup> Diccionario panhispánico de dudas”.

respeto a toda posición o sentimiento tan personales como los vinculados con la moral o las creencias religiosas, sean cuales sean.

Nuestra atención será preferente en aquellos casos en que las personas sufran física o psíquicamente por defender unas creencias determinadas, por la persecución de que puedan ser víctimas por esta razón. Por lo demás, todas las manifestaciones religiosas tendrán cobertura por igual en Servimedia, y en función siempre del interés informativo en cada caso, salvo aquéllas cuya actividad no esté legalmente regulada, como es el caso de determinadas sectas.

Por otra parte, es importante no relacionar el **islam** o **islamismo**, conjunto de dogmas y preceptos morales que constituyen la religión de Mahoma, con actividades violentas o terroristas que se cometen en su nombre. Sería tan injusto como responsabilizar a la cristiandad en su conjunto de las polémicas acciones que cometieron en su día determinadas facciones cristianas en Líbano.

El Diccionario nos ayuda a distinguir al señalar que **islámico** es *“relativo o perteneciente al islam”* e **islamista**: *“perteneciente o relativo al islamismo integral; partidario de este movimiento”*. **Musulmán** es quien *“profesa la religión de Mahoma”*, **mahometano** quien *“profesa la religión islámica”* y **árabe**, *“natural de Arabia”* y *“perteneciente o relativo a los pueblos de lengua árabe”*. Árabe no es sinónimo de musulmán o islámico. Un árabe puede ser católico, budista, etcétera.

No emplearemos con carácter general el vocablo *“moro”*, no sólo porque únicamente se refiera en su primera acepción a *“naturales del África septentrional frontera a España”*, lo cual supone una restringida parte de lo que llamamos mundo árabe; sobre todo porque es peyorativo. Permitiremos el uso de **islamofobia**, aunque no está en el Diccionario, para señalar el rechazo a todo lo relacionado con el islam.

Por otra parte, no confundamos evangelistas con evangélicos. En el ámbito cristiano, existe la Iglesia evangélica, como la católica. **Evangélicos** son los seguidores de esta doctrina inspirada en Lutero y Calvino, mientras que

**evangelistas** son cuatro: Mateo, Lucas, Juan y Marcos, autores de los evangelios canónicos. Otro tanto ocurre con anglicanismo y anglicismo. Aunque no es frecuente confundir ambos términos, no está de más recordar que **anglicanismo** es religión cristiana mayoritaria en Inglaterra, y anglicanos sus seguidores.

Tampoco todos los indios son hindúes. **Hindú** es todo aquel, resida en el país que resida, que practica el hinduismo, o brahmanismo, religión mayoritaria en la India. No caigamos en el error de hablar del país hindú, cuando aludamos a la India, como no llamamos católicos a todos los franceses aunque esta confesión religiosa es mayoritaria en dicho país. Para cerrar este capítulo, tengamos presente que **israelí** es el gentilicio del Estado de Israel. **Judíos** sólo serán quienes, siendo o no israelíes, profesen la confesión judía. Tampoco nos podemos referir a Israel como al pueblo **hebreo**, término éste que sólo se aplica a la lengua del pueblo judío. Israelí no es sinónimo de **israelita**, que emplearemos únicamente para referirnos a los judíos de todo el mundo.

## 2.9 Adicciones

Las drogas, en todas sus variantes, entre ellas el alcohol, pueden conducir a sus consumidores, dependiendo de las cantidades, hacia estados físicos o intelectuales que rayan en un problema de salud mental.

Debemos ser cuidadosos en no usar en estos casos términos despectivos que vinculen tales adicciones con determinadas consideraciones morales que no vienen al caso.

Un **alcohólico** o **alcoholizado** no es peor persona que otra que no lo sea. El **alcoholismo** —no confundamos con la alcoholemia, que es "*presencia de alcohol en la sangre*"— está definido por la Real Academia como el "*abuso de bebidas alcohólicas*" y, en su segunda acepción, como una "*enfermedad ocasionada por tal abuso*".

Por tanto, invoquemos para los alcohólicos, como desde hace años hace la conocida asociación Alcohólicos Anónimos, su condición de personas

enfermas. Lo mismo para con las personas cuya estabilidad intelectual o física ha resultado dañada como consecuencia del abuso en el consumo de otra droga.

Una **persona alcohólica**, como una **drogodependiente**, no es necesariamente un germen de delincuencia. Lo puede ser un ingeniero agrónomo que nunca ha bebido ni siquiera ha inhalado el humo de un cigarrillo. No empleemos nunca expresiones del tipo "borracho", "bebido" —en un sentido despectivo—. En noticias de sucesos, mejor que "dos jóvenes borrachos agredieron a...", escribiremos "dos jóvenes **ebrios** agredieron a...".

Aunque el alcohol también es considerado una droga, la expresión drogadicción está más ligada al consumo de estupefacientes. Al consumidor de sustancias como cocaína, heroína, pastillas, etcétera califiquémoslo como **persona con problema de drogodependencia, drogodependiente**, pero nunca como "drogata", "yonqui", "cocainómano", "heroínómano", "pastillero", etcétera.

En el I Foro Jóvenes, Drogas y Comunicación, impulsado por la Fundación de Ayuda contra la Drogadicción (FAD), se fijó, entre otras propuestas, la de evitar asociaciones entre la palabra "droga" y otras como "joven", "clase dirigente", "marginado", "inadaptado" o "rebelde". "*Son modos de dar carta de naturaleza, de legitimar el consumo de drogas en virtud de la pertenencia a un estrato, condición o categoría social*", se explica en la guía resultante de aquel encuentro, en la que se subraya que estamos frente a un problema de salud.

En otro apartado, que por su interés también reflejamos aquí, se apuesta por "*atemperar el hábito de centrar una información en datos y cifras, olvidando que tras las cifras hay personas*". Como se aprecia, la persona, el valor de la persona con que titulábamos un capítulo anterior, se presenta como un concepto clave, de respeto, de comprensión en algunos casos, que no debemos olvidar en el ejercicio de nuestra profesión. Subrayemos, más que un juego de palabras, esta regla de oro: los periodistas son personas que suelen hablar o escribir de personas para otras personas.

También el juego, en sus extremos, se considera una grave adicción, como bien expresa el término **ludopatía**, y **ludópatas** o **personas con problemas de juego patológico** los afectados.

El tabaquismo no altera el comportamiento de una persona como lo hacen otras sustancias de consumo común, como el alcohol, pero también es consecuencia de graves enfermedades a lo largo del tiempo.

## 2.10 Prostitución

Aunque parezca innecesario, no está de más recordar que la prostitución es una actividad a la que se dedica la persona que mantiene relaciones sexuales con otra a cambio de dinero, sea hombre o mujer. "Prostituta", "puta", "ramera" o "mujer pública" son las definiciones admitidas por la Real Academia para la mujer que se prostituye. Es más difícil hallar definiciones igualmente precisas para el hombre que se prostituye. Normalmente, en este entorno, nos acercamos al género masculino como "proxeneta", "chulo" o "rufián", esto es, persona que "vive de", que explota, obliga, esclaviza o trafica con la mujer que se prostituye. Para lo que nos concierne, el lenguaje periodístico vinculado a lo social, resulta poco operativo el vocablo francés "gigoló", joven prostituto que es mantenido por una mujer de más edad.

En Servimedia, usaremos, por regla general, los términos **prostituto** o **prostituta**, según el caso. A lo largo del texto, podemos referirnos a las **personas que ejercen la prostitución**, válido para ambos géneros. El término **trabajador** o **trabajadora sexual** lo utilizaremos en el caso de que colectivos o grupos de personas lo reclamen como autodenominación y sólo para aquellas personas que se incluyan explícitamente en esa reivindicación, alentadas por la regulación laboral de esta actividad que existe en algún país europeo. El resto de expresiones mencionadas conllevan cierta connotación despectiva.

El sustantivo prostitución está ampliamente aceptado, sobre todo entre las personas interesadas y siempre que no medie obligación en su ejercicio, en un marco de respeto por dicha actividad, hasta el punto de que comisiones parlamentarias

en las Cortes Generales son llamadas de la Prostitución con absoluta normalidad. Feo resultaría, por la connotación antes mencionada, denominar una de estas reuniones Ponencia o Comisión del Puterío, o cosas peores.

Parece broma, pero no lo es. Particularmente cuando el mundo de la prostitución gira, en demasiadas ocasiones, en torno a un submundo repleto de mafias, coacciones, agresiones, etcétera, que afecta, sobremanera, a las mujeres. En estos casos, habría que referirse a **mujeres prostituidas** o **tráfico de mujeres**. Otro término que nos parece aceptable es **esclavitud sexual**.

En este ámbito, seamos cuidadosos ante el riesgo de vincular informativamente más de la cuenta, o en un contexto estrafalario, el fenómeno de la inmigración y de la prostitución, que, existiendo como existe, debemos afrontar como un problema social, de seguridad ciudadana para quienes son víctimas por ser obligadas a ejercer tal función, y, en el resto de casos, desde el respeto a quienes libremente deciden optar por esta común, como tantas otras, "relación económica", como prefieren decir diversas organizaciones de defensa de los prostitutos y prostitutas. Tampoco olvidemos que esta práctica, para muchos, atenta contra la dignidad del hombre o de la mujer.

Haremos un uso restringido de la palabra **chapero**, que, según la Real Academia, define al "*homosexual masculino que ejerce la prostitución*". Escribiremos **local de alterne, club de alterne, prostíbulo** o **burdel** por "casas de mancebía", "casa (o club) de putas" o "casa de lenocinio". Tampoco resulta apropiado "salón de masaje" por confuso.

## 2.11 Menores

El Consejo Deontológico de la Federación de Asociaciones de Periodistas de España (FAPE) fija como uno de sus principios generales el que "*se prestará especial atención al tratamiento (informativo) de asuntos que afecten a la infancia y a la juventud y se respetará el derecho a la intimidad de los menores*".

En Servimedia establecemos que **un menor va desde un recién nacido hasta un joven de 18 años**. Desde el primer año de edad hasta los 12 serán

niños/as y, entre los 13 y los 18, jóvenes o adolescentes. Es, en todo caso, una regla abierta, en la que aplicaremos el sentido común, puesto que joven también lo es alguien que tiene 28 años, pero quizá no tanto quien calce los 39, aunque a él le parezca que sí: más que joven, estamos hablando de un adulto.

Si inmigrantes, prostitutas, personas adictas, etcétera, merecen toda nuestra atención, cuando no el mayor de los respetos en el tratamiento de informaciones en las que sean protagonistas, principales o colaterales, en el caso de menores la exigencia debe ser aún mayor.

La sensibilidad debe acentuarse al abordar noticias en las que un menor es protagonista, tanto si es por un hecho feliz como por todo lo contrario. El menor que delinque, sea cual fuere la gravedad de la acción de la que se le acusa, exige de nosotros el mismo respeto que otro que por razón de su popularidad —por ser cantante, por obtener un premio o ser el estudiante del año— llama nuestra atención informativa.

Especial tratamiento recibirá el menor cuando sea protagonista informativo en condición de víctima de abusos sexuales. La **pederastia** es una práctica perseguida y penada, que en los últimos tiempos adquiere singular relevancia en relación con las nuevas tecnologías.

Las publicaciones y ediciones digitales de Servimedia **se abstendrán de difundir imágenes** de menores violentados, a excepción de aquéllas que hayan sido suministradas por la Policía, y por tanto filtradas, en actuaciones policiales contra este fenómeno. Aún en este caso, serán los responsables de estas áreas informativas y la dirección quienes tomen una decisión final al respecto. Otro tanto aplicaremos con imágenes en las que un menor es golpeado por otro u otros, en el ámbito de lo que llamamos **acoso escolar**, mejor que “bullying”, expresión anglosajona.

Huelga decir que en la redacción de textos vinculados con la pederastia, fenómeno delictivo y degradante hacia el menor como pocos, el periodista eliminará del relato aquellos aspectos más controvertidos, escabrosos o morbosos, que en la mayoría de las ocasiones poco o nada aportan. De igual

modo, cuando el menor sea víctima de las redes de prostitución, **explotación sexual infantil**, o del desafortunadamente llamado "turismo sexual". La seguridad del menor, su identidad y entorno, serán siempre respetados escrupulosamente.

## 2.12 Malos tratos

De los malos tratos podemos ser víctimas todos y todas, aunque convendremos que, atendiendo a las estadísticas, mujeres, niños o niñas y personas mayores son las principales.

De un tiempo a esta parte se han acuñado expresiones como **violencia de género, violencia doméstica, violencia en el ámbito familiar o malos tratos** para definir el maltrato generalizado a hombres y mujeres, y, por ser estas últimas las que representan, de acuerdo con el número de denuncias y casos conocidos, el mayor número de víctimas, "violencia machista".

Sobre este particular, y como queda recogido en la exposición de motivos de la LEY ORGÁNICA 1/2004, de 28 de diciembre, de Medidas de Protección Integral contra la Violencia de Género. (BOE núm. 313, de 29 de diciembre de 2004), debemos tener en cuenta que la violencia de género no es un problema de ámbito privado, sino que se "*manifiesta como el símbolo más brutal de la desigualdad existente en nuestra sociedad. Se trata de una violencia que se dirige sobre las mujeres por el hecho mismo de serlo, por ser consideradas, por sus agresores, carentes de los derechos mínimos de libertad, respeto y capacidad de decisión*", quebrantando los derechos fundamentales y principios básicos de igualdad incluidos en la Constitución Española.

Incluye, por tanto, no sólo la violencia que sufren las mujeres en el ámbito doméstico o afectivo, sino también la que padecen en los ámbitos laboral (acoso sexual) y social (agresiones sexuales, tráfico con fines de explotación sexual y mutilaciones genitales). Considera víctimas no sólo

a las mujeres, sino también a sus hijos e hijas y a otras personas dependientes de la mujer cuando se las agrede para causar perjuicio a ésta.

La **violencia doméstica** es la que se lleva a cabo en el ámbito doméstico (por ejemplo, la violencia ejercida sobre personas mayores). La **violencia en el ámbito familiar** es la que se da entre las personas que tienen un vínculo relacional familiar (por ejemplo, la violencia ejercida por adolescentes hacia padres). **Malos tratos** es cualquier acción que produce daño visible o no en una persona a nivel individual, social o relacional (por ejemplo, malos tratos xenófobos). Por todo ello, hay matices que, en algunas ocasiones, hacen necesaria la distinción de los términos. El machismo es un conjunto de actitudes, prácticas y conductas sociales heredadas de generación en generación basadas en el control de los hombres sobre las mujeres. Por ello, sumamos el término **violencia machista** como una más de las definiciones a usar, por ser mayoría el número de mujeres que son víctimas de malos tratos. Nunca, en contraposición a violencia machista, usemos la expresión “violencia feminista”, si acaso “violencia hembrista” (cuando el hombre sea la víctima). ¿Por qué no violencia feminista? Porque el feminismo es otra cosa: se trata de una corriente ideológica y social que nace a finales del siglo XIX en Occidente y que persigue la igualdad entre hombres y mujeres, realizando una crítica a la desigualdad social entre géneros.

En Servimedia nos ajustaremos en cada caso a las expresiones que nos permitan definir mejor este fenómeno social y sus características o connotaciones diversas.

No corresponde al periodista enjuiciar un hecho determinado, tan sólo informar de ello con la mayor objetividad posible, pero con respecto a éste, como en el resto de apartados que aquí se explican, no está de más recordar que la víctima, en todos los casos, será la protagonista principal frente a aspectos más o menos morbosos que rodeen tanto la acción como al presunto autor de la misma.

## 2.13 La exclusión de las mujeres

Todos los apartados a los que nos hemos referido en este capítulo afectan a las personas en los diferentes ámbitos señalados. Una característica del sistema social en el que vivimos es el olvido de la discriminación que sufren las mujeres basándonos en ideas sobre la "neutralidad" de las personas. Evidentemente, una preocupación por la persona y su condición social debería ser suficiente para que hombres y mujeres recibieran la misma atención e igual trato.

Desafortunadamente no es así, por eso, desde la óptica de un periodismo social es básico tener presente que las diferencias de educación, valores, normas, conductas, etc. con que se trata a y como se comportan las personas según su sexo, traerá consecuencias directas sobre sus experiencias vitales.

En este sentido, deberíamos comenzar a plantearnos que cuando tratamos una discriminación social aplicándole la perspectiva de género, es decir, si somos capaces de visualizar en el colectivo o grupo de referencia la presencia diferenciada de hombres y mujeres, estaríamos haciendo una "foto" más cercana a la realidad y mostraríamos un compromiso más sincero con el objetivo del periodismo que se propone en este manual. En todas aquellas situaciones de desigualdad a las que nos refiramos, el rasgo "ser mujer" añadirá una discriminación más, por lo tanto, un periodismo verdaderamente comprometido debería ser capaz de sacar a la luz esta realidad que tantas veces se intenta ocultar.

Una de las herramientas con que contamos para el trabajo sobre las discriminaciones y las acciones tendentes a su eliminación sería el uso de un lenguaje inclusivo que permitiera poner en relieve esta realidad a la que nos estamos refiriendo y que se alejara de la falsa neutralidad que no hace sino aumentar la desigualdad. A continuación se ofrecen unas pautas básicas que pueden ayudar a una redacción más democrática:

Recomendaciones lingüísticas básicas para un uso democrático de la lengua

- Sustitución del masculino con valor genérico por sustantivos colectivos, abstractos y de referencia general:

Uso sexista

*Se avisa a nuestros clientes y público en general que el horario de atención será de*

Uso no sexista

*Se avisa a nuestra clientela y público en general que el horario de atención será de*

- Utilización del sustantivo persona/s en lugar del masculino genérico

Uso sexista

*La medida afectará a todos los usuarios del servicio*

Uso no sexista

*La medida afectará a todas las personas usuarias del servicio*

- Utilización de oraciones de relativo

Uso sexista

*Los interesados en el curso deben presentarse en la sede de la asociación*

Uso no sexista

*Las personas que tengan interés en el curso...*

*Quienes tengan interés en el curso...*

- Sustitución de la voz pasiva por construcciones de pasiva refleja

Uso sexista

*Todos los inscritos serán llamados*

Uso no sexista

*Se llamará a todas las personas inscritas*

- Prescindir del uso de pronombres cuando la función a la que remiten está suficientemente clara

Uso sexista

*Todos los participantes deberán llevar con ellos un distintivo de estar matriculados*

Uso no sexista

*Quienes participen deberán llevar un distintivo de haberse matriculado*

- Desdoblar la referencia en masculino y femenino

Uso sexista

*Se ha convocado una huelga de trabajadores*

Uso no sexista

*Se ha convocado una huelga de trabajadores y trabajadoras*

- No utilizar el sustantivo "mujeres" cuando es innecesario gramaticalmente

Uso sexista

*Se ha convocado a una reunión a un grupo de mujeres científicas*

Uso no sexista

*Se ha convocado a una reunión a un grupo de científicas*

- No utilizar descripciones estéticas para las mujeres cuando no se hace para los hombres

Uso sexista

*La Reina de Inglaterra, vestida con un traje azul y pámela a tono, destacó ante Diputados, Lores y Baronesas la solidez de las instituciones británicas*

Uso no sexista

*La Reina de Inglaterra destacó ante Diputados, Lores y Baronesas la solidez de las instituciones británicas*

- No utilizar las relaciones de parentesco de las mujeres en contextos donde son irrelevantes

Uso sexista

*La candidata demócrata, esposa de un presidente anterior, ganó ayer las primarias de uno de los estados difíciles*

Uso no sexista

*La candidata demócrata ganó ayer las primarias de uno de los estados difíciles*

- No situar a las mujeres siempre en un lugar dependiente de los varones

Uso sexista

*Penélope Cruz acompañará a Bob Dylan en su regreso al cine*

Uso no sexista

*Bob Dylan y Penélope Cruz juntos en una película que supone el regreso al cine del cantante*

## 2.14 Personas sin hogar

Es cada vez más usual, tanto en el lenguaje político como periodístico, definir a las personas que viven en la vía pública como los "sin techo". Se trata, imaginamos, de que suenen peor otros términos como **mendigos, indigentes, vagabundos**, no pocos de ellos inmigrantes encuadrados en el llamado **síndrome de Ulises**. A nosotros no nos parece así, y por ello, sin descartar el uso de "sin techo", seguiremos empleando los citados con naturalidad y también **personas sin hogar**, pese a que no deja de ser una traducción del inglés "homeless", vocablo no del gusto de todos, pero tampoco ofensivo.

Lo que no nos parece adecuado, y es práctica que se va extendiendo, es el uso periodístico de PSH, siglas de personas sin hogar, al estilo del francés SDF, "sans-domicile-fixe" (sin domicilio fijo). Llegará un momento en que nos encontraremos ante un titular tan rocambolesco como éste: "Hallan 207 PSH resguardados bajo carpas de PVC". Porque, además, corremos el riesgo de identificar en el futuro también de este modo a los PCD (personas con discapacidad), EDC (enfermos de cáncer) o PTB (personas de talla baja). **No empleemos siglas para referirnos a personas.**

La cuestión no es tanto cómo definimos a estas personas como el contexto en que las situemos en una información. En ningún caso nos veremos tentados de hacer un juicio de valor sobre su modo de vida, que no es siempre libremente

elegido, y al que se ven abocados forzosamente muchos por causas derivadas de determinadas dependencias, como del alcohol o las drogas, por pobreza absoluta, problemas familiares, inmigración ilegal o trastorno intelectual. Que no dé la impresión, ni remota, de que la agresión de que puede ser víctima un mendigo es, de algún modo, resultado de su forma de vivir.

Como mendigos asemejan vivir, aunque con domicilio propio, algunas personas afectadas del llamado **síndrome de Diógenes**, que no son conscientes de los riesgos que conlleva la acumulación de basuras en sus viviendas. Estamos claramente ante un caso de trastorno mental, y como tal habrá de ser afrontado desde el punto de vista periodístico, esto es, sin estridencias.

## 2.15 Personas mayores

Antepondremos el uso del término **personas mayores o personas de edad avanzada** para referirnos a hombres y mujeres con edades desde 65 años, a otros como "ancianos" o "viejos".

La expresión "tercera edad" debe quedar en desuso, pues tampoco corresponde a un estadio de la vida de una persona que está precedida por una inexistente primera o segunda edad. Parece ligar con la de "tercer mundo", que emparenta en nuestro subconsciente con algo o alguien inferior.

En este ámbito hacemos nuestras una serie de recomendaciones propuestas por el Consejo de Personas Mayores del Principado de Asturias<sup>4</sup>, como el *ofrecer informaciones completas que eviten presentaciones parciales que reproduzcan tópicos negativos sobre el envejecimiento (el envejecimiento como irremediable pérdida de facultades, como inevitable soledad, como decrepitud, las personas mayores como incapaces de aprender, como colectivo improductivo e inútil, etcétera)*.

El periodista de Servimedia debe *ofrecer una imagen de las personas mayores como adultos/as competentes, capaces de desempeñar roles útiles para la*

---

<sup>4</sup> "Sobre las imágenes sociales del envejecimiento", 31 de enero de 2003

sociedad, frente a la imagen de un colectivo que representa una carga para la comunidad.

También deben evitarse expresiones con connotaciones paternalistas o infantilizadoras como "nuestros mayores", "abuelos", "abueletes", etc., que aunque suelen ser enunciadas con intenciones cariñosas, chocan frontalmente con una concepción de la persona mayor adulta y con capacidad de autodeterminación.

## 2.16 Salud y ciencia

La salud ha importado siempre a las personas, y éstas, además de acudir al médico, leen sobre cómo sentirse mejor, sobreponerse a una afección concreta, prevenir otras, conocer los últimos avances en materia de investigación. Y mucha de esa información la ofrece la prensa en su conjunto.

En 2007 se celebró el I Foro Internacional de Periodismo Sanitario, organizado por la Asociación Nacional de Informadores de la Salud (ANIS), la Consejería de Sanidad del Gobierno de Canarias, el Ministerio de Sanidad y Laboratorios MSD. "*Responsabilidad a la hora de comunicar temas de salud, transparencia por parte de los poderes públicos y rigor informativo*" fueron las tres ideas concluyentes principales.<sup>(5)</sup>

De igual modo, en este encuentro se destacó el papel esencial de los medios de comunicación como puente entre la sociedad y las administraciones públicas, no sólo para difundir las pautas sobre políticas sanitarias, sino también para contribuir a la prevención de patologías.

En Servimedia, por nuestra condición social, términos como salud, sanidad, medicina, investigación o enfermedad son habituales en nuestro servicio de distribución de noticias. A nadie escapa que en los últimos años se ha producido un incremento sustancial de las informaciones sobre salud, aumentando el número de cabeceras y programas dedicados a la sanidad así como el número de seguidores de las mismas. Crece exponencialmente la demanda de este tipo de noticias

---

<sup>5</sup> Fuente: Gobierno de Canarias.

por parte de los clientes y del público en general quienes cada día reclaman más información especializada y rigurosa de aquello que más les importa: la salud.

Este incremento de los contenidos sanitarios también tiene su reflejo en Internet, donde se ha producido un aumento sorprendente del número de consultas sobre este tema. Y es que, conscientes del potencial de la red, asociaciones de pacientes, instituciones, industria farmacéutica y profesionales sanitarios, se han sumado a las nuevas tecnologías, de manera que se ha producido en los últimos años un verdadero "boom" de páginas con información sanitaria.

Sin embargo, y a pesar de que cada vez más los medios de comunicación dedican generosos espacios a este tema, la calidad y el interés de los mismos suele ser desigual. Es innegable que el balance final es positivo, pero surge la duda de si, con el mismo esfuerzo, se podrían obtener mejores resultados.

La Asociación de Informadores de Salud (ANIS) ha editado un decálogo, una serie de recomendaciones, que Servimedia hace suyas, con la clara conciencia de que son los periodistas especializados quienes pueden ejercer correctamente el trabajo de comunicar a los ciudadanos la información sanitaria. Trasladamos a este manual un resumen del documento :

•**Veracidad.** *Identificar las fuentes informativas y contrastar las noticias. Evitar rumores e informaciones tendenciosas interesadas. Tener en cuenta que la noticia (la historia) tiene matices que requieren puntos de vista diferentes. Los periodistas deben tener presente que sus escritos, crónicas radiofónicas, vídeos o post, influyen en la audiencia y hacen que los ciudadanos tomen decisiones que repercuten en su propia salud.*

•**Objetividad.** *Distinguir lo que es información, hechos constatables, de lo que es opinión. Estar atento a los intereses de las fuentes (por ejemplo, estudios científicos) y su relación con quienes están detrás de un tratamiento terapéutico, una técnica (farmacéuticas, organismos públicos o privados). Los periodistas también somos personas. Nuestros intereses personales no pueden marcar la elección o enfoque de una noticia.*

•**Profesionalidad.** *Asegurar la calidad de la información. No esconder publicidad o propaganda en ella. Buscar opiniones autorizadas para contrastar datos.*

*Uso profesional de vídeo comunicados o notas de prensa como fuente de información. Buscar la información sin subterfugios, cámaras ocultas (es sumamente extraordinaria la justificación de estas grabaciones) Dar enfoques positivos y no sólo negativos o acusadores. Hacer seguimiento de las noticias de tal manera que si se habla de resultados positivos de un estudio y se demuestran negativos, también se hagan públicos éstos.*

•**Credibilidad.** *Fomentar el propio conocimiento en todo lo relacionado con la salud: procesos médicos, científicos. Precaución al dar resultados preliminares en un ensayo. Informar sobre lo positivo y también de lo negativo: no olvidarse de los efectos secundarios o problemas. Asegurarse de que los datos son verdaderos antes de hacerlos públicos.*

•**Respeto.** *No manipular imágenes, fotografías o testimonios. No obtenerlas sin consentimiento. No buscar el efecto dramático al contar una historia personal. No vulnerar la intimidad de las personas, colaboren o no en nuestra información. Tener especial sensibilidad y comprender los límites legales cuando la información afecte a niños, personas con discapacidad o personas vulnerables. No estigmatizar y tener en cuenta el impacto que una información tiene sobre un colectivo afectado.*

•**Honestidad.** *La verdad y el respeto a las libertades individuales deben ser nuestros objetivos. La realidad está por encima de cualquier ficción. Hay que usar un lenguaje sencillo y comprensible que traslade los mensajes al ciudadano. Huir de un lenguaje sensacionalista en el que las palabras clave son cura y milagro. Evitar la espectacularidad y las informaciones anecdóticas que no tienen un fundamento científico o médico y crear falsas expectativas en los receptores de la información.*

•**Independencia.** *Ejercer el derecho a la información sin aceptar sobornos, ni prebendas, ser observador imparcial. Las agendas de los organismos públicos y privados no deben dirigir nuestras agendas. La propia iniciativa debe ser una constante, a la búsqueda de temas que interesen a nuestras audiencias.*

•**Autenticidad.** *Siempre que se haga una referencia con nombre y apellidos hay que citar las fuentes, si no se nos ha informado invocando el "off de record"*

*o la confidencialidad, en cuyo caso hay que respetarlo. Huir de la piratería, la copia o el plagio. Hay que dar siempre el link de acceso a la fuente originaria, si es pública. Mantener un espíritu crítico con el propio trabajo. A pesar de la especialización, el rigor, la objetividad y todas las características de que se debe rodear un periodista, podemos cometer errores. Y los errores al informar de salud o hábitos de vida saludables repercuten en miles o millones de personas.*

**•Responsabilidad.** *Acatar los Derechos Fundamentales reconocidos, no vulnerar la intimidad ni insultar, no ofender con calumnias ni injurias, no vulnerar el principio de presunción de inocencia, no hacer apología de las drogas, no hacer discriminación negativa ni racismo y evitar cualquier actividad o información que menoscabe la integridad personal o perjudique a inocentes, pacientes, periodistas, médicos, científicos o cualquier otra persona que este involucrada en el área de la salud.*

En una Agencia de Noticias, como es Servimedia, hay que comprender que, debido a la inmediatez con la que trabajamos, los profesionales muchas veces carecemos de tiempo suficiente para profundizar más en las noticias que abordamos y en ocasiones, las condiciones de trabajo no son las adecuadas. Eso no nos exime de responsabilidad ni nos sirve de excusa para llevar a cabo un trabajo poco riguroso. Simplemente, nos hace difícil cubrir toda la información que deseáramos, teniendo en cuenta que, en materia sanitaria, las cuestiones son numerosas y muy amplias.

Para intentar mejorar el tratamiento que damos a las informaciones sanitarias, haciendo que reflejen aún más las realidades de los temas abordados, acabando con falsos mitos y contribuyendo a una mayor y mejor información en materia sanitaria, siempre dentro de la ética, se podría hacer, entre otras cosas, mantener un contacto más continuo y fluido con nuestros informadores para que nos hagan llegar sus sugerencias y reclamaciones y nos trasmitan un mayor conocimiento sobre las distintas enfermedades, por ejemplo.

**2.16.1 Investigación y biomedicina.** En no pocas ocasiones, la complejidad de determinados conceptos obliga al redactor a hacer un esfuerzo especial por

trasladar, con el rigor exigido, determinadas informaciones de difícil digestión para el lector común. La mayoría de las veces, el periodista transmite lo que un especialista le dice y éste, en ocasiones, olvida que determinadas expresiones, propias de la jerga en la que se desenvuelve con soltura, pueden ser para él moneda corriente, pero no para el resto de las personas, entre ellas el periodista, aunque éste esté especializado en la materia. En este caso, como en el resto de áreas informativas, el periodista debe aplicar las reglas básicas expuestas en el Capítulo 1 sobre Principios Generales de Redacción en lo concerniente a la obligación de no escribir de lo que no se entienda antes con claridad, de preguntar cualquier duda, por aparentemente nimia que parezca.

No hay que olvidar que nuestro portavoz es el primer interesado en que la información que transmite llegue a su destino con la mayor claridad y sin perturbaciones fruto de la desidia o la mala interpretación de un concepto que no dominamos. Acudamos a un diccionario sobre salud y ciencia ante una duda o preguntemos en la rueda de prensa o durante la entrevista sobre un término, una idea, que no acabemos de entender.

**2.16.2 Enfermos.** Sobre el tratamiento informativo del enfermo, nada nuevo hay que decir a estas alturas en que se ha logrado desvincular a quienes padecen cáncer o sida, por poner un ejemplo, del estigma social de “apestado” que les ha acompañado durante años.

Sin embargo, prestemos especial cuidado cuando aludamos a informaciones en las que los inmigrantes son protagonistas por cuestiones vinculadas con la salud. Se trata de no errar al relacionar la reaparición o aumento de determinadas enfermedades, tan comunes como la varicela o el sarampión, con la presencia de personas inmigrantes en nuestras sociedades. No es difícil percibir que el rebrote de enfermedades víricas aparentemente erradicadas coincide en el tiempo con un aumento creciente de la llegada de personas procedentes de otros países.

En la elaboración de informaciones relacionadas con estadísticas, informes o declaraciones al respecto, tengamos presente que el inmigrante no trae consigo, por lo general, el virus en cuestión, sino que es en el país de acogida donde lo

contrae al no disponer de las defensas adecuadas. También puede existir un sector de la población local que quedó excluido en un momento dado de las campañas generales de vacunación, lo que le sitúa a la misma altura que el inmigrante en cuanto a propagación. Es importante precisar al respecto por cuanto no pocos sectores estigmatizan a las personas inmigrantes, a quienes culpan de estos rebotes, con la consecuencia social negativa que ello conlleva.

**2.16.3 Enfermedades.** En cuanto a reglas estilísticas, en Servimedia **escribiremos en minúscula el nombre de enfermedades**, como sida, párkinson, alzhéimer, etcétera, pero no cuando citemos asociaciones (Asociación Española de Enfermos de Alzhéimer), conmemoraciones (Día Mundial del Sida), descubridores (Parkinson) o nos refiramos a **síndrome de Down, mal de Parkinson**, etcétera.

No olvidemos que el apellido Alzheimer no tiene tilde, pero sí la palabra alzhéimer, de acuerdo con las reglas de acentuación, como ocurre con párkinson, y no Parkinson. Así, enfermo de alzhéimer y enfermedad de Alzheimer.

En el caso del sida, es ya palabra castellana, por lo que no es preciso usar las siglas SIDA. Respecto a otras dolencias cuya denominación termina en "-eja", por no haber una regla común señalamos aquí cómo han de escribirse las más conocidas respecto a su acentuación:

- Paraplejía o paraplejía
- Hemiplejía o hemiplejía
- Apoplejía (siempre ha de llevar tilde)

No está de más recordar que cuando el Diccionario presenta dos formas de escribir una palabra, la primera es la que considera la Academia la más culta y normativa.

Las palabras terminadas en -odia, -fagia, -iasis, -cefalia y -oscopia no llevan tilde. Por ejemplo: parodia, salmodia, antropofagia, aerofagia, elefantiasis, hidrocefalia, microcefalia, microscopia, radioscopia, rinoscopia.

Un error frecuente es confundir epidemia con pandemia, y viceversa. Para expresarlo de un modo sencillo, **pandemia** es una enfermedad epidémica que se extiende a muchos países mientras que **epidemia** es una enfermedad que se pro-

paga durante algún tiempo por un país. Así, hablaríamos de una epidemia de varicela en el sur de España y de la pandemia de gripe aviar en Europa. Hablamos de **endemia** cuando una enfermedad persiste durante años en un lugar determinado. La **epizootia** es la epidemia entre animales.

## 2.17 Suicidio

No es el fin de este Libro de estilo entrar en disquisiciones morales o penales en torno al suicidio. En Servimedia, en lo que nos concierne, **no informaremos** del suicidio de personas. Será excepción aquel caso que tenga consecuencias graves sobre terceros o el interés informativo lo exija, siempre con carácter extraordinario, y en ningún caso sin que previamente medie prueba pública forense, policial o judicial, suficientemente acreditada e identificada, que lo fije, nunca como suposición. En caso como el señalado, la identidad de la víctima quedará reducida a las iniciales de su nombre y apellidos.

Algunos sectores sociales apelan de buena fe a que el conocimiento público de un suicidio y, sobre todo, de las razones que pudieron conducir a él, pueden contribuir a evitar que se produzcan otros hechos por causas idénticas o similares. Esta opinión bienintencionada colisiona, en primer lugar, con la elección de cada individuo, siempre que no afecte a terceras personas o bienes, y, en segundo lugar, con la opinión generalizada de expertos médicos, policiales y judiciales sobre el inevitable, en la mayoría de los casos, efecto mimético y en cadena que generan hechos tan luctuosos como el que se aborda en este capítulo.

Para entender mejor la cuestión, no resulta prudente, para el fin que perseguimos, informar de la muerte de un adolescente que se ha arrojado a las vías del metro, pero sí inevitable, informativamente hablando, del suicidio de unos terroristas haciendo estallar un artefacto explosivo en una vía pública.

## 2.18 Medio ambiente

A veces, el redactor tiene dudas sobre cómo escribir esta palabra, si unida o separada. Hablaremos de que hay que proteger el **medio ambiente**, de que el

**Ministerio de Medio Ambiente** aprobó... y de que hay un problema **medioambiental**.

El Protocolo de Kioto, el **calentamiento global**, el urbanismo más o menos desenfrenado, la energía nuclear, las energías renovables, el petróleo, el **cambio climático**, son términos a los que nos enfrentamos a diario los periodistas.

El desarrollo económico genera necesidades que, a veces, tiene consecuencias medioambientales. Sin abandonar nunca la objetividad que debe presidir el ejercicio de nuestra profesión, ante un tema tan sensible como el medioambiental no debemos abandonarnos a la complacencia en la que algunos sectores, sin duda parte interesada, nos quieran sumir. Aunque este principio es general y válido para cualquier área informativa. Por ello, todas las voces implicadas deben ocupar por igual nuestra atención, sean empresas constructoras, sean ecologistas, compañías energéticas o usuarios, etcétera.

El **desarrollo sostenible** es un término que acuñó la Comisión Mundial sobre Medio Ambiente y Desarrollo de Naciones Unidas en 1987. Sostenible porque su objetivo es hacer compatible el desarrollo de la economía con el respeto al medio ambiente, proponiendo un consumo racional de los recursos naturales para asegurar su disponibilidad en el futuro. En este ámbito, son de uso habitual en el lenguaje periodístico términos como sostenibilidad ambiental o degradación medioambiental, y otros referidos a acuerdos internacionales como el Programa 2, la Carta de Aalborg o el Informe Brutland.

## **2.19 Responsabilidad social corporativa**

Desde hace unos pocos años ha calado en el mundo empresarial el concepto de "responsabilidad social", por el que se integran en las estrategias de las empresas distintas políticas que permiten una interacción de las compañías con el entorno en el que desarrollan sus procesos, respecto al medio ambiente, a los colectivos en riesgo de exclusión, a los derechos laborales o a la promoción de los derechos humanos.

Para este concepto, entendemos que se debe usar el término **responsabilidad social corporativa** o sus siglas **RSC**, pues se entiende que la responsabilidad social no sólo debe de afectar a las empresas sino también a las organizaciones sin ánimo de lucro, a las administraciones, es decir, a todo tipo de corporaciones.

**Este término engloba el gobierno corporativo, la acción social, la inversión socialmente responsable, la reputación corporativa, la responsabilidad corporativa y la responsabilidad social empresarial.**

## **2.20 Periodismo ciudadano**

El entorno web 2.0, o periodismo ciudadano, ya es una realidad. Prueba de ello es que este movimiento social en Internet ha llevado a los medios de comunicación tradicionales a revisar sus planteamientos académicos sobre las fuentes informativas pero, sobre todo, a ceder parte de su territorio al ciudadano, que encuentra en algunos enlaces un medio de expresión que va más lejos de las tradicionales cartas al director de los formatos de papel. No obstante, algunos expertos advierten ya que, al ofrecer al ciudadano de a pie un soporte en sus diarios digitales, en forma de blogs, chats, etcétera, ejercen, de algún modo, un control que, en su origen, el entorno web 2.0 trata de quebrar democratizando la información.

Servimedia no es ajeno al desarrollo de este nuevo modo de expresión informativa, que propicia en sus formatos digitales. Sin embargo, el debate sobre si es o no periodismo lo que un ciudadano traslade a la Red acaba de abrirse. Contrastar una información difundida en Internet debe considerarse una nueva tarea del periodista profesional. Si se quiere contar con la participación del ciudadano, por medio de sus textos e imágenes, el periodista debe extremar su celo para hacer cumplir la regla de oro del periodismo, que es contrastar los hechos. Este ya no es un problema de opinión, del que se responsabiliza su autor: hablamos de cooperar con el lector, de hacerle partícipe del proceso de construcción de la información, pero también de inducirle a ser responsable.

Como apunta David Cierco, director general para el Desarrollo de la Sociedad de la Información, las nuevas tecnologías "afectan a la cohesión social y a la creación de opinión", al tiempo que "la capacidad de comunicar está al alcance de todo el mundo gracias a los blogs y al periodismo digital", según nos recuerda el editor del blog "escolar.net", Ignacio Escolar. Partiendo de esta realidad, el medio de comunicación tradicional no sólo se ha visto forzado a sumarse a este movimiento colectivo, sino que, al darle entrada en sus ediciones digitales, se ve en la necesidad de ejercer, no tanto de censor, como de seleccionador y, si se permite, de contrastador. Porque, como apunta José Manuel Velasco, director de Comunicación de Unión Fenosa, "el periodismo ciudadano no es periodismo, porque no tiene el rigor, la estructura ni la credibilidad de fuentes que tiene el verdadero periodismo". Koro Castellano, gerente de "elmundo.es", refleja que "cualquier persona con un móvil en un momento concreto puede ser periodista", aunque subraya que "lo importante es que el medio pueda contrastar la credibilidad de la información que ofrece".

Y al contrastar lo que hace llegar un ciudadano a un medio convencional, ahora digital, "lo que en realidad nos encontramos es ante nuevos intermediarios (los medios)", lo que hace afirmar al investigador de la Universitat Oberta de Catalunya (UOC), Adolfo Estalella, que "no podemos pensar que Internet es un espacio público", pese a todo.

¿Hay que tamizar o no la información del ciudadano convertido en periodista eventual? Desde luego, si interesa al medio, esto es, si también interesa a todos, parece que la respuesta es sí. Se trataría de aplicar sin más el protocolo periodístico de afianzar las fuentes. En cualquier caso, parece imparable la web 2.0. Cualquier ciudadano puede construir su propio blog y lo que en él cuente es responsabilidad suya, pero los medios de comunicación tradicionales, al dar entrada a estas nuevas fuentes de información, deben apurar sus exigencias para que no afecten a su credibilidad. Es probable, como apunta el autor de "We the media: Grassroots journalism by the people, for the people", Dan Gillmor, que el

periodismo ciudadano, si se quiere incontrolado y poco fiable en algunos casos, sea una respuesta a cierto desencanto hacia el periodismo en su conjunto: "Hay que aprender a escuchar, ya que los periodistas no son buenos oyentes, sólo lo son con las personas de sus agendas".

## **2.21 Tercer sector**

El tercer sector agrupa a las que conocemos como Organizaciones No Gubernamentales (ONG) que la ONU define como instituciones nacidas de la sociedad civil que apuestan por el desarrollo social, sin ánimo de lucro.

Este fenómeno social parte de una premisa fundamental: el voluntariado. Los miembros de una ONG participan voluntariamente de las acciones que la institución ha decidido previamente desarrollar en campos diversos como la sanidad, la construcción, la educación, el medio ambiente o la defensa de los derechos humanos.

Las ONG operan con recursos privados o públicos. En el primero de los casos lo hacen, fundamentalmente, por medio de donaciones externas y cuotas de sus miembros; en el segundo, con la ayuda pública de los Estados en forma de subvenciones con cargo a los Presupuestos Generales.

Siendo el Estado el primer sector y el mercado el segundo sector, el tercer sector es una apuesta civil por el desarrollo en las zonas del mundo menos favorecidas, pero también ejerce su labor en el ámbito local allá donde es preciso. Ejemplos conocidos de ONG con ramificaciones internacionales serían Médicos del Mundo, Cruz Roja, Greenpeace o Amnistía Internacional.

Con el tiempo, las ONG han reivindicado su carácter de organizaciones profesionales, formadas precisamente por profesionales en distintos ámbitos, con el fin de atender en las mejores condiciones posibles las necesidades que se producían en un momento dado, en un lugar determinado. Así, a nadie es ajeno el papel destacado que desempeña el

tercer sector en casos de catástrofes naturales con seres humanos como víctimas, siempre en colaboración con los servicios estatales del país en cuestión. Las ONGD, Organizaciones No Gubernamentales de Desarrollo, tratan específicamente de la cooperación internacional.

Para lo que nos concierne, casi podemos afirmar que el conjunto de las ONG son aliadas naturales del periodismo social. Así, Servimedia se hará eco de sus iniciativas y actividades, dando voz a sus protagonistas. Aunque no es tarea concreta de un medio de comunicación fiscalizar desde el ámbito jurídico las actuaciones de una institución, organismo, entidad, etcétera, como en este caso una ONG, pues ello corresponde a las autoridades competentes, tampoco la agencia de noticias eludirá su obligación de informar de las acciones que éstas puedan emprender contra aquéllas, como en cualquier otro caso.

# 3

## ■ Géneros informativos

Este capítulo sólo trata de identificar los usos propios de la Agencia a la hora de enmarcar en un género periodístico aquellas informaciones que queremos trasladar a nuestros lectores. El periodista Lorenzo Gomis afirma que *"géneros son formas asimiladas por el hábito, formas que pueden enseñarse y aprenderse"*.

Por ello, más allá del debate sobre el tipo de género que se debe o no usar, si éste es informativo o interpretativo, o cuál es más o menos idóneo, se trata de establecer los conceptos básicos de usos del género informativo en la Agencia Servimedia: no es más que la configuración básica de los textos que se emiten en función de determinados parámetros.

### 3.1 "Flash"

Se trata de la información **más escueta y urgente** que lanza la Agencia y tiene obligatoriamente que estar reservada a acontecimientos extraordinarios y de enorme trascendencia dado que, de lo contrario, perdería su sentido. Una sola línea que debe resumir lo sucedido con la mayor claridad y rotundidad posible, sin dejar lugar a la duda.

Se envía con las tradicionales barras (tres) y se repetirá dos veces, en teletipos distintos, en el servicio de noticias. Por ejemplo:

///UNA EXPLOSIÓN DERRUMBA EL CONGRESO DE LOS DIPUTADOS

## 3.2 Urgente

Es una información que, sin tener las características del "flash", mantiene también la **máxima prioridad** por su importancia para los lectores y la necesidad de transmitirla con la máxima velocidad.

A diferencia del "flash", contiene un **cuerpo de noticia, con titular y uno, dos o tres párrafos**, dependiendo de los datos que, en ese momento, se tengan para su elaboración. Como el "flash", llevará un titular claro y rotundo que muestre, a ser posible en una línea, su urgencia e importancia. Además, deberá aportar algunos datos más sobre lo relatado en el titular, especialmente la fuente de la noticia, para darle mayor peso.

También se enviará precedida de las tradicionales barras y finalizará con el anuncio de que seguirá una ampliación en cuanto sea posible. Ejemplo:

///ZAPATERO REMODELA SU GOBIERNO Y CAMBIA CINCO MINISTROS

MADRID, DD (SERVIMEDIA)

El presidente del Gobierno, José Luis Rodríguez Zapatero, acometió hoy la primera remodelación de su Ejecutivo con la sustitución de cinco ministros de su gabinete, según anunció el secretario de Estado de Comunicación, Fernando Moraleda.

Los ministros que dejarán su cargo serán los de Trabajo y Asuntos Sociales,

Jesús Caldera; y de Industria, José Montilla, y las ministras de Agricultura, Elena Espinosa; Educación, María Jesús San Segundo, y Fomento, Magdalena Álvarez.

(SEGUIRÁ AMPLIACIÓN)

(SERVIMEDIA)

DD-MMM-AAAA

XXX

### 3.3 Avance

El auge de las nuevas tecnologías y, sobre todo de Internet (ya se ofrece desde hace tiempo información por SMS o para PDA), obliga a las agencias de noticias, fuente de muchos diarios digitales, a dar información con más rapidez, aunque sean las primeras pinceladas de la noticia final.

De ahí surge la necesidad de que aquellas noticias que se consideren importantes, que van a marcar la pauta informativa del día, o que suponen un anuncio destacado, requieran llegar a los lectores con la mayor brevedad.

Nace así el "avance", una información elaborada con los datos más importantes de la noticia, que **adelanta ya las cuestiones de mayor peso**, suficientes para estar bien informado de la cuestión de que se hable.

A diferencia de los anteriores géneros, no se utilizan las barras para lanzar esta noticia al teletipo y sí se incorporará la coletilla de "seguirá ampliación" para anunciar que la noticia será completada con posterioridad, con más detalles y extensión.

Es importante que, en el primer Consejo de Redacción de la mañana o en las reuniones que se realicen a lo largo de la jornada, se acuerde qué información, con casi total probabilidad, precisará un avance.

Frente a un accidente grave o un atentado, las dudas no existen, pero sí aparecen en otras cuestiones que requieren que el periodista tome la decisión. En ocasiones, es conveniente consultarlo con el redactor jefe para establecer una valoración correcta sobre lanzar o no el citado avance.

Finalmente, si todas las noticias de agencia deben tener como característica principal la rapidez, en el caso del "avance" la velocidad es todavía más exigible. Ejemplo:

#### EL GOBIERNO ANUNCIA UNA REFORMA FISCAL PARA 2007

MADRID, DD (SERVIMEDIA)

El vicepresidente segundo del Gobierno y ministro de Economía y Hacienda, Pedro Solbes, afirmó hoy que el Ejecutivo pondrá en marcha una reforma fiscal en 2007, que estará centrada en "rebajar la tributación de las rentas del trabajo".

Según anunció Solbes durante su participación en unas jornadas celebradas esta mañana en Madrid, la reforma será aprobada por el Consejo de Ministros en su reunión del próximo viernes y llegará a las Cortes a finales de mes para ser debatida hasta el mes de diciembre, cuando el Gobierno quiere aprobarla para que entre en vigor en enero de 2007.

La reforma fiscal supondrá una rebaja del tipo impositivo máximo, que se recortará desde el 45% actual al 40%, y también del tipo mínimo, que se reducirá del 15% al 13%, con lo que, además de a las rentas más elevadas, favorecerá especialmente a las medias y bajas.

Solbes aseguró que la reforma fiscal acercará la tributación de las rentas del trabajo a las del capital, para evitar así que quienes sólo dependen de su empleo sufran una carga de impuestos superior a quienes viven de sus capitales.

Finalmente, confirmó que la reforma tendrá un coste para las arcas públicas

de unos 2.000 millones de euros al año que, según explicó, son “perfectamente asumibles” para el Estado, dado que el Gobierno confía en que sirva para dinamizar la economía española.

(SEGUIRÁ AMPLIACIÓN)

(SERVIMEDIA)

DD-MMM-AAAA

XXX

### **3.4 Noticia general**

Las noticias que difunde la Agencia Servimedia se rigen por el tradicional formato de teletipo, con una extensión mínima de dos párrafos y sin extensión máxima, si bien se debe intentar ser lo más claro y conciso posible. Ejemplo:

LOS COOPERANTES Y LOS MISIONEROS DISPONDRÁN DE UN SEGURO  
SUFRAGADO POR EL ESTADO

MADRID, DD (SERVIMEDIA)

Los cooperantes acreditados como tales, así como los misioneros, dispondrán de un seguro público sufragado con fondos de la Agencia Española de Cooperación Internacional (AECI), según anunció hoy la secretaria de Estado de Cooperación Internacional, Leire Pajín.

Según explicó Pajín, en su comparecencia en el Congreso ante la Comisión de Cooperación Internacional para el Desarrollo, esta medida pretende poner fin a la

"dispersión de múltiples seguros privados", de elevado coste y diferente cobertura, contratados por las ONG para sus cooperantes.

Las entidades privadas podrán beneficiarse de este seguro, que reconoce al cooperante como "profesional", siempre que cumplan con unos requisitos, como demostrar la relación laboral que tienen con el cooperante y que éste sea registrado en la AECI y en el Consulado o Embajada española de su país destino.

Los misioneros vinculados a órdenes religiosas son reconocidos también como cooperantes. Sujetos a la normativa de la Conferencia Episcopal, podrán acceder a este seguro si se atienen a las mismas condiciones que el resto de las instituciones.

El proyecto presentado homologa los servicios que los cooperantes prestan, para facilitar su reincorporación al mercado laboral a su vuelta a España.

(SERVIMEDIA)  
DD-MMM-AAAA  
XXX

## 3.5 Entrevista

La entrevista cara a cara o telefónica constituye una de las fuentes de información básicas de la Agencia y, como tal, debe ser tratada con la mayor claridad y normalidad posibles.

Habitualmente, Servimedia no utiliza el formato de entrevista pregunta/respuesta para trasladar a sus clientes la información obtenida mediante entrevistas, sino que las ideas y circunstancias del entrevistado pasan a ser la parte más importante de la información, redactada como una noticia.

Así, tras elegir un titular con las declaraciones que consideremos más informativas de la entrevista, el primer párrafo o entradilla debe repetir esta idea y presentar con claridad al protagonista y el entorno en el que se halla inmersa la información.

Después, conforme se suceden los párrafos, se deben ir incorporando las declaraciones más importantes, con el correspondiente uso de comillas cuando se trata de citar exactamente las palabras pronunciadas por el entrevistado.

Además, a lo largo del texto, se debe incorporar la información necesaria (antecedentes, personalidad del entrevistado, noticias relacionadas, etcétera) para hacer más comprensible y completa la noticia.

En el momento de realizar una entrevista, lo más aconsejable, sino imprescindible, es proceder a su grabación y, además, tomar notas lo suficientemente claras y extensas como para utilizarlas de forma textual en caso de que el sonido falle.

Sólo en casos excepcionales, cuando la importancia del entrevistado así lo requiera, se puede recurrir al modelo pregunta/respuesta en el teletipo. El modelo que usaremos se iniciará con dos o tres primeros párrafos de la noticia-entrevista, para luego arrancar con el sistema de "Pregunta:" y "Respuesta:" (P: y R:)

P: Presidente, ¿qué objetivos tiene para este año?

R: "El principal de ellos es..."

## 3.6 Crónica

La crónica es un género periodístico que, permite incorporar al texto informativo una dialéctica y el tono característicos de quien, además de contar la noticia, narra los hechos por haberlos presenciado o por haber tomado contacto con los protagonistas. La diferencia con un teletipo al uso es que incorpora, además, apuntes de colorido y ambiente, reacciones cercanas, recorrido de la información y documentación, lo que la enriquece. El estilo de la crónica en la Agencia debe ser claro, sencillo y conciso, y no puede resultar afectado por el uso/abuso de recursos estilísticos que caben dentro de este género periodístico.

La claridad es necesaria en la crónica de agencia, lo mismo que **la obligación de no deformar la realidad con interpretaciones ideológicas**, que sólo

pueden existir si se atribuyen a una fuente. En Servimedia, la crónica que se utiliza preferentemente es la parlamentaria y/o política, si bien se puede extender a otras áreas informativas. Un ejemplo de crónica en Servimedia:

#### BANCO ESPAÑA. LA PLANA MAYOR DEL MUNDO FINANCIERO ARROPA A FERNÁNDEZ ORDÓÑEZ EN SU TOMA DE POSESIÓN Y DESPIDE A CARUANA

- Faltó Miguel Blesa, presidente de Caja Madrid

MADRID, DD (SERVIMEDIA)

La plana mayor del mundo financiero, a excepción del presidente de Caja Madrid, Miguel Blesa, arropó hoy al nuevo gobernador del Banco de España, Miguel Ángel Fernández Ordóñez, en su toma de posesión, y a Jaime Caruana en su despedida.

El Gobierno también cuidó las presencias y junto a Fernández Ordóñez estuvieron el vicepresidente segundo, Pedro Solbes; el director de la Oficina Económica del Presidente del Gobierno, Miguel Sebastián; el secretario de Estado de Economía, David Vegara, y el sucesor de Fernández Ordóñez en Hacienda, Carlos Ocaña.

Del mundo de la política, el PP envió a su secretario ejecutivo de Economía y Empleo, Miguel Arias Cañete, que ha llevado la voz crítica de su formación contra la designación de Fernández Ordóñez.

También estuvieron representadas CiU, con Josep Sánchez Llibre, portavoz de Economía en el Congreso, y Coalición Canaria, con Luis Mardones. No faltó el presidente de la Comisión de Economía del Congreso, el socialista Antonio Gutiérrez.

Del sector financiero, los dos principales banqueros del país: Emilio Botín, presidente del Santander, oportunamente alejado de Francisco González, del BBVA. Cerca de éste, el presidente del Popular, Ángel Ron.

Al fondo de la sala, en un discreto segundo plano y en animada charla con el presidente de la Confederación Española de Cajas de Ahorros, Juan Ramón Quintás, se situó el presidente de "la Caixa", Ricardo Fornesa, flanqueado por su director general, Isidro Fainé.

El presidente de la Asociación Española de Banca y ex subgobernador del Banco de España, Miguel Martín, también acudió a la comparecencia, además de su antecesor en la patronal bancaria, José Luis Leal, o el presidente de la CNMV, Manuel Conthe.

Destacadas también las presencias de dos ex ministros de Economía socialistas: Carlos Solchaga y Miguel Boyer. El ex gobernador del Banco de España Luis Ángel Rojo también acudió a la toma de posesión de quien, seis años después, ha ocupado su puesto.

La ausencia más notable la protagonizó el presidente de Caja Madrid, Miguel Blesa, que acaba de colocar a otro ex secretario de Estado de Hacienda, Estanislao Rodríguez-Ponga, como vicepresidente de la entidad.

(SERVIMEDIA)

DD-MMM-AAAA

XXX



# 4 ■ Las fuentes de la noticia

Las noticias siempre tienen una fuente, es decir, proceden de alguien o de algún hecho. Y las fuentes deben estar identificadas, es decir, se debe huir de expresiones como "fuentes de toda solvencia" o "fuentes bien informadas". Si no fueran solventes o no estuvieran bien informadas no deberían ser utilizadas para la elaboración de una información.

Toda información de Servimedia debe incluir en el primer o segundo párrafo la fuente de la noticia, nunca más tarde, incluidas las elaboradas a partir de notas de prensa, aunque adviertan que su información puede ser utilizada sin necesidad de citar la fuente. No es necesario y debe evitarse reiterar la fuente de la información a lo largo de todo el teletipo. Sólo hará falta hacerlo en el caso de que algo de lo que se afirme tenga una fuente distinta a la referida anteriormente o cuando, por ejemplo, interesa especialmente recalcar que la afirmación no es nuestra, sino que es la versión de la fuente.

A continuación, se ofrece un listado detallado de diferentes vías de acceso a información que pueden existir, algunos consejos para hacer frente a las mismas, y el modo en el que Servimedia citará las fuentes.

## 4.1 Nota de prensa

El volumen de notas de prensa y comunicados que cada día llegan a la mesa de un periodista, ya sea a través de correo electrónico ya sea por fax, es ingente y precisa de una selección. Ni mucho menos todas las notas de prensa que caen en nuestras manos tienen la relevancia suficiente como para ser trasladadas al teletipo.

Además, conviene tener en cuenta una serie de salvedades: las notas de prensa son informaciones interesadas de la fuente que las difunde; aunque habitualmente están escritas por periodistas, en la mayoría de los casos la redacción no es acorde con el estilo de Servimedia o pueden incorporar, incluso, faltas de ortografía; en ocasiones el dato más interesante no es el destacado en el comunicado, sino que puede estar "escondido" en otros párrafos.

Todos estos factores permiten llegar a una conclusión: **es inaceptable trasladar al servicio de noticias un comunicado tal y como nos ha llegado** desde la fuente informante. La recepción de notas de prensa por correo electrónico o la posibilidad de acceder a éstas a través de Internet sitúan al periodista ante la tentación de recurrir al "copia y pega" y trasladar el texto tal cual, incluso con las referidas incorrecciones, al teletipo. En este punto conviene conjugar un equilibrio.

La posibilidad de no tener que repicar un texto permite al periodista ganar tiempo, pero no es excusa para no haber leído previamente el comunicado, valorado correctamente su contenido y decidido, con el criterio propio, no con el del redactor del comunicado, qué es lo relevante y dónde está la noticia. En ocasiones puede coincidir, pero no siempre. Además, aspectos como el estilo, sin ninguna duda, requieren de una cierta reelaboración por parte del periodista de Servimedia.

Es habitual, por ejemplo, que los partidos políticos o el Gobierno incluyan el nombre de sus cargos (ministro, secretario general...) en mayúsculas, cuando el estilo de Servimedia determina escribirlos en minúscula. En resumen: no nos limitemos a copiar el contenido de una nota de prensa; desarrollemos las capacidades del periodista y ahondemos en los datos que ofrece el comunicado,

indaguemos, preguntemos... No es de recibo incluir en el teletipo datos o elementos chocantes con la excusa de que así se incluía en el comunicado. Una llamada a la fuente puede permitir, en ocasiones, subsanar un error y, por supuesto, no trasladarlo a nuestros clientes. Como ejemplo, una nota de prensa llegada a Servimedia. Son declaraciones de Jaime Mayor Oreja en su etapa de ministro del Interior:

*“Habrá que impulsar todas las medidas como lo está haciendo ya la Audiencia Nacional y legalizando todas las estructuras del entramado de ETA”.*

¿Alguien puede creer que Mayor Oreja abogaba por legalizar las estructuras de ETA? Parece evidente que no. El sentido cierto de las palabras del ministro del Interior era justo el contrario: *“Habrá que impulsar todas las medidas como lo está haciendo ya la Audiencia Nacional, ilegalizando todas las estructuras del entramado de ETA”.*

Cuando se reproduzca el contenido de una nota de prensa, siempre se citará esta procedencia en el primer o segundo párrafo. Son válidas fórmulas como:

- ...según informó el PSOE en un comunicado.
- ...según una nota de prensa del PSOE.
- ...según aseguró el PSOE en nota de prensa.
- ...según un comunicado de este partido.

Cuando en una nota de prensa se informe sobre un hecho en el que ha intervenido más de un actor, se tratará de conseguir la versión de la mayor parte de los intervinientes. Ejemplos válidos son los comunicados sobre debates en el Parlamento (los partidos o el Gobierno sólo informan de su parte del debate) o reuniones entre gobiernos y organizaciones sociales, partidos políticos, etcétera.

Cada día, con más asiduidad, los gabinetes de prensa de los diferentes gobiernos o partidos políticos emiten notas de prensa con declaraciones

efectuadas por gobernantes o dirigentes políticos en actos públicos, ya sean ruedas de prensa ya sean declaraciones institucionales, etcétera. En estos casos, no será necesario citar en el primer o segundo párrafo que la información proviene de un comunicado, sino que se podrá optar por informar de que ha sido en rueda de prensa o lo que proceda. Sin embargo, en algún punto de la información, preferentemente al final de la misma, se deberá indicar que el teletipo está elaborado gracias a una nota de prensa, o sencillamente citando la fuente.

En el caso de notas de prensa de otros medios de comunicación reproduciendo declaraciones de personajes públicos a los mismos, también es necesario explicitar que se trata de un comunicado, aunque, como en el caso anterior, se puede incluir este aspecto al final del teletipo. El asunto no es menor, dado que, en caso de no incluirse esta matización, se está dando por bueno que, por ejemplo, un ministro ha dicho algo que nosotros no hemos escuchado. Al citarse la procedencia de la noticia en un comunicado, la responsabilidad queda clara en los redactores del mismo, y no en Servimedia.

Otro caso distinto es cuando la entrevista en cuestión sí haya sido escuchada por un periodista de Servimedia. Entonces se optará por fórmulas similares a ésta: "en declaraciones a RNE recogidas por Servimedia".

Los periodistas de Servimedia datarán sus informaciones en el lugar geográfico en el que la redacten. Las que sean elaboradas a partir de notas y/o comunicados de instituciones oficiales, cuya sede radique fuera de la capital del Estado, serán datadas, consecutivamente, en el lugar en el que se redacten y en el de procedencia de los mismos. No tiene sentido que un medio de comunicación vasco feche en Vitoria, por ser su sede física, unas declaraciones del presidente andaluz, difundidas en una nota por el Gabinete de Prensa de la Junta de Andalucía, que fueron formuladas en Sevilla. Además de extravagante, puede inducir a error sobre el lugar concreto en el que aquél realizó su intervención. Tampoco la fuente informante querrá que las declaraciones suministradas sean datadas en otro lugar distinto al real.

En el ámbito autonómico, la práctica totalidad de comunicados de prensa

son difundidos de modo centralizado por un gabinete ubicado en la capital de cada comunidad autónoma. Si se trata de unas declaraciones formuladas en esa comunidad autónoma pero no en su capital administrativa, en el texto indicaremos el lugar preciso donde se realizaron, de acuerdo con la información dada por la fuente, que será datada, como se apuntó anteriormente, primero en el lugar donde se redacta y a continuación el de su procedencia.

Del mismo modo, la data será mixta cuando una información haya sido elaborada con contenidos procedentes de notas, comunicados... y otros propios del periodista, obtenidos por los medios habituales en el ejercicio de su labor. No olvidemos **la obligatoriedad de citar siempre la fuente informante**, no tanto el soporte que utiliza, como puede ser una nota o comunicado de prensa.

## 4.2 Declaraciones

Buena parte de las informaciones que se difunden a través del teletipo de Servimedia provienen de declaraciones que determinados personajes públicos han realizado a periodistas de la Agencia, ya sea por vía telefónica ya sea presencialmente, en los múltiples encuentros que el día a día de la actividad profesional ofrece. Nuevamente, en el primer o segundo párrafo, nunca más tarde, como norma general, ha de dejarse clara la procedencia de la información.

No es necesario, salvo que sea relevante para la información, aclarar el modo en que se han obtenido las declaraciones, esto es, a través de teléfono, conversación personal o declaración remitida por correo electrónico.

Hay excepciones. Un ejemplo real lo constituyeron las entrevistas realizadas por un periodista de Servimedia al presidente del PP, Mariano Rajoy, o al alcalde de Madrid, Alberto Ruiz-Gallardón, durante el viaje de vuelta de Singapur después de que la capital de España no lograra convertirse en sede olímpica en su primera iniciativa.

Esas entrevistas se realizaron mediante conversación telefónica con el

avión que trasladaba a la delegación española desde Singapur a Madrid y ese elemento constituía un factor informativo relevante. Otro pueden ser las conversaciones personales en los pasillos del Parlamento con ministros o altos cargos de partidos políticos. En estos casos, detallar el lugar donde se produjeron las declaraciones puede dar peso a la información. Modos correctos de citar unas declaraciones son los siguientes:

- En declaraciones a Servimedia, el secretario general del PP, Ángel Acebes, aseguró...
- El secretario general del PP, Ángel Acebes, aseguró a Servimedia
- ...aseguró Acebes a Servimedia.

Con el fin de preservar la construcción natural (sujeto + verbo + predicado), deben evitarse expresiones menos naturales como "El secretario general del PP, Ángel Acebes, en declaraciones a Servimedia, aseguró...". Y conviene no citar a la Agencia refiriéndose al cargo, en vez de a la persona. Es preferible la expresión "Acebes dijo a Servimedia..." antes que "el secretario general del PP dijo a Servimedia...".

En ocasiones, sin embargo, la persona o personas que hablan con Servimedia prefieren no aparecer con su nombre y apellidos, sino ocultarse bajo la fórmula de portavoz o fuentes. Como regla general, no se citará por su nombre a los responsables de prensa de instituciones, partidos políticos, empresas o ministerios. En este caso, conviene dejar claro un criterio. Cuando se habla con una sola persona se hablará de "fuente" o "portavoz", en singular, huyendo de la expresión fuentes, por no adecuarse a la realidad. Se escribirá:

- ... según una fuente del Ministerio de Trabajo.
- ... según un portavoz del Ministerio de Trabajo.

La expresión "fuentes" debe quedar limitada a los casos en los que la información esté avalada por más de una persona. Por ejemplo, si se informa

del contenido a puerta cerrada de un Comité Federal del PSOE, tras haber hablado con varios dirigentes de esta formación, se escribirá:

- ... según fuentes del PSOE.
- ... según varios asistentes a la reunión.

### 4.3 Rueda de prensa

Otro de los elementos de acceso a la información son las ruedas de prensa convocadas por todo tipo de organizaciones. En el caso de que la noticia se haya obtenido en una conferencia pública, también se habrá de citar en el primer o segundo párrafo, nunca más tarde. Son recomendables fórmulas de este tipo:

- En rueda de prensa, el ministro del Interior afirmó...
- El ministro del Interior afirmó, en rueda de prensa, ...
- ...aseguró Alfredo Pérez Rubalcaba en rueda de prensa.

Cada vez son más habituales las comparecencias públicas de cargos del Gobierno o de partidos políticos en las que no se admiten preguntas a los informadores que acuden a las mismas, lo que limita de forma notabilísima el derecho a la información de los periodistas, pero también de los ciudadanos. Se puede hacer a través de fórmulas como las que siguen:

- En una intervención pública en la que no se admitieron preguntas...
- ...dijo Acebes en una comparecencia en la sede del PP, en la que no se admitieron preguntas.

Como norma general, **grabaremos las ruedas de prensa** y, cuando sea posible, colocaremos el micrófono de Servimedia acompañado de su logotipo. El registro sonoro, además de permitirnos cotejar las dudas que se nos pueden

plantear con nuestros apuntes, es para el periodista una prueba esencial frente a una posible reclamación del actor principal de la noticia sobre lo escrito. Así, guardaremos la grabación al menos 48 horas y debidamente identificada.

## **4.4 Informes y revistas**

Los informes elaborados por diversas instituciones, de índole pública o privada, son una importantísima fuente de información. Es el caso de publicaciones elaboradas, por ejemplo, por ministerios, organismos como el Banco de España o el Instituto de Estudios Fiscales. En estos casos, se debe incidir en la fórmula: "al que ha tenido acceso Servimedia".

Se debe prestar especial atención a informes publicados por organismos que no necesariamente comparten las opiniones expresadas en ellos. En estas situaciones, se tendrá que citar al autor del informe o limitarse a señalar que el informe ha sido publicado por determinado organismo, pero no atribuir al mismo las afirmaciones que se hagan en el informe.

Otra importante fuente de información son las revistas de todo tipo de organizaciones, y a ellas se debe prestar atención. En muchas ocasiones incluyen entrevistas a personajes de actualidad que pueden tener un importante interés informativo, o artículos que pueden ser utilizados tanto para realizar noticias como para el propio conocimiento del periodista. En estos casos, no debe dejar de citarse la revista que incluye los datos o la entrevista en cuestión, pudiendo optarse por la ya mencionada fórmula de "recogida por Servimedia".

## **4.5 Discursos**

Los discursos llegados a la Redacción de Servimedia recibirán el mismo tratamiento informativo que aplicamos al resto de fuentes, esto es, convertir en noticia su contenido, recogiendo entre comillas aquellos párrafos textuales más destacados.

No obstante, si la importancia del contenido del discurso o de quien lo

pronunciare lo requiriera, como es el caso del tradicional mensaje de Navidad del rey Juan Carlos, además del citado tratamiento informativo se ofrecerá el discurso íntegro aunque en otro teletipo, distinto del anterior, y a continuación de éste. En ningún caso se difundirá única y exclusivamente el texto íntegro del discurso en cuestión.

La misma fórmula aplicaremos en los casos de una Declaración institucional, o similares, que en algunos casos contienen distintos apartados informativos numerados u ordenados alfabéticamente.

## **4.6 Internet**

Internet se ha convertido en los últimos tiempos en un recurso estimable para los ciudadanos, y también para los periodistas, en el que recabar todo tipo de información. Sin embargo, junto a su enorme potencial, Internet implica toda una serie de riesgos que deben ser tenidos en cuenta con el fin de evitar la traslación de los errores que se encuentran en la Red al teletipo.

Los buscadores de Internet permiten encontrar cierta información, pero también pueden llevar a páginas con datos no correctos o interesados. A la hora de utilizar información que está en Internet, se ha de preferir la colgada en páginas oficiales, de medios de comunicación o de aquellas que inspiren confianza. Haber encontrado un dato en una página web no significa, necesariamente, que sea correcto.

## **4.7 "Off the record"**

El concepto de "off the record" no es universal, y depende en muchas ocasiones del interlocutor con el que se trate. Habrá quien apele al "off the record" para ofrecer información que no se podrá utilizar de ninguna manera en una noticia y que, sin embargo, permite obtener pistas para otras futuras. Sí será lícito, no obstante, utilizar esta información recibida "off the record" si ha sido contrastada y confirmada

por otra fuente. En todo caso, será recomendable comentarlo con la fuente primaria para evitar una posible pérdida de confianza.

Hay interlocutores que apelan al "off the record" no con el sentido anterior, sino con la intención de que la información que ofrecen pueda ser utilizada, aunque salvaguardando la identidad de la fuente. En estos casos conviene ser muy precavido, ya que el anonimato que se le garantiza al interlocutor puede llevarle a ofrecer datos que no sean ciertos. Será lícito utilizar esta información respetando la petición de la fuente de no darla a conocer, pero, siempre que se pueda, se deberá contrastar con otras fuentes lo afirmado.

## 4.8 Autocitas

Las informaciones propias de Servimedia son buena parte del éxito de la Agencia. En los puntos anteriores se han ofrecido ya algunas opciones de cómo citar a Servimedia en los teletipos. A continuación se incluyen varias más y se sistematizan las ya ofrecidas.

**4.8.1 Entrevistas en medios.** Cuando se recogen informaciones obtenidas de la radio, la televisión o la prensa, ya se hayan escuchado o leído, se utilizarán expresiones como éstas:

- En declaraciones a Antena 3 recogidas por Servimedia.
- En una entrevista concedida a "ABC" recogida por Servimedia.

**4.8.2 Declaraciones telefónicas.** En los casos de declaraciones telefónicas o breves conversaciones con altos cargos, dirigentes políticos, empresariales o sociales, se citarán con fórmulas como las que siguen:

- En declaraciones a Servimedia, el coordinador general de IU, Gaspar Llamazares, aseguró. . .
- El coordinador general de IU, Gaspar Llamazares, dijo a Servimedia...
- ...afirmó Llamazares a Servimedia.

**4.8.3 Fuentes anónimas.** Como ya se ha dicho, son **inaceptables** expresiones como "fuentes solventes", "fuentes de todo crédito" y similares. Se deberá ofrecer alguna referencia sobre el informante, del tipo de: "una fuente del Gobierno", "una fuente judicial", "un portavoz del Ministerio de Trabajo".

**4.8.4 Documentos.** Cuando un redactor de Servimedia se haya hecho con algún tipo de documento, deberá hacer constar en la información diversos aspectos que permitan dar mayor credibilidad a ese extremo, como, por ejemplo, el número de páginas de que consta, capítulos y su título exacto. La fórmula correcta de cita será: "al que ha tenido acceso Servimedia".

**4.8.5 Datos oficiales.** Hay ocasiones en que se realizan informaciones con datos publicados ya por diversos organismos y al alcance de todo el mundo, como, por ejemplo, estadísticas del INE o de Eurostat. En estos casos, no resulta adecuado decir que son datos "a los que ha tenido acceso Servimedia", sino que se puede optar por la fórmula de cifras "recogidas por Servimedia".

## **4.9 Las mujeres como fuentes de la noticia**

La sociedad en la que vivimos mantiene estereotipos de género muy arraigados según los que las mujeres se situarían en las esferas domésticas y privadas atendiendo a las cuestiones propias del hogar, la familia, los cuidados, etc. y los hombres en las esferas y ámbitos públicos y productivos responsables del empleo, los gobiernos, las empresas, etc. Esta clasificación, si bien se está desplazando poco a poco gracias a la tímida presencia de mujeres en el ámbito de lo público, no suele tener su reflejo en los medios de comunicación, en los que aún abundan los contenidos generados por y para los hombres.

Una de las manifestaciones más evidentes de la poca presencia de mujeres en

los medios de comunicación la constituyen su utilización como fuente de noticias. En este sentido se podría hacer la siguiente clasificación:

- El interés del ámbito privado. La tradicional adscripción de hombres y mujeres a las esferas pública o privada y la tendencia de los medios de comunicación a valorar como importante y objeto de noticia lo perteneciente al ámbito público, ha hecho que las esferas "femeninas" no se consideren objeto de interés para la audiencia y si lo hacen, es de manera secundaria y menor, tanto por su tratamiento como por el lugar que ocupan en el soporte que se elija.
- La presencia cuantitativa de mujeres en los medios es significativamente menor a la de los hombres. Esto se debe, por un lado, a lo explicado en el punto anterior y, por otro, a que cuando se cubre un ámbito donde sí se cuenta con presencia de mujeres, su presencia vuelve a ser menor o inexistente, como ocurre por ejemplo, en la sección de deportes.
- Las mujeres con nombres y apellidos, es decir, las mujeres como protagonistas de entrevistas, artículos de opinión, reportajes, etc. constituyen ejemplos de muy baja trascendencia cuantitativa y cualitativa en los medios. La explicación a este hecho vendría de la unión de los apartados anteriores, es decir, por un lado sus actividades carecen de interés para quien tiene el poder de decidir qué se considera objeto de convertirse en acontecimiento y, por tanto, noticia, y por otro, cuando son noticia se suele ignorar su cobertura por parte de los medios.

Recomendaciones para la corrección de esta discriminación serían:

- Atender al ámbito de lo privado y de lo doméstico en relación de igualdad con el ámbito de lo público.
- Cubrir los acontecimientos protagonizados por mujeres en relación de igualdad con los acontecimientos protagonizados por los hombres.
- Contar con más mujeres como protagonistas de informaciones, generadoras de opinión, etcétera.

## 4.10 Corrección de errores

La agencia de noticias corregirá tan pronto los advierta, ya sea por propia constancia o por requerimiento de terceras personas, los errores que pueda cometer en sus informaciones. Se entienden por errores los que afectan al desarrollo esencial de una información, no las erratas.

Si el error afecta totalmente a la exactitud de una información, por una cifra incorrecta, por unas declaraciones mal entrecomilladas o por datos inexactos, se utilizará la siguiente fórmula debajo del titular:

-----  
ESTA NOTICIA ANULA Y SUSTITUYE A LA DEL SERVICIO DE HOY TITULADA: “EL GOBIERNO APRUEBA LA LEY CONTRA LA VIOLENCIA”  
-----

Si la información mantiene el mismo titular:

-----  
ESTA NOTICIA ANULA Y SUSTITUYE A LA DEL SERVICIO DE HOY CON EL MISMO TITULAR  
-----

En el caso de que una fuente afectada por una información quiera matizar la misma u opinar sobre ella, se podrá elaborar un nuevo teletipo. En éste se incluirá esta fórmula:

-----  
VINCULAR ESTA NOTICIA A LA DEL SERVICIO DE HOY TITULADA: “EL GOBIERNO APRUEBA LA LEY CONTRA LA VIOLENCIA”  
-----

Si se trata de una fuente que solicita incluir más datos o algunas declaraciones a otras efectuadas previamente, se puede proceder con la siguiente fórmula:

-----  
ESTA NOTICIA AMPLÍA A LA DEL SERVICIO DE HOY TITULADA: “EL GOBIERNO APRUEBA LA LEY CONTRA LA VIOLENCIA”  
-----

Hay ocasiones en las que pueden existir divergencias entre la opinión del redactor

y la de la fuente afectada por una noticia que exige una rectificación, ya que, a veces, los hechos pueden ser sujetos a interpretaciones. En estos casos en especial, pero también en los anteriores, el redactor deberá consultar con su redactor jefe de área o con el de noticias de turno, con el fin de determinar el camino que se debe seguir y fijar el modo de conjugar los diferentes intereses que en cada caso colisionen.

Por último, es posible que, tras difundirse un teletipo elaborado a partir de una nota de prensa, la fuente informante llame para advertir que había erratas en su comunicado. En estos casos, a la hora de corregir la información, se optará por esta fórmula:

-----  
ESTA NOTICIA SUSTITUYE A LA DEL SERVICIO DE HOY TITULADA: "EL GOBIERNO  
APRUEBA LA LEY CONTRA LA VIOLENCIA", POR UN ERROR EN LA INFORMACIÓN  
FACILITADA POR LA FUENTE INFORMANTE  
-----

Puede ocurrir también que el conjunto de la información sea incorrecta por un error de la fuente informante (difusión accidental de una nota antigua). En este caso, **elevaremos la llamada de corrección al titular**, sin necesidad de repetir la difusión del teletipo, y con el siguiente texto:

-----  
QUEDA ANULADA A TODOS LOS EFECTOS LA NOTICIA DEL SERVICIO DE HOY TITU-  
LADA: "EL GOBIERNO APRUEBA LA LEY CONTRA LA VIOLENCIA", POR UN ERROR DE  
LA FUENTE INFORMANTE Y A PETICIÓN DE ÉSTA  
-----

Hay noticias que, por expreso deseo de la fuente informante, están embargadas hasta una hora determinada. Salvo excepciones que serán decididas por el Consejo de Redacción, Servimedia las difundirá por el servicio con la siguiente anotación:

-----  
ESTA NOTICIA ESTÁ EMBARGADA HASTA LAS 21.00 HORAS DE HOY  
-----

# 5. Estructura de la noticia

## 5.1 El titular

Debe concentrar un mensaje tan denso y original como sea posible en un mínimo de palabras. Nunca acaba en punto. En Servimedia, aun en el caso de un "flash", respetaremos artículos y preposiciones. Es decir, no escribiremos:

///EXPLOSIÓN BARRIO SALAMANCA

Sí lo haremos de este modo:

///EXPLOSIÓN EN EL BARRIO DE SALAMANCA

Se puede iniciar un titular con una cifra:

150 PERSONAS SE MANIFESTARON CONTRA LA LEY

Se aconseja escribir el numeral en letras cuando la cantidad sea redonda y no excesivamente larga. Ejemplo:

DIEZ PERSONAS SE...

Por supuesto, no haremos, en ningún caso –ni en el titular ni en el cuerpo de la información–, valoraciones del tipo “sólo 150 personas se manifestaron contra la ley”, porque es posible que a los convocantes esta cifra les parezca meritoria y, en todo caso, nuestra opinión no ha de ser relevante.

Así mismo, prestemos atención al uso excesivo o innecesario de las siglas en un titular. Por ejemplo, hoy ya no tiene sentido escribir “El Partido Socialista Obrero Español pide...”, pues sus siglas, PSOE, son suficientemente conocidas. Pero ocurre lo contrario con otros casos:

EL PA Y LA CHA DEFIENDEN EN EL PE EL PGOU DE MIJAS

Puede hasta resultar ridículo, además de confuso. El PA es el Partido Andalucista; la CHA, la Chunta Aragonesista; el PE es el Parlamento Europeo, y el PGOU el Plan General de Ordenación Urbana. Quien escriba esto lo tendrá muy claro, pero quien lo lea, ¿también?

Como sea que en un titular se deben ahorrar, como norma general, palabras, veamos algunos ejemplos de cómo podemos reducir éstas sin que dejemos de ofrecer datos:

EL MINISTERIO DE ECONOMÍA APRUEBA UN DECRETO POR EL QUE...

Puede quedarse simplemente en:

ECONOMÍA APRUEBA UN DECRETO POR EL QUE...

O, incluso:

EL GOBIERNO APRUEBA UN...

Otro ejemplo útil sería éste:

EL TRIBUNAL DE DEFENSA DE LA COMPETENCIA ADVIERTE QUE...

Por:

COMPETENCIA ADVIERTE QUE...

O este otro:

EL TRIBUNAL DE DERECHOS HUMANOS DE ESTRASBURGO SEÑALA...

Por:

ESTRASBURGO SEÑALA...

## 5.2 El cintillo

Se sitúa en la misma línea del titular, antes de su inicio. Su idoneidad se decide con anterioridad y se justifica en la elaboración de distintas noticias vinculadas a una misma cuestión. Su función principal es la de llamar la atención del lector sobre el tema de que trata la información, particularmente cuando se refiere a una cuestión de plena actualidad o de relevancia singular que va a tener continuidad en el servicio de noticias del día. Ejemplo:

ATENTADO. EL GOBIERNO LAMENTA...

Hay otros cintillos que se han consolidado en Servimedia, como el que concierne a las informaciones sobre la organización terrorista ETA, inmigración o comunidades autónomas.

## 5.3 El subtítulo

Por un lado, nos puede ayudar a completar un titular, aunque no olvidemos que un titular debe ser inteligible por sí solo. Por otro, nos adelanta en forma de otros pequeños titulares, asuntos, vinculados o no al titular principal, que abordaremos a lo largo de la información y que consideramos también relevantes. Ello nos sirve, sobre todo, en informaciones en las que el interlocutor habla de diversas cuestiones distintas entre sí, y en los casos en que hemos decidido no hacer despieces temáticos. Ejemplo:

ESTATUTO CATALUÑA. GUERRA: "HAY QUE TIRAR DEL PP HACIA UNA POSICIÓN COMÚN"

- Asegura que "la financiación no puede establecerla cada comunidad en su propio estatuto"

- Rechaza el concepto nación para Cataluña y añade que tampoco lo comparten "millones de españoles"

MADRID, XX, (SERVIMEDIA)

Entre el titular y el subtítulo habrá una línea en blanco, al igual que entre los distintos subtítulos. Entre el último subtítulo y la data de la información habrá dos líneas en blanco. El subtítulo estará separado del margen haciendo uso del tabulador. Estará precedido de un guion tras el que fijaremos un espacio y escribiremos. Ejemplo correcto:

EL GOBIERNO Y LA OPOSICIÓN FIRMAN HOY UN PACTO DE ESTADO SOBRE EDUCACIÓN

- Las asociaciones de padres católicos denuncian que es una maniobra electoral

Sería incorrecto:

EL GOBIERNO Y LA OPOSICIÓN FIRMAN HOY UN PACTO DE ESTADO SOBRE EDUCACIÓN

-Las asociaciones de padres católicos denuncian que es una maniobra electoral

## 5.4 La data

La data irá debajo del titular, separada de él por tres líneas en blanco, o dos del último subtítulo, si lo hubiera. La localidad donde esté fechada la información y el nombre de la agencia irán siempre en mayúsculas. Ejemplo:

BARCELONA, 17 (SERVIMEDIA)

Si el lugar no es capital de provincia se hará constar a continuación, entre paréntesis, el nombre de ésta. Ejemplo:

BENIDORM (ALICANTE), 17 (SERVIMEDIA)  
GIJÓN (ASTURIAS), 17 (SERVIMEDIA)

Escribiremos al completo la denominación de cada ciudad.  
No escribiremos:

SANTIAGO, 17 (SERVIMEDIA)  
PALMA, 17 (SERVIMEDIA)  
SANTA CRUZ, 17 (SERVIMEDIA)

Lo haremos así:

SANTIAGO DE COMPOSTELA, 17 (SERVIMEDIA)  
PALMA DE MALLORCA, 17 (SERVIMEDIA)  
SANTA CRUZ DE TENERIFE, 17 (SERVIMEDIA)

Entre la data y el primer párrafo habrá una línea en blanco de separación, al igual que entre párrafo y párrafo. Se utilizará el tabulador para el comienzo de cada párrafo.

Como se apuntó en un capítulo anterior, las noticias siempre se fecharán en la localidad en que se redacten. En el caso de eventos que se sigan a través de retransmisiones televisivas, Internet o cualquier otro medio audiovisual, y que se produzcan en una ciudad distinta de aquella en la que se está elaborando la información, la noticia se fechará, siempre por este orden, en la ciudad donde se escribe seguida de la localidad donde se produce dicho evento. Ejemplo:

MADRID/VITORIA, 17 (SERVIMEDIA)

## 5.5 La entrada o "lead"

Este párrafo inicial busca condensar sinópticamente toda la noticia en aquellos **datos esenciales** para una mejor comprensión de la información. En él se destacan la esencia y los datos más sobresalientes del acontecimiento del que se quiere dar noticia.

No debe ser largo; no debe contener todos los datos, pero sí los que permitan conocer de qué va la información en líneas generales. Es preferible, como regla general, que no sobrepase las cinco o seis líneas. Ha de hacerse un esfuerzo porque no contenga un lenguaje espeso o un exceso de cifras y, salvo excepciones, no han de introducirse puntos seguidos o puntos y coma.

Este "lead" debe cumplir la afamada teoría periodística anglosajona de las cinco "w", (qué, quién, dónde, cuándo y por qué).

Los párrafos no sobrepasarán, por norma general, las cuatro o cinco líneas. En casos extremos, como en los que se da una larga relación de datos (participantes, medidas, etcétera) se optará por dividir dicho párrafo en dos. Ejemplo:

Sabrido, que destacó el alto grado de consenso social y profesional en la elaboración de

este nuevo Plan de Salud Mental, manifestó que se abrirán en los próximos cinco años tres nuevos hospitales de adultos, seis hospitales de día infanto-juvenil, una unidad de hospitalización breve de adultos, dos unidades de media estancia y cuatro nuevos centros de rehabilitación psicosocial y laboral.

También se crearán ocho centros de formación de empleo y cinco centros especiales de empleo, una unidad de atención especial ubicada en el Hospital Psiquiátrico de Alcohete (Guadalajara) y una unidad de hospitalización breve infanto-juvenil.

## 5.6 El ladillo

El ladillo, que se escribirá en mayúscula, no es un resumen de los párrafos que vienen a continuación. Su función es puramente **incitadora**. Todo lo que es concreto, gráfico, sorprendente, queda bien como ladillo. Por el contrario, hay que evitar las abstracciones y las fórmulas que valen para todo, del estilo de "La situación actual".

Para el primero de los casos propuestos, con decir que la situación ha mejorado o empeorado, ya avanzaremos algo. Por ejemplo, "Peor situación que en 2005" o "Empeora la situación".

No hay que abusar del uso del ladillo ni usarlo cada uno o dos párrafos por el solo hecho de que en cada caso se hable de un tema distinto. Así, puede resultar que una información de tan solo seis párrafos contenga hasta tres ladillos, lo que no es soportable. El "Por otra parte se refirió a..." es una buena solución. Ahora bien, tampoco permitamos que en una información de 17 párrafos no haya ningún ladillo. Tan extensa información exige de ellos, aunque sólo sea para aligerar el texto.

## 5.7 La firma

Los teletipos de Servimedia serán firmados en mayúscula por su autor o autores con tres iniciales de su nombre y apellidos, y por el editor, en minúscula, al final. El redactor de

Servimedia debe estar perfectamente identificado por lo que, primero, firmará siempre su trabajo y, segundo, en el caso de que desde el principio de su relación laboral con la Agencia eligiera un seudónimo, lo hará de este modo el tiempo que esté ligado a ella:

(SERVIMEDIA)

21-NOV-2007

JZG/caa

Cuando firmen tres o más redactores, la siguiente y sucesivas firmas se escribirán debajo:

(SERVIMEDIA)

21-NOV-2007

**JZG/AVP/JAL**

**LGM/IGF/caa**

Nunca así:

(SERVIMEDIA)

21-NOV-2007

**JZG/AVP/JAL/LGM/IGF/caa**

Cuando la fecha corresponda a los primeros días del mes, con un solo dígito (del 1 al 9), lo escribiremos así:

**03-NOV-2007**

Y no así:

**3-NOV-2007**

Del mismo modo, aunque "septiembre" también puede escribirse "setiembre", en la firma no pondremos:

03-**SET**-2007

Sino:

03-SEP-2007

Las noticias que hayan sido elaboradas con información procedente de notas o comunicados de prensa difundidos por el departamento de Comunicación de Servimedia serán también firmadas por su redactor.

## 5.8 Esquema básico del teletipo de Servimedia

MADRID. LAS LÍNEAS NOCTURNAS 13, 14, 16 Y 17 MODIFICAN SUS CABECERAS DESDE HOY

MADRID, DD (SERVIMEDIA)

Las líneas nocturnas N13, N14, N16 y N17 de la Empresa Municipal de Transportes (EMT) de Madrid modifican desde hoy la ubicación de sus cabeceras, según informó en un comunicado el Consorcio de Transportes.

Las líneas N13 y N14, con destino Colonia de San Cristóbal de los Ángeles y Villaverde Alto, partirán desde la Plaza de Cibeles (lado norte), en las dársenas más próximas al Paseo de Recoletos.

Los "búhos" N16 y N17, que desde la Plaza de Cibeles llegan a Carabanchel Bajo y Alto, respectivamente, establecen su cabecera en el número 2 del Paseo del Prado.

(SERVIMEDIA)  
DD-MMM-AAAA  
XXX



# 6. ■ Estilo

El estilo propiamente dicho define el modo de hacer de un medio de comunicación. Ello no significa que podamos darnos de tortas con las normas de la Academia. Cuando nos referimos a un estilo propio se puede hablar de ciertas licencias, aquellas que nos diferencian de los usos y costumbres o de los criterios de otros medios.

Por poner un ejemplo, la Academia establece que el vocablo de origen inglés parking puede castellanizarse por parquin, aunque recomienda recurrir a alternativas como aparcamiento. Un medio fija su estilo cuando decide, como en el caso planteado, hacer suya una, dos, o todas las propuestas que se plantean, es decir, fija su propio criterio, su propio estilo. El dequeísmo es otro ejemplo de ello. Aunque la Academia fija unos criterios sobre el uso del "de que", el debate en los medios está abierto.

## 6.1 Dequeísmo

Cuidado con el dequeísmo, es decir, la construcción de los verbos que significan "decir" o "pensar" con un complemento preposicional encabezado por

"de que". Cuando el verbo que se usa es "advertir", tan habitual en la redacción de informaciones, es cuando más se advierte la polémica.

Las reglas para Servimedia son:

**1. Advertir que:** este primer caso es sinónimo de "observar", "hacer notar", "llamar la atención sobre algo". Un uso correcto sería: "Las tropas americanas advirtieron la presencia del enemigo a poca distancia". No se debe usar como sinónimo de "afirmar".

**2. Advertir de que:** sería comparable a "alertar" o a "amenazar". "Zaplana advierte a CiU de que si apoya al PSOE en Madrid puede perder las elecciones en Cataluña" (alertar). "Carod-Rovira advierte a Zapatero de que si no reconoce la igualdad de catalán y valenciano no apoyará los presupuestos" (amenazar).

Por otra parte, escribamos "informó **de** que..." y no "informó que...".

## 6.2 Recordar y advertir

Es frecuente la utilización incorrecta de los verbos "recordar" como sinónimo de "afirmar". Las tres acepciones que el diccionario de la RAE admite para "recordar" son:

1. Traer a la memoria algo.
2. Hacer presente a alguien algo de que se hizo cargo o que tomó a su cuidado.
3. Dicho de una persona o de una cosa: Semejar a otra.

En ninguno de los tres casos se podría aceptar "recordar" como sinónimo de "afirmar", por lo cual se recomienda limitar el uso de dicho verbo a los casos en que sea correcto. Sería correcto, por tanto, decir: "Zapatero recuerda a Rajoy que Aznar le designó sucesor", e incorrecto: "Zapatero recuerda a Rajoy que perderá las próximas elecciones".

## 6.3 Mayúsculas

Las mayúsculas **se acentuarán** en los despachos de Servimedia de acuerdo con los criterios establecidos por la Real Academia.

Escribiremos con letra inicial mayúscula: Colegio Miguel Hernández, Universidad Complutense, Hospital La Paz, Biblioteca Miguel de Cervantes, etcétera. Asimismo:

- Los nombres y atributos divinos (Dios, Alá, Creador, etcétera).
- Los nombres y apodos con que se designa a determinadas personas (Fernando el Católico, Carlos V de Alemania, Jaime el Conquistador, Javier García Gaztelu "Txapote").
- Los nombres de instituciones, organismos y entidades (Consejo General del Poder Judicial, Federación del Metal de UGT, Consejería de Interior, etcétera).
- Benemérita, que es equivalente a Cuerpo de la Guardia Civil.

Por el contrario, se escribirán **con letra inicial minúscula los cargos** (presidente, juez, ministro, consejero, diputado, director general, secretario de Estado, guardia civil o policía nacional –cuando, en ambos casos, aludan a un agente–, etcétera).

Excepción a esta regla serán "Papa" (líder espiritual de los católicos), tanto si acompaña al nombre (el Papa Benedicto XVI) como si no (dijo el Papa); "Dalái Lama", y otros líderes espirituales con carácter mundial, y "Rey" en algunas de sus formas, como se verá a continuación.

## 6.4 La Familia Real

Se escribirá en minúscula el vocablo rey cuando vaya acompañado de su nombre: "...el rey Juan Carlos dijo hoy que..." o "el rey don Juan Carlos dijo hoy que...". Se escribirá en mayúscula cuando no esté acompañada del nombre: "según dijo el Rey".

El modelo sirve para la reina Sofía, el príncipe Felipe, la princesa Letizia y las infantas Cristina y Elena.

**Reina, Príncipe, Princesa e Infanta** cuando no vayan acompañados de sus respectivos nombres ("...según dijo la Infanta"). Rey es sinónimo de **Monarca**, palabra a la que se aplicará la norma descrita ("...dijo el Monarca", "el monarca Juan Carlos"). Actualmente, sólo al jefe del Estado se le atribuye la denominación de monarca, no a su consorte. Por tanto, será incorrecto escribir "monarcas".

Utilizaremos **don** en minúscula (don Juan Carlos) y también "su majestad" (pero nunca "Su Majestad" ni "S.M.", ni "S.A.R."), aunque no abusaremos de esta expresión. Mejor, "el rey Juan Carlos, la reina Sofía, el príncipe Felipe, la infanta Elena, etcétera".

## 6.5 Siglas

Las siglas **no se separarán** nunca con puntos y sólo se aclarará su significado en aquellos casos en que no sean suficientemente conocidas. Por ejemplo: OSCE (Organización para la Seguridad y la Cooperación en Europa).

Por la citada regla, cuando nos refiramos a Estados Unidos emplearemos siempre las siglas "EEUU" (sin puntos) y en ningún caso "USA", tampoco en titulares. En titular, las siglas "CiU" y "ErNE", y otras similares, mantendrán sus respectivas minúsculas. Aquellas siglas que duplican sus letras las escribiremos juntas. Por ejemplo: FFAA y no FF AA; CCOO y no CC OO; EEUU y no EE UU.

En general, las siglas formadas con **hasta cuatro letras irán en mayúscula**. A partir de la quinta, la primera irá en mayúscula y el resto en minúsculas. Por ejemplo: UPA, COAG, Asaja, Cocemfe, etcétera. Sin embargo, la tendencia en la prensa, y en Servimedia, es utilizar cada vez más las minúsculas para las siglas, de forma que si se generaliza su uso en siglas de cuatro letras, no hay inconveniente en que nosotros

utilicemos progresivamente las minúsculas también en estos casos (Ceoe, Coag,...).

A diferencia de las siglas, los **acrónimos** son vocablos formados por elementos de dos o más palabras, como Banesto (Banco Español de Crédito). En Servimedia, cuando corresponda, los acentuaremos, como por ejemplo Intermón, Seopán, etcétera.

## 6.6 Extranjerismos

En su última edición del Diccionario, la RAE incorpora ciertas voces inglesas, como ranking o camping, las cuales, además, ha castellanizado ya el Diccionario Panhispánico de Dudas (ranquin y campin), junto con parking (parquin). Es aconsejable que ante cualquier extranjerismo consultemos el Panhispánico, por si aquél hubiera sido ya castellanizado. En cualquier caso, no se acentuará ningún extranjerismo.

Sin embargo, aunque es lícito escribir "yin" por "pantalón vaquero", y tantos otros ejemplos, como los citados en el párrafo anterior, lo cierto es que su uso aún no está lo suficientemente extendido ni en los medios ni en el habla popular. Por esta razón, en Servimedia haremos un uso todavía restringido de las innovaciones aportadas por el Panhispánico.

Así, siempre que no exista una traducción o alternativa clara, **escribiremos en su forma original y sin entrecomillar extranjerismos de uso frecuente que estén formados por una sola palabra**, como parking, camping y ranking, y otros, sobre todo vinculados a las nuevas tecnologías, como software, hardware, megabyte, hacker; o al ámbito económico, como dumping, leasing, renting; y otros como geisha, graffiti, hippy, impasse, pack, premier, souvenir, spot, stand, casting, etcétera. Excepción a esta regla estilística serán otros vocablos no castellanos que estén compuestos de dos o más unidades, que seguiremos entrecomillando, sin guión que las separe, como "on line", "e mail" "off the record", etcétera.

De este modo evitaremos cargar los textos de entrecomillados, muchas

veces innecesarios. Es preciso subrayar, pese a todo, la importancia de **evitar en lo posible el uso de extranjerismos**, particularmente procedentes del idioma inglés, que dispongan de un sustituto exacto en el nuestro. Por citar algunos ejemplos de uso frecuente, será preferible:

- **Correo electrónico**, en vez de “e mail”
- **Superventas**, en vez de “best seller”
- **Recibidor**, entrada o vestíbulo, en lugar de hall
- **Afición o pasatiempo**, por hobby
- **Estiramiento**, antes que lifting
- **Imagen o aspecto**, en sustitución de look
- **Sobreventa o sobrecontratación** <sup>(1)</sup>, en lugar de overbooking
- **Patrocinador**, por sponsor <sup>(2)</sup>

Por último, en la redacción de informaciones económicas, donde es más habitual el uso de extranjerismos, haremos el esfuerzo por explicar entre paréntesis aquellos vocablos cuyo uso aún no esté suficientemente extendido. Por ejemplo, el significado de overbooking puede ser más conocido que el de “joint venture” (asociación entre dos o más empresas para un negocio determinado).

## 6.7 Lenguas cooficiales

Los nombres de **partidos, instituciones, sociedades**, etcétera, en las lenguas autonómicas o locales no castellanas se escribirán, como norma general, **respetando su grafía original y sin entrecomillar**. Así, Aberri Eguna, lehendakari, Consell, conseller, Diada, Mossos d’Esquadra, Ertzaintza, ertzaina, Generalitat, Entesa Catalana de Progrés, Esquerra Republicana de Catalunya, etcétera. Menos corriente es escribir Eusko Legebiltzarra, que es Parlamento vasco.

En los casos de defensores del pueblo autonómicos (u otras instituciones)

---

<sup>1</sup> Es mejor elección, aunque ninguno de los dos vocablos los recoja la RAE, de momento.

<sup>2</sup> Aunque sponsor ha sido castellanzado por espónsor, la Academia desaconseja su uso y propone la citada alternativa.

se respetará la denominación vasca Ararteko y la catalana/valenciana Síndic de Greuges, en ambos casos en mayúscula como su equivalente de ámbito nacional, Defensor del Pueblo. También podremos escribir a lo largo del texto "el defensor del pueblo valenciano", "el defensor del pueblo vasco", etcétera, aunque en minúsculas. Es así porque estas instituciones no tienen por denominación oficial su traducción al castellano, a diferencia del Defensor del Pueblo español, el cual, por cierto, deberá escribirse siempre en mayúsculas por coincidir el cargo con el nombre propio de la institución. En los citados casos autonómicos, en general, se deberá explicar: "el Ararteko (defensor del pueblo vasco)". Similar fórmula aplicaremos para el Síndic de Comptes y similares.

Escribiremos, del mismo modo, conseller en cap o conseller primer, mejor que su traducción al castellano: consejero primero o consejero jefe.

Será excepción el nombre de las consejerías y/o departamentos de comunidades con lengua propia. Sería estilísticamente inapropiado escribir, en este caso en catalán, Conselleria de Bienestar y Vivienda. Lo adecuado sería una traducción completa: Conselleria de Benestar i Habitatge, pero no es común, ni tampoco podría entenderse bien en ámbitos lingüísticos no catalanes. Así que en Servimedia establecemos esta **excepción: la denominación completa de las consejerías y departamentos de autonomías con otra lengua oficial se castellanizará** por completo ("Consejería de Bienestar y Vivienda"), aunque podremos escribir el "conseller valenciano de Vivienda" o conselleria a solas. También parece más corriente escribir Estatuto de Cataluña que Estatut de Catalunya.

En el caso de los consejos insulares/consells insulars en Baleares, órganos que equivalen a las diputaciones (o cabildos en Canarias) en el resto de provincias, respetaremos su grafía catalana. Así, Consell Insular de Mallorca y Consell Insular de Menorca, pero Consell Insular de Ibiza y Formentera (y no Consell Insular de Eivissa i Formentera, menos extendida). Podremos escribir Gobierno de Aragón o su equivalente Diputación General de Aragón, como Xunta de Galicia, pero no Junta de Galicia, o Generalidad de Cataluña,

pero sí Generalitat de Cataluña. Tampoco es correcto referirnos a la Comunidad Valenciana como País Valencià. Preferible será escribir Gobierno vasco que de las Vascongadas o de Euskadi. Mejor Gobierno de Navarra o Comunidad Foral que de Nafarroa. Parlamento vasco por Eusko Legebiltzarra y Les Corts Valencianes (su nombre propio) como las Cortes valencianas; también Parlamento valenciano.

Por su parte, independientemente de su carácter cooficial, en Servimedia **los términos geográficos se escribirán en castellano** (Ej. La Coruña en vez de A Coruña, Elche en vez de Elx, Cataluña por Catalunya, País Vasco por Euskadi), salvo que, por razones de origen y/o de tradición no sea correcta su traducción. Por ejemplo: Hospitalet de Llobregat (nunca escribiríamos Hospitalito de Lobregado).

Respecto a los **nombres y apellidos, se respetará, en general, la grafía vernácula** (Garaikoetxea y no Garaicoechea).

En otros casos, se hará lo propio por deseo del interesado que prefiera ser llamado Jordi Pujol y no Jorge Pujol, o Josep Piqué y no José Piqué. Algunos apellidos en catalán, como en castellano, integran un guión que habrá de ser respetado: Josep Lluís Carod-Rovira, o una i latina, como Josep Antoni Duran i Lleida.

Lo mismo haremos en materia de acentuación. Así, no acentuaremos Artur Más (confundiéndolo con un adverbio de cantidad, por ejemplo), pues el apellido Mas en catalán no es acentuable. En el caso vasco las dudas son menores, pues ningún nombre o apellido escrito en euskera se acentúa. Por ejemplo, el apellido Lasagabaster, que tiende a acentuarse. Diferenciamos Ertzaintza (Cuerpo de la Policía Vasca) de ertzaina, policía vasco.

En resumen, como regla general, los apellidos se escribirán según sea el deseo del interesado, habrá Goicoechea y Goikoetxea, Peio y Pello, losu y Josu, Ezquerria y Ezkerra, etcétera, dependiendo de la preferencia de la persona en cuestión. Otra norma en materia de apellidos es que no existen normas ortográficas. Por ejemplo, hay quien se apellida Feijoo y quien Feijóo (ver acentuación, cap. 7.1).

## 6.8 Modo de escribir las horas

Cuando se escriba con número se separará con punto:

Tarde: de 13.00 a 20.00 horas

Noche: de 21.00 a 00.00 horas

Madrugada: de 00.00 a 04.00 horas

Mañana: de 05.00 a 12.00 horas

Las 12.00 horas equivalen a mediodía

Las 00.00 horas equivalen a medianoche

## 6.9 Preposición latina ex

Se escribirá separada del sustantivo y sin guion (ex presidente). En los casos de cargos, sólo se empleará sobre personas vivas (el ex presidente José María Aznar). Resulta desacertado escribir: el ex presidente John F. Kennedy, pues éste era presidente, y no ex, cuando fue asesinado. Siguiendo la acertada recomendación de José Luque<sup>3</sup>, reservamos el ex para las personas vivas.

## 6.10 Ministerio del Interior

Algunos periodistas se preguntan por qué si el Ministerio de Sanidad se escribe así, y no Ministerio de la Sanidad, qué razón respalda el que el Ministerio del Interior se escriba así y no de Interior. La razón es bien sencilla: así se define el propio Ministerio, como del otro modo lo hace el de Sanidad, o el Ministerio "de" Fomento, y no "del" Fomento, etcétera.

Ocurre, por contra, que la Consejería de Interior del País Vasco opta por el "de" y no el "del". Así lo fija esta institución.

---

<sup>3</sup> "Crónicas del Español Urgente 'Luquesinas'".

## 6.11 Medios de comunicación

En la mención a otros medios de comunicación respetaremos su **denominación original**. En el caso de nombres que pueden escribirse con o sin siglas usaremos preferentemente la primera opción. Aplicaremos las reglas fijadas para siglas ("...declaró a la SER", y no "...declaró a la Ser"), sin olvidar la tendencia citada en el capítulo 6.5.

Cuando se recojan declaraciones de otros medios de comunicación sólo se citará éste y no el nombre del programa.

La denominación de algunos medios plantea dudas, algunas de las cuales se resuelven aquí:

- Se escribe **Canal +**, y no Canal Plus
- Se pueden escribir indistintamente **TVE 1** o **La Primera**, aunque es preferible la primera opción. En general, sea cual sea el canal, citaremos de modo genérico a **TVE**.
- Los nombres de medios impresos se escribirán entre comillas (**"El País"**, **"El Mundo"**, **"La Gaceta de los Negocios"**, **"Tiempo"**)
- **Antena 3**, y no A3TV o Antena Tres
- **Popular TV**, y no Popular Televisión
- **Onda 6**, y no Onda Seis
- **laSexta**, y no la 6 o La 6ª
- **Cuatro**, y no La Cuatro
- **LaOtra**, y no La Otra
- **Canal Nou** o **Canal 9**
- **IB3 Televisió**
- **Radio Euskadi** no es lo mismo **Euskadi Irratia**

## 6.12 Nuevas tecnologías

El vocablo **web** se escribirá sin comillas. La RAE lo ha aceptado sin condiciones. Su plural es webs. El nombre de la web en cuestión se entrecomillará: "**www.servimedia.es**", no así cuando vaya entre paréntesis (www.servimedia.es). **Red** o **Internet** se escribirán con mayúsculas; "**e mail**", aunque es un extranjerismo, se escribirá excepcionalmente entre comillas y sin guion, aunque es preferible sustituirlo por correo electrónico. La misma regla es aplicable a "**on line**".

**Bit** no es lo mismo que **byte**: Bit (bits en plural) es la unidad mínima de información; byte (bytes) es una unidad de medida en informática, que está formada por bits.

## 6.13 Terrorismo

Intentemos desterrar expresiones como la de "ejecutados", "cárcel del pueblo", "impuesto revolucionario", "comandos terroristas" (no así cuando sea nombre propio, como "comando Donosti"), que conllevan una carga propagandística que beneficia a los terroristas y la organización que representan, sin olvidar las reminiscencias románticas que para muchos supone este tipo de actividad criminal. Por tanto, no las empleemos.

Como sinónimos de una **banda terrorista** como ETA pueden emplearse definiciones como **organización criminal**, **organización terrorista** o **banda criminal**. En ningún caso "organización" a secas o "banda armada". Igual criterio para el resto de organizaciones terroristas.

Admitiremos, por cuestiones prácticas y de economía periodística, el término **kale borroka**, aunque no abusemos de él. La traducción textual de kale borroka del euskera al castellano es 'lucha callejera'. Aunque, ciertamente, esta expresión es propia del argot que se emplea en el ámbito terrorista y de quienes lo apoyan, como aquellas otras citadas anteriormente, que en Servimedia descartamos, en este caso su uso frecuente en castellano

ha difuminado su significado originario, lo que impide pensar que quien lo emplea está asumiendo que esta violencia en el País Vasco es una "lucha", algo heroico.

A ello se suma el hecho de que la reforma legal llevada a cabo en los últimos años tipificó claramente que la kale borroka es un tipo de terrorismo, concretamente terrorismo callejero.

## **6.14 Cajas de ahorros**

La entidad financiera "la Caixa" se escribirá siempre entre comillas y el artículo en minúscula, salvo en titular, porque ése es su nombre. La Caja de Ahorros de Baleares podrá escribirse también "Sa Nostra". Cuando nos refiramos a la Comunidad de Madrid, no usaremos las siglas CAM, que sólo emplearemos para referirnos a la Caja Mediterráneo, que tiene registrada esa marca.

## **6.15 Estado**

En expresiones como Estado de derecho, Estado de bienestar, etcétera, se escribirá Estado en mayúscula y el resto en minúscula. Como regla general, cuando Estado se refiera a un país se escribirá en mayúscula para distinguir ésta de la otra acepción del término (estado de la situación). Igual ocurrirá en plural. Por ejemplo: "Los Estados europeos han acordado...".

## **6.16 Personalidad**

Aunque una de las definiciones académicas de la palabra personalidad (persona de relieve, que destaca en una actividad o en un ambiente social) es lo suficientemente ambigua como para poder aplicarla, si así se desea, al 99% de los seres humanos, sería conveniente restringir su uso

para referirse sólo a personas muy destacadas fundamentalmente de la política y la cultura

## **6.17 El uso del "nuestro"**

La función del redactor de una noticia es contar lo que ocurre, sin comprometerse en el texto. Por lo tanto, una expresión del tipo "nuestro país" no tiene cabida. Esto queda muy claro cuando se lee una información en un país que no es España, puesto que obliga al lector a averiguar cuál es el país del autor del texto. Por ejemplo, en una noticia fechada en París se dice "estuvieron los ministros de Alemania, del Reino Unido, de Francia y de nuestro país", ¿cuál es "nuestro país" para el lector?

## **6.18 Organizar y celebrar**

Con demasiada frecuencia se utilizan como si fueran sinónimos y no lo son. Organizar es una actividad previa a celebrar.

Por ello, es correcto decir que "una serie de partidos y sindicatos han decidido organizar una manifestación para el día...". Pero llegado ese día y celebrada la marcha, no se puede decir: "Una serie de partidos y sindicatos organizaron hoy". Lo correcto, en este caso, sería "celebraron o desarrollaron".

## **6.19 Plurales de siglas**

Regla de oro: las siglas no tienen plural. En Servimedia se escribirán sin la "s" minúscula final siglas de uso reciente como ONG, DVD, CD, PAU, etc. (y no ONGs, CDs, DVDs,...). Aunque la Academia ya admite la castellanización de algunas de estas siglas (cedé –preferible disco compacto–, deuedé, cederrón por CD-ROM, etcétera), optaremos por CD, DVD, etcétera.

## 6.20 Pleno

La palabra "pleno", en su acepción de "reunión o junta general de una corporación", la escribiremos en minúscula cuando vaya sola, y en mayúscula cuando lo haga acompañada:

- Pleno del Ayuntamiento, Pleno del Congreso, etcétera
- ...aprobado por el pleno; además, el pleno acordó...
- en la sesión plenaria se acordó, el Ayuntamiento en pleno...

## 6.21 A nivel de

Es una expresión que no debe emplearse. Por aproximación, el Diccionario panhispánico de dudas apunta el uso de "al nivel de" o "a nivel estatal", por ejemplo, siempre que se ajuste a los significados de altura o de categoría o rango, en cada caso. Así, "volamos al nivel del cielo" sería correcto, como también "La medida se adoptó a nivel estatal" (rango estatal). De igual modo, debe escribirse "al nivel del mar" y no "a nivel del mar".

## 6.22 Anti

Como prefijo no se separa nunca de la palabra que altera, ni tampoco se pone guion. Por ejemplo, "antifranquistas", en vez de "anti franquistas" o "anti-franquistas". Será excepción cuando preceda a siglas (anti ETA o anti Logse), válido en titulares, aunque en el cuerpo de la noticia mejor será escribir contra (contra ETA o contra la Logse).

## 6.23 A raíz de

Suele emplearse en el sentido de "debido a", pero significa "inmediatamente después de".

## 6.24 Calles, plazas

Escribiremos calle de Alcalá, por calle Alcalá o C./ Alcalá; igual que paseo de la Chopera o plaza de Cibeles. Hay excepciones que se resuelven, sin embargo, con el sentido común, el conocimiento o la historia de la propia calle. Así, cuando el nombre de la calle sea un adjetivo calificativo del tipo "calle Bonita", no sería correcto, pese al criterio que nos hemos fijado, escribir "calle de Bonita", a no ser que la vía esté dedicada a un personaje de apellido Bonita.

Similar sería el caso de "calle Mayor", que casi todas las poblaciones incluyen en sus callejeros. Escribir "calle de Mayor" o "calle del Mayor" sería como hablar de otras calles, por ejemplo dedicadas a un célebre militar local, a alguien apellidado Mayor, o sencillamente al conjunto de las personas mayores a modo de homenaje. Desvirtuaríamos su significado siendo estrictos. Por otra parte, se escribirán en mayúscula los cargos: "calle del General Pardiñas"

La numeración será del siguiente modo: en la calle de Alcalá, 46, aunque también: en el número 46 de la calle de Alcalá.

## 6.25 Consejo de Administración

Consejo de Administración, siempre en mayúscula, como Consejo de Gobierno de Murcia, Consejo de Ministros, Consell valenciano, Consell de la Generalitat de Cataluña, etcétera.

Cuando se cite ("...según aprobó el Consejo") irá en mayúscula.

## 6.26 Administraciones

Escribiremos Administración con su primera letra en mayúscula cuando se refiera a la organización interna de un país, pero no su plural, administraciones. Por ejemplo, "...según acordó la Administración española"; "la Administración territorial prevé...", etcétera. Por supuesto, cuando sea nombre propio, como Administración General del Estado.

La fórmula sirve para el resto de instituciones posibles, como Ayuntamiento, que siempre irá en mayúscula cuando vaya acompañado del nombre del municipio, como Ayuntamiento de Madrid, o en elipsis ("...según el Ayuntamiento"), pero no su plural ("...acordaron los ayuntamientos"). La misma regla se aplica para sus sinónimos Corporación o Consistorio, para Ministerio, Gobierno, etcétera. Así, escribiremos Gobierno (o Ejecutivo) de la Nación, Cabildo Insular, Consell Insular, Diputación Provincial, ...pero gobiernos, cabildos, consells, diputaciones, etcétera.

## 6.27 Justicia

Existen dudas sobre cuándo emplear el vocablo "justicia" con mayúscula o minúscula. Debe utilizarse este término con mayúscula cuando nos referimos a la Administración de Justicia, es decir, al sistema judicial. Sería en minúscula cuando aluda al valor justicia, como podría ser el honor o la solidaridad. Así, cuando hablamos, por ejemplo, de "hacer justicia", sería con minúscula, ya que nos referimos al valor y no al sistema judicial.

Por otra parte, no hagamos sinónimo el adjetivo **convicto** de los sustantivos **preso**, **reo** o **presidiario**. Como tampoco olvidemos que un convicto es un preso a quien legalmente le ha sido probado la comisión de un delito, independientemente de que lo haya admitido o no.

Del mismo modo tengamos en cuenta que veredicto, sentencia y fallo no son la misma cosa. Siendo tres partes de un mismo proceso, **veredicto** sería dictado por un jurado popular, la **sentencia** correspondería al juez de acuerdo con ese veredicto, quien finalmente dictaría el **fallo**, "la parte de la sentencia que se constituye en el pronunciamiento decisivo o imperativo con el que el juez la concluye".

Amnistía no es lo mismo que indulto. **Amnistía** es "*disposición general con que el Estado renuncia a aplicar la pena correspondiente a determinados delitos que se darán por extinguidos*" (la amnistía tras la muerte del dictador Francisco Franco por el delito de asociación ilícita a partidos políticos, por ejemplo,

pues tal hecho dejó de ser punible), mientras que la *"condonación total o parcial de una pena a un condenado"* es un **indulto**.

Un juez no siempre es un magistrado. Juez es *"funcionario perteneciente a la carrera judicial, único investido de autoridad para juzgar y hacer ejecutar lo juzgado"*. Magistrado es un *"miembro de los tribunales colegiados"*, y en su tercera acepción la RAE señala que es *"miembro de una sala de Audiencia Territorial o Provincial, o del Tribunal Supremo de Justicia"*.

## 6.28 Puso de manifiesto

Es mejor decir manifestó.

## 6.29 Nombres de edificios públicos

Escribiremos palacio de la Moncloa, y no Palacio de la (o La) Moncloa, aunque sí La Moncloa, a secas. Las mismas reglas se aplicarán para palacio de la Zarzuela y otros similares. También, basílica de San Francisco el Grande (y no Basílica de...), iglesia de ..., catedral de...

## 6.30 Edad

Como criterio general:

- Serán considerados bebés los menores de 1 año de edad
- Niños, entre 1 y 12 años
- Joven y adolescente, entre 13 y 18 años
- Hombre y mujer más de 18 años

## 6.31 Medidas

Escribiremos "centímetros", "litros" o "kilogramos" y no "cm.", "l." o "kg." (será mejor 5 metros que 5 m.). Así mismo, centímetros cuadrados, por cm<sup>2</sup>;

hectómetros cúbicos, por hm<sup>3</sup>, etcétera. La excepción será cuando configuremos tablas o cuadros estadísticos. Se escribe con acento centígrado y centímetro, pero sin él centígrado y centilitro. De igual modo, con acento decámetro pero decalitro y decagramo. Con acento milímetro, pero miligramo y mililitro.

## 6.32 Letra voladita

Escribiremos María José, y no M<sup>a</sup> José, aunque 21<sup>o</sup> Congreso del PP, como también 17<sup>a</sup> Bienal Internacional del Deporte.

## 6.33 Números

Del 0 al 9 se escribirán en letra y desde el 10 en adelante en guarismo: "nueve niños fueron amonestados"; "14 niños fueron amonestados", y mejor "9 de cada 12 niños fueron amonestados" que "nueve de cada 12 niños fueron amonestados".

Los quebrados siempre se escribirán en letra: Dos tercios por 2/3.

## 6.34 Teléfonos

Los números de teléfono los escribiremos de este modo:

91 391 39 31

971 25 66 80

629 26 85 32

## 6.35 Porcentajes

Se usará el signo % en informaciones económicas, y en aquellas en las que su uso sea profuso (encuestas, resultados electorales). En el resto se escribirá

% o por ciento. En ningún caso, en la misma información, se alternarán ambos. Por ejemplo, es incorrecto escribir "El 15% de los frutales se han estropeado frente al tres por ciento de verduras".

### 6.36 "Tercer Mundo"

Esta expresión fue acuñada en 1952 por el economista Alfred Sauvy, para aludir a aquellos países que no pertenecían ni al bloque comunista ni al occidental, en el contexto de la Guerra Fría. Dado que esta etapa de la Historia ha sido superada, resulta más correcto hablar de **países en vías de desarrollo**.

### 6.37 Términos comodín

Se recurre a verbos del tipo *realizar*, *provocar*, *iniciar*, *efectuar*, que no ayudan a enriquecer el idioma porque en la mayoría de los casos pueden sustituirse por otros más apropiados. Sobre todo destaca el verbo *realizar* que bien se une a un complemento (realizar la identificación, realizar un recuento) o se utiliza en lugar de otros más apropiados como hacer, desarrollar, llevar a cabo, diseñar, presentar...

Ej. "El miércoles se realizará el recuento de votos..."

Mejor no usar el verbo comodín *realizar* y sustituirlo por otro más adecuado como:

Ej. "El miércoles **se llevará a cabo** el recuento de votos."

### 6.38 Ausencia del artículo

Por influencia del inglés se suprime el artículo delante del nombre de instituciones (Naciones Unidas), partidos políticos (PP, PSOE).

Ej. "La Organización de *Naciones Unidas* para la..."

"Los dos grandes partidos nacionales, *PSOE* y *PP*, tienen ya..."

En estos dos ejemplos se produce una supresión incorrecta del artículo delante del nombre de un organismo. Debiera escribirse:

"La Organización de **las Naciones Unidas...**"

"Los dos grandes partidos nacionales, **el PSOE y el PP...**"

# 7 ■ Ortografía y Gramática

Existen dos premisas imprescindibles:

- No emplear jamás una palabra que uno mismo no entienda perfectamente.
- Respetar la estructura habitual de la frase: sujeto + verbo + predicado.

## 7.1 Acentuación

- La "h" muda colocada entre dos vocales no impide la formación del diptongo (sahu-me-rio; de-sahu-cio). Por ello, cuando alguna de las vocales deba ir acentuada, se pondrá la tilde como si la "h" no existiera. Por ejemplo: vahído, búho, prohíben.
- Las palabras terminadas en -ay, -ey, -oy, -uy, no llevan tilde (virrey, Uruguay, convoy).
- Los infinitivos de los verbos terminados en -uir no se tildan (contribuir, huir, construir, concluir).
- Las formas verbales fue, fui, vio, dio no llevan tilde, de acuerdo con la regla general de acentuación de los monosílabos.

- La preposición "a" y las conjunciones "e", "o", "u" no llevan tilde. La única excepción la constituye la conjunción "o" manuscrita, cuando va entre números, para que en lugar de 3 ó 4 no se lea "304". Aunque no es obligatorio hacerlo, en Servimedia sí la acentuaremos.
- Los adjetivos demostrativos este, ese, aquel... no se acentúan, salvo cuando ejercen como pronombre. Señala Manuel Seco<sup>(1)</sup>: *“Como pronombres, tradicionalmente se escriben con tilde las formas masculinas y femeninas: ‘eligió aquélla’, ‘que venga aquél’. Pero esta acentuación gráfica, que no tiene justificación fonética ni semántica, en cuanto forma de diferenciación en cuanto al adjetivo, y si estrictamente gramatical, es innecesaria y ha dejado de ser obligatoria”*. La Academia, por su parte, indica que sólo será obligatoria su acentuación cuando la frase presente tal grado de ambigüedad que conduzca al error, como en el siguiente ejemplo:

¿Por qué compraron aquéllos libros usados? (siendo aquéllos sujeto de la oración)

¿Por qué compraron aquellos libros usados? (siendo aquellos adjetivo demostrativo)

Se elija la opción que se desee, hay que tener claro que los neutros en singular, es decir, esto, eso y aquello, aunque en su función sustituyan al nombre, nunca se acentúan.

Por contra sí se acentuarían sus plurales éstos, éstos y aquéllos en esa función. La RAE entiende que los pronombres esto, eso y aquello no pueden ser confundidos en ningún caso con adjetivos: Nunca se dice "esto coche" o "aquello teléfono", pero sí puede decirse "estos teléfonos" y "de todos los teléfonos, quiero éstos".

---

<sup>1</sup> "Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española".

Otro error frecuente es acentuar: "...según Juan. Éste último dijo que". En este caso, "este" funciona como adjetivo de último. Deberá escribirse: "Este último dijo que...".

- Las medidas de longitud derivadas de metro llevan tilde. Por ejemplo, milímetro, centímetro, kilómetro, miriámetro.
- Las medidas de capacidad y peso no llevan tilde: litro y sus derivados decalitro, mililitro; gramo y sus derivados decigramo, kilogramo.
- La combinación "ui" se considera siempre como diptongo y sólo llevará tilde cuando lo exija la pronunciación. Por ejemplo, jesuita o casuista no llevan por ser palabras llanas. Jesuítico o casuístico, sí, por ser esdrújulas, así como benjuí o construí, por ser agudas.<sup>(2)</sup>
- Los infinitivos terminados en -eír llevan tilde (reír, freír, engreír).
- Las locuciones latinas se tildan de acuerdo con las reglas ortográficas de la acentuación española. (Por ejemplo, accésit, delírium tremens, hábeas corpus, hábitat, ídem, ínterin, ítem, memorándum, per cápita, quórum, sui géneris, tándem). No en vano, ya son palabras castellanas.
- No se acentuarán las palabras que acaben en "oo". Dos vocales iguales forman siempre hiato. (ej. Feijoo y Campoo). Excepción conocida: Alberto Núñez Feijóo, político gallego del PP.
- El pronombre "ti" nunca se acentúa. Por contra, sí se acentúa el pronombre "mí". Se escribirá, por tanto: "eso me lo has dado a mí", "eso te lo han dado a ti". Es así porque "mi" puede ser adjetivo y pronombre, pero "ti" sólo pronombre. Se puede escribir "mi coche" pero no "ti coche", sino "tu coche".

---

<sup>2</sup> En este caso de diptongo, es frecuente e incorrecto acentuar palabras que terminen en "uido", particularmente los participios, como construido, atribuido, etcétera.

- Guion o Guión: La RAE prefiere no acentuar este monosílabo, aunque puede hacerse.
- Deben escribirse sin tilde una serie de onomásticos y patronímicos, de origen catalán, que terminan en -iu o -ius, como son Arderius, Codorniu, Feliu, Montoliu, Riu, Rius, Viu. Excepción conocida: la marca registrada de cava Codorníu.
- Acentuación de palabras compuestas: Sin guión, se acentuará solamente la segunda o última palabra, si le corresponde según las reglas de acentuación (craneoencefálico, asimismo). Con guión, cada palabra llevará acento si le corresponde (físico-químico). Acabadas en -mente, se acentuará la primera palabra del compuesto, sólo si ya llevaba tilde cuando no formaba parte de la unión (fugazmente, estilísticamente). En las palabras compuestas por una forma verbal y un pronombre, como norma general los verbos conservan su acentuación, aunque según las normas tuvieran que perderla (está + te = estáte). Por último, cuando el resultado de añadir un pronombre a un verbo es una palabra esdrújula, la nueva forma verbal llevará acento (cójelos).

## 7.2 Adonde, a donde

Se dirigió a una cafetería a donde...". En esta ocasión debió escribirse "adonde". Recuerda Arturo Ramoneda <sup>(3)</sup> que, "aunque no siempre se respeta escrupulosamente esta norma, debe emplearse adonde cuando en la oración figura su antecedente", en este caso cafetería. "A donde" se reserva para cuando no está presente en la oración su antecedente: "Nos dirigimos a donde no haya peligro", por ejemplo.

---

<sup>3</sup> "Manual de estilo: guía para escribir mejor".

## 7.3 Alias

Según la Academia, el artículo que suele anteceder a los alias debe escribirse en minúscula inicial (Ejemplo: José Sousa, alias "el Tronco"). También podremos escribir Francisco Hernando "El Pocero".

## 7.4 Aún y aun

Cuando significa todavía, aún se acentúa (Aún no me lo creo), pero no cuando se puede cambiar por incluso (Aun así no me lo creo).

## 7.5 Concordancias

La RAE se muestra ciertamente flexible en esta cuestión. En el caso de porcentajes, el verbo puede concordar bien con el porcentaje (en este caso iría en singular) o con el todo al que se refiere el porcentaje (iría en plural). Ejemplo: "El 10% de los españoles piensa..." o "El 10% de los españoles piensan...". Alex Grijelmo<sup>4</sup>) dice que aun en los casos en que habría de emplearse el singular de acuerdo con lo que sería una norma no escrita, *"el plural se recomienda en casos que podrían resultar un tanto chuscos"*, como sería éste: "El 15% de las mujeres del barrio está embarazado". Habría, pues, de escribirse, por un mejor estilo: "El 15% de las mujeres del barrio están embarazadas". Es incorrecto escribir "2 de cada 3 diputados *puede* votar..."; será "2 de cada 3 diputados *pueden* votar...".

En lo relativo a la concordancia de género entre sustantivo y adjetivo, predominará el masculino sobre el femenino: "Los claveles y las rosas están ahora muy escasos". Se pondrá en plural el adjetivo que corresponda a dos o más sustantivos, aunque éstos vayan en singular: "Encontré la puerta y la ventana cerradas".

---

<sup>4</sup> "El estilo del periodista".

Cuidado con "El presidente, acompañado de varios ministros, asistieron al Pleno del Congreso". Debió escribirse asistió, o del modo: "El presidente y varios ministros asistieron al Pleno del Congreso".

## 7.6 Condicional

No debe utilizarse en ningún caso el llamado "condicional del rumor", como en los casos siguientes: "El Gobierno (estaría) dispuesto a entablar nuevas negociaciones con ETA" o "Se calcula que unas veinte personas (habrían) sido detenidas".

Ha de evitarse este condicional por ser ajeno a nuestra lengua (es un galicismo) y debe sustituirse por construcciones del tipo: "El Gobierno parece estar dispuesto (a cambio de 'estaría') a entablar nuevas negociaciones con ETA".

En materia de condicionales hemos de tener especial cuidado con una fórmula de expresión cada vez más extendida pero, no por ello, incorrecta. Nos referimos a la confusión en la que habitualmente incurrimos a la hora de hacer uso del potencial y/o condicional en una oración. Lo veremos en el siguiente ejemplo: "Gallardón cree que hubiera sido 'malo' que no hubiera cedido el Ayuntamiento al Consejo de Ministros".

El problema aquí no radica tanto en la repetición de la forma verbal "hubiera" en la misma oración –por otra parte nada estética– como en el mal uso del potencial y el condicional al que nos referíamos. La oración correcta es: "Gallardón cree que habría sido 'malo' que no hubiera cedido el Ayuntamiento al Consejo de Ministros".

## 7.7 Comillas

Se utilizan para las citas y palabras (declaraciones) recogidas textualmente en el artículo, los neologismos, las palabras o grupos de palabras de las que se quiere subrayar el carácter popular o el sentido desacostumbrado y los vocablos ex-

tranjeros sin equivalente en castellano, a excepción de lo que se establece en el capítulo sobre el estilo de Servimedia, y los nombres de las publicaciones (títulos de libros, periódicos, informes, estudios, etcétera).

Cuando una frase deba entrecomillarse dentro de otra mayor entrecomillada, la primera irá con comillas simples ('), también llamadas comitas.

## 7.8 Conque, con que y con qué

"Conque" equivale a "de modo que".

"Con que" equivale a "con el cual o la cual".

"Con qué" tiene siempre sentido interrogativo o exclamativo.

## 7.9 Deber, deber de...

- Deber + infinitivo denota obligación: El contable debe ser honrado (esto es, tiene la obligación de ser honrado).
- Deber de + infinitivo denota suposición, conjetura o creencia: El contable debe de ser honrado (que equivale a creo, supongo, que el contable es honrado).

Aunque es antigua la confusión entre ambas construcciones, siendo hoy muy frecuente en el habla corriente oral y escrita, la Real Academia recomienda mantener la diferencia entre la expresión de la suposición (deber de) y de la obligación (deber).

## 7.10 Dos puntos

En las noticias de agencia se emplearán, fundamentalmente, para:

- a) Anunciar una cita literal en estilo directo (Aznar dijo: "No voy a decir nada").
- b) Anunciar una enumeración (El PSOE alega dos razones para no acudir: la falta de tiempo y el frío).

## 7.11 Entorno y en torno

Entorno (junto) alude a ambiente, lo que rodea, mientras que en torno (separado) equivale a alrededor de, sobre, acerca de...

## 7.12 Género

Puede generalizarse el empleo del femenino en nombres de cargos desempeñados por mujeres: la catedrática, la abogada, la ministra, la jueza, la fiscal, etcétera. Grijelmo cree que "se fuerza" la lengua con fiscal, concejala, jueza, como tampoco escribimos o decimos edila o cancillera. Sin embargo, la Real Academia ya recoge todos estos femeninos. Además, ya son frecuentes en la redacción periodística, pero también en el uso social. En el ámbito militar, el Panhispánico de Dudas aún es prudente y señala que "no son normales" los usos de capitana, tenienta, generala o sargenta —pese a que las dos primeras voces las recoge la última edición del Diccionario de la Academia—, motivo por el que no los recomienda y aconseja el uso común en cuanto a género: "la capitán", "la sargento", "la general", etcétera.

Por otra parte, en ocasiones surgen dudas sobre el género de palabras como "eximente" o "agravante". El Diccionario panhispánico de dudas resuelve que valen los dos: "Cuando estos adjetivos se sustantivan, pueden hacerlo en masculino o en femenino, dependiendo del género del sustantivo que se supone elidido".

Así: "el (factor, elemento, etcétera) agravante/eximente"; "la (circunstancia, razón, etcétera) agravante/eximente". En ambos casos será preferible su uso en femenino en el lenguaje jurídico (la agravante, la eximente).

## 7.13 Gerundio

El gerundio puede complementar al sujeto de una oración ("el árbitro, viendo que no habían acudido los jugadores, suspendió el partido"). Para que esto ocurra, es preciso que la oración que introduce el gerundio vaya entre pausas con un carácter meramente explicativo. Si esto no es así, y en la oración del gerundio se

desarrolla la acción principal, su uso es incorrecto, como se indica en el siguiente ejemplo: "Despegó un avión llevando turistas ingleses". Asimismo, es incorrecto el gerundio de posterioridad ("Se derrumbó un edificio, pereciendo tres personas". "Se sometió a votación la propuesta, aprobándose por unanimidad").

Otras incorrecciones son: "Hablamos con el portero, indicándonos que no estaba" (quien nos indicó). "Detuvieron un camión transportando explosivos" (que transportaba).

De igual modo, ha de evitarse el llamado gerundio del Boletín Oficial del Estado (BOE), como se indica en el siguiente ejemplo: "Hoy se aprobó un decreto regulando la exportación de vinos". (Qué fácil es en este caso escribir "...un decreto que regula...", o mejor, "...por el que se regula...").

También hay que descartar el anglicismo "estar siendo + participio", como por ejemplo: "Este tema está siendo estudiado por los estudiantes", lo que puede sustituirse dando un giro adecuado a la frase: "Los estudiantes están estudiando este tema" o, sencillamente: "los estudiantes estudian este tema".

## **7.14 Interrogación**

Tanto las admiraciones como las interrogaciones no van seguidas de punto, pero sí pueden ir acompañadas de coma o de punto y coma ("¿Qué dijo antes de confesarse? Nadie lo sabe").

## **7.15 Kilómetros por hora**

No son pocos quienes, por una razón desconocida, se ahorran la preposición por y escriben: kilómetros hora. Se admite, en todo caso, kilómetros/hora, aunque siempre será preferible hacer uso del por.

## **7.16 Leísmo, laísmo, loísmo**

Se llama leísmo al uso de "le" o "les" para sustituir al objeto directo. Por ejemplo en los casos siguientes: "Ayer le vi en el parque"; "le comunicó que no

podía recibirle". La abundancia del leísmo en la lengua culta y literaria obligó a la Real Academia a admitirlo o tolerarlo sólo cuando se refiere a personas de género masculino, aconsejando que se mantenga la distinción etimológica entre "le" y "lo". En los casos citados se toleraría tal empleo, pero sería mejor decir: "Ayer lo vi en el parque", "le comunicó que no podía recibirlo".

Es absolutamente incorrecto, en cambio, el leísmo referido a animales o cosas:

Incorrecto: "se enfureció el toro y el torero no podía dominarle".

Correcto: "se enfureció el toro y el torero no podía dominarlo".

Incorrecto: "se le había perdido el reloj y no podía encontrarle".

Correcto: "se le había perdido el reloj y no podía encontrarlo".

## 7.17 Ordinales

No existen los supuestos ordinales decimoprimeros (por undécimo) y decimosegundo (por duodécimo). La relación correcta, expuesta aquí para una consulta rápida, sería la siguiente:

primero,

segundo,

tercero...

...décimo,

undécimo,

duodécimo,

decimotercero<sup>(5)</sup>

decimocuarto,

---

<sup>5</sup>No son pocas las ocasiones en que acentuamos "décimotercero", y sucesivos ordinales a partir de éste. Es un error, por cuanto, si bien la palabra "décimo" lleva el acento en la "e", cuando es compuesta el acento recae sobre la segunda palabra, en este caso "tercero", que, por ser palabra llana, no lleva tilde, aunque el golpe de voz se da en "tercero". En el Diccionario de la Real Academia de la Lengua no existe el vocablo "decimotercer" pero, en casos como éste: "Entregado el decimotercer premio a..." no podemos escribir "decimotercero premio". La RAE nos dice al respecto que "Tercero y sus compuestos (decimotercero, etc.) se apocopan en Tercer cuando se antepone al sustantivo al que modifican: decimotercer premio".

decimoquinto...  
...decimonoveno,  
vigésimo (a partir de aquí se separan las palabras),  
vigésimo primero  
trigésimo primero...  
...sexagésimo primero (incorrecto "sexuagésimo")...  
...centésimo (100),  
ducentésimo (200),  
tricentésimo (300),  
cuadrigentésimo (400),  
quingentésimo (500),  
sexcentésimo (600),  
septingentésimo (700),  
octingentésimo (800),  
noningentésimo (900) y  
milésimo (1.000).

Importante: Constituye un grave error utilizar los partitivos en lugar de los ordinales y hablar, por ejemplo, de "la onceava edición de un libro". Habrá de escribirse "la undécima edición...". Jamás la decimoprimer edición, palabra que no existe.

## **7.18 Paréntesis**

Proporcionan una aclaración, una explicación, un recordatorio. No abusemos de ellos en un mismo texto.

## **7.19 Plurales de números**

Cuando se haga referencia a millones o a billones de euros, las cifras se escribirán de la siguiente forma: cien millones, 1.237 millones, 1,67 billones,

seis billones, etcétera. Los números redondos se entienden mejor cuando se escriben con letras. Por esa razón, se escribirán con cifras, o con una combinación de cifras y letras (sólo en el caso de millones y billones), los números largos o complicados:

Incorrecto: un millón quinientos cincuenta y nueve mil.

Correcto: ciento veinte millones o 120 millones.

## 7.20 Porque, porqué, por que, por qué

Destaca, por su frecuencia, la escritura incorrecta de la conjunción "porque". Las siguientes reglas nos ayudan a discernir cuándo va junto, separado, acentuado, etc.

Porque: cuando podamos sustituirlo por "ya que", "puesto que", "como quiera que". Ejemplo: "No voy porque no me han invitado".

Porqué: puede sustituirse por "motivo" o "causa". Va siempre precedido por un determinante. Ejemplo: "No nos dijo el porqué de su enfado".

Por que: equivalente a "el cual", "la cual", "los cuales", "las cuales". Entre la preposición "por" y el relativo puede intercalarse el artículo. Por ejemplo: "Ignoro el motivo por (el) que ha vuelto". También puede expresar finalidad. Por ejemplo, "Se esforzó por que todo saliera bien".

Por qué: sólo se usa para formular preguntas. Este "por qué" nunca debe llevar el artículo delante, como sí ocurre con el "porqué".

## 7.21 Post y pos

Se puede hacer uso tanto del "pos" como del "post" (posgrado o postgrado), aunque será preferible hacer uso del "pos" cuando anteceda a una consonante, pues la pronunciación española no articula, o apenas articula, la "t" de post.

## 7.22 Preposiciones

A. Es incorrecta la fórmula "a + infinitivo". Por ejemplo: "cuestión a resolver", "tema a tratar", "tesis a desarrollar". En esos casos la preposición "a" se sustituirá por "que". Este galicismo está muy extendido pese a las recomendaciones de la RAE.

Otros usos incorrectos de la preposición "a" se producen en expresiones del tipo: "A la mayor brevedad (mejor, con la mayor brevedad)" o "cien kilómetros a la hora (mejor, cien kilómetros por hora)".

Para. Son usos incorrectos de "para": "pastilla para el mareo (contra el mareo)" o "jarabe para la tos (contra la tos)"

Por. Uso incorrecto de "por": "Tiene afición por el fútbol (al fútbol)" o "un traje de estar por casa (en casa)".

Otro uso inadecuado: "...*en relación al* incidente vivido ayer con el presidente venezolano en la cumbre iberoamericana...". Las formas correctas son en relación con (a propósito de) y con relación a (en comparación con). *En relación a* es una mezcla de ambas formas y, es incorrecta.

## 7.23 Pretérito indefinido

Emplearemos siempre esta forma verbal en la elaboración de noticias que contengan declaraciones realizadas en el día. Por ejemplo: "El ex presidente del Gobierno José María Aznar dijo hoy que ..." a cambio de: "El ex presidente del Gobierno José María Aznar ha dicho que ...".

## 7.24 Puntos suspensivos

Tres puntos suspensivos en una cita o declaración textual y entre paréntesis (...) representan un pasaje que no se considera útil reproducir.

## 7.25 Raya

Si se trata del final de un párrafo (con punto y aparte o final) sólo se usará la primera de las rayas. Ejemplo: "Juan viajó a Afganistán –eso dijo él".

Si lo que empleamos es un punto y seguido, pondremos las dos rayas, y el punto después. Ejemplo: "Juan viajó a Afganistán –eso dijo él–. Allí visitó las mezquitas".

## 7.26 Sino y si no

La palabra sino como sinónimo de destino se escribe junta. También cuando es conjunción adversativa (no es eso lo que quiero, sino aquello otro). En todos los demás casos va separado.

## 7.27 Sobre los determinantes delante de sustantivos femeninos que empiezan por "a" o "ha"

Con frecuencia se duda de si hay que decir "este aula" o "esta aula"; "este agua" o "esta agua", etcétera. La regla, de la que nos ilustra Manuel Seco <sup>(6)</sup>, es la siguiente: Ante nombre femenino que comienza por "a" tónica debe usarse "esta", sea cual sea su fonema inicial. Por tanto, lo correcto es "esta agua", "esta arma".

Sólo los artículos el" y "un" y los indefinidos "algún" y "ningún" (formas compuestas de "un") preceden en su forma aparentemente masculina a los sustantivos femeninos que empiecen por "a" o "ha" tónica. El resto de los determinantes (y adjetivos antepuestos) presentan su forma femenina normal, como apunta Leonardo Gómez Torrego <sup>(7)</sup>.

---

<sup>6</sup> "Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española".

<sup>7</sup> "Manual de español correcto".

## 7.28 Topónimos y sus artículos

No hay un acuerdo cerrado al respecto, pero sí unas recomendaciones generales consensuadas por la mayoría de lingüistas, que seguiremos en Servimedia. Así, escribiremos el artículo en minúscula cuando nos refiramos a países o regiones (la India, el Congo, el Líbano, el Bierzo) y en mayúscula cuando se trate de ciudades (El Escorial, San Lorenzo de El Escorial, La Coruña, L'Estartit, El Cairo). Excepciones a la primera regla en España serán las regiones o comunidades autónomas de Castilla-La Mancha y La Rioja. Respecto a la India y el Líbano, también pueden escribirse sin el artículo: India y Líbano.



# 8 ■ Publicaciones

## 8.1 Reportaje

El reportaje se define como un texto informativo y/o literario que desarrolla un tema de actualidad o de interés general de forma amplia y detallada. Cuenta con diversas fuentes de información y aborda el hecho narrado desde el máximo número posible de puntos de vista.

**8.1.1 Titular.** Debe ser informativo y preferentemente con el orden lógico de la oración: sujeto, verbo y predicado. En algunas ocasiones, si el contenido del reportaje lo permite, puede recurrirse a titulares más literarios o evocadores, en los que se omita el verbo.

Ejemplos de titular informativo:

La igualdad de sexos protege a los niños  
El Cermi celebra su décimo aniversario.

Ejemplos de titular evocador:

El año de la atención a la dependencia  
La selección española, a por el mundial.

**8.1.2 Antetítulo.** Recurso no obligatorio que sirve para ampliar la información del titular. Preferentemente, también debe contener sujeto, verbo y predicado, aunque no es imprescindible.

**8.1.3 Entradilla.** Breve texto en el que se reflejan las ideas básicas del reportaje, para introducir al lector en el tema. Debe ser conciso, directo y atractivo.

**8.1.4 “Lead”.** Arranque del texto general del reportaje a modo de segunda entrada. Es un elemento del que se puede prescindir.

**8.1.5 Texto general.** Es el desarrollo del reportaje. Debe arrancar con fuerza, exponiendo datos e información interesantes y testimonios de protagonistas y expertos en el hecho que se relata. En el cuerpo del reportaje se expondrá toda la información recabada para finalizar el texto a modo de conclusión, reforzando las ideas clave o las hipótesis presentadas al inicio.

**8.1.6 Ladillo.** Recurso estético que se utiliza para dotar al texto de un mayor dinamismo y agilidad a la lectura. No debería ser más extenso de tres palabras y, en ningún caso, ocupará más de una línea de texto. Debe hacer referencia al texto inmediato y debe ser destacado tipográficamente del resto del texto.

**8.1.7 Sumario.** Al igual que los ladillos, son recursos estéticos que aportan dinamismo. Son una especie de segundos titulares y contienen ideas claves para la comprensión del texto.

**8.1.8 Apoyo o despiece.** Es un texto breve en el que se aborda un

aspecto concreto del hecho relatado de forma separada al resto del texto, para destacarlo. Estéticamente, también sirve para dar un mayor dinamismo a las páginas.

## 8.2 Entrevista

Es el testimonio directo de una persona protagonista de la actualidad. El periodista actúa como un mero transmisor de los comentarios del entrevistado. Esto implica que deberá ser fiel al testimonio de éste y nunca aparecer como coprotagonista. Es decir, el periodista debe huir de preguntas o respuestas en las que se haga referencia a sí mismo para otorgar todo el protagonismo a la persona entrevistada.

Siempre se tratará de usted al entrevistado, aunque en la conversación personal se haya utilizado el tuteo. Las preguntas deberán ser breves y directas, evitando los circunloquios. En la edición del texto deben suprimirse los errores de expresión propios del lenguaje oral o coloquial sin restar fidelidad a las ideas transmitidas por el entrevistado.

**8.2.1 Titular.** Por norma general, se utilizará como titular una frase que resuma una idea clave expuesta por el entrevistado. Siempre debe ir entrecorinado.

**8.2.2 Entradilla.** Texto breve que puede presentar al personaje entrevistado, exponer el motivo por el que dicha persona es entrevistada o adelantar las principales ideas que se abordan en la entrevista.

**8.2.3 "Lead".** Actúa como segunda entrada y evita que el cuerpo general del texto arranque directamente con una pregunta.

**8.2.4 Cuerpo del texto.** Se basa en pregunta y respuesta, preferiblemente diferenciadas tipográficamente con negrita en la pregunta.

## 8.3 Normas estilísticas

### 8.3.1 Comillas.

- Declaraciones textuales (si hay que entrecomillar dentro de éstas, se utiliza comilla sencilla, también llamada comita: “Sus palabras textuales fueron ‘aquí no hay quien viva’, por eso nos marchamos”).
- Títulos de ponencias o conferencias.
- Los títulos de los capítulos de un libro (el título del libro va en cursiva).

### 8.3.2 Cursiva

En los títulos, antetítulos y ladillos se sustituirá por comillas finas (‘screening’).

- Extranjerismos: *web, blog, screening*, etcétera.
- Nombres de periódicos: *El País, El Mundo*, etcétera .
- Títulos de libros: *La ciudad de los prodigios* (sólo se pondrá en mayúscula la primera palabra, excepto si el título es en inglés, en que habrá que respetar las normas de ese idioma).
- Nombres de películas, de canciones, etcétera.

### 8.3.3 Sin comillas ni cursivas, pero con mayúsculas

- Congresos: I Congreso Iberoamericano de la Lengua.
- Festivales: Festival de Cine de San Sebastián, Festival de Otoño de Madrid, etcétera.
- Campeonatos: III Campeonato de España de Mus, etcétera.
- Proyectos: Proyecto Madrid Rumbo Sur.

### 8.3.4 Números

- Del **uno** al **nueve**, en letra; desde el **10** (incluido) en adelante, en número.

- **Excepción:** las fechas (el 3 de octubre) y los decimales (2,6 por ciento).

### **8.3.5 Raya y guión**

Son dos cosas distintas:

- Guión: (-). Separa sólo palabras, números, etcétera.
- Raya: (–). Puede sustituir a comas o paréntesis. Y es, lógicamente, el signo que se utiliza para el punto y raya: (.–).

### **8.3.6 Dos puntos y mayúsculas**

- Tras los dos puntos se usa mayúscula cuando lo que sigue es una frase textual, de un personaje, una ley, decreto, etcétera. (Ej: La ley establece en el artículo 3: “La educación será obligatoria hasta los 16 años”).
- En todos los demás casos, tras los dos puntos irá minúscula.
- No se pueden poner dos puntos entre una preposición y los nombres que la siguen (está mal, por ejemplo: “Han acudido atletas de: Madrid, Logroño, Huesca y Teruel”).

### **8.3.7 Porcentaje.**

Se escribe con palabra: 38 por ciento; uno por ciento; etcétera.

### **8.3.8 Tratamiento gráfico en Publicaciones y Digitales.**

Por norma general, las publicaciones y digitales de Servimedia evitarán en sus contenidos las fotografías e imágenes susceptibles de herir la sensibilidad de sus lectores. Asimismo, nunca se publicarán o colgarán en la Red imágenes que atenten contra la dignidad o la intimidad de personas o instituciones.

En el caso de menores, sólo se publicará su rostro bajo consentimiento

expreso de los padres o tutores y siempre que no resulte dañada su integridad psíquica y moral.

Las publicaciones y digitales de Servimedia serán especialmente cuidadosos a la hora de abordar el tratamiento gráfico de personas individuales o colectivos de personas en mayor riesgo de exclusión, como las personas con discapacidad, inmigrantes, enfermos crónicos, etcétera.

# 9. ■ **Comunicación**

Un servicio de comunicación comprometido y responsable huye de la tentación de caer en las técnicas habituales del marketing. Su esfuerzo se dirige a potenciar las actividades, opiniones e iniciativas de las entidades a las que presta su servicio de comunicación externa en materia de reputación corporativa, acción social o responsabilidad empresarial. La motivación de lo que se quiere comunicar, el compromiso que hay detrás de cada una de las actuaciones sobre las que se quiere llamar la atención de los medios de comunicación, marca la línea entre la comunicación responsable y el marketing social. Lo cual no significa en modo alguno dejar de atender profesionalmente los intereses de los clientes.

Partiendo de estas premisas, es muy importante, además, conocer el funcionamiento interno de los medios de comunicación para saber qué momento es el idóneo para distribuir una convocatoria o nota informativa, siendo conscientes de la cantidad de información que reciben los medios cada día y las horas de realización de los programas de radio y televisión así como del cierre de las ediciones de los periódicos.

Por ello, Servimedia Comunicación, salvo casos excepcionales, no distribuye convocatorias de prensa o notas informativas a los medios de comunicación más tarde de las 17.30 horas.

## 9.1 Convocatorias y notas informativas

### 9.1.1 Estructura

- logotipos
- nota o convocatoria
- antetítulo
- título
- subtítulos
- fecha y cuerpo
- párrafo institucional
- cuadro resumen

**9.1.2 Convocatoria de medios.** A la hora de realizar una convocatoria se tiene muy claro la hora, la fecha, el lugar para convocar a los medios, las personalidades asistentes y el objetivo. Todo debe tratar de explicarse entre antetítulo, titular y subtítulos. Debemos tener en cuenta que el medio de comunicación recibe muchas convocatorias al día y la rapidez con las que éstas se miran por parte del responsable o jefe de redacción obliga a que, en un breve espacio de tiempo, se deba concentrar la información más relevante. Las convocatorias incluyen el logotipo del cliente y el de Servimedia. El título de la convocatoria no supera las dos líneas en tamaño entre 16 y 20 (Times New Roman) para el título y centrado. El antetítulo va subrayado, en negrita y centrado (Times New Roman 12). Los subtítulos se encabezan con un “bolillo” en negrita sin punto final justificado (Times New Roman 12); en el subtítulo se escribe el cargo de las personalidades asistentes al acto al que se convoca pero no sus nombres (éstos se escriben en el cuerpo).

El modelo es el siguiente:

**Durante los días 16 y 17 de noviembre.**

Bajo el lema "Hacia unos nuevos derechos sociales de la discapacidad"

## **Mañana se inaugura en Sevilla las Jornadas de CERMIS Autonómicos**

- **Será a las 17.30 horas en el Hotel NH Central de Convenciones, en la avenida Diego Martínez Barrios, 8, en Sevilla**
- **El objetivo de este encuentro es poner en común las acciones y experiencias del movimiento asociativo de la discapacidad, así como de las medidas legales de las distintas Comunidades Autónomas**
- **Está organizado por el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (CERMI), junto al CERMI Andalucía**

En el cuerpo de la información, tras fechar la convocatoria, se redactan los datos con los nombres de las personalidades asistentes, la dirección exacta y alguna circunstancia más que sea relevante para el medio de comunicación. Siempre se escribe el día de la semana de la convocatoria, no sólo la fecha (viernes, día 9 de junio). Facilita el trabajo y la rapidez de los jefes de redacción.

(Madrid, 15 de noviembre de 2006).- La consejera para la Igualdad y Bienestar Social de la Junta, **Micaela Navarro**, inaugura mañana jueves, día 16 de noviembre, las Jornadas de CERMIS Autonómicos que ha organizado el Comité Español de Representantes de Personas con Discapacidad (**CERMI**), **junto al CERMI Andalucía**. Será a las 17.30 en el **Hotel NH Central de Convenciones (Avda. Diego Martínez Barrios, 8, Sevilla)**.

Estas jornadas se celebrarán, bajo el lema "Hacia unos nuevos derechos sociales de la discapacidad", durante los días 16 y 17 de noviembre. **El objetivo es poner en común las acciones**

**y experiencias del movimiento asociativo de la discapacidad de las distintas Comunidades Autónomas, así como de las medidas legales realizadas en cada región.**

Al acto inaugural asistirán también la presidenta del CERMI Andalucía, **M<sup>a</sup> Ángeles Cózar**; el presidente del CERMI Estatal, **Mario García**, y el comisionado de CERMIS Autonómicos, **Miguel Paraíso**. Posteriormente, Navarro ofrecerá una conferencia sobre "La inclusión y la plena ciudadanía como objetivos de las políticas públicas de discapacidad de la Junta de Andalucía".

El CERMI es la plataforma de encuentro y acción política de las personas con discapacidad, constituido por las principales organizaciones estatales de la discapacidad, varias entidades adheridas de acción sectorial y un nutrido grupo de plataformas autonómicas, todas las cuales agrupan a su vez a más de 2.900 asociaciones y entidades, que representan en su conjunto a los más de tres millones y medio de personas con discapacidad que hay en España.

Se destaca en negrita aquellos datos relevantes, principalmente la fecha de la convocatoria, la hora, el lugar, el motivo y asistentes.

El último párrafo debe ser algo institucional del cliente que convoca con el fin de ofrecer una información complementaria a los medios de comunicación o al redactor sobre el cliente: actividades que desarrolla, objetivos, etcétera

Finalmente Servimedia Comunicación escribe en un recuadro los datos esenciales de la convocatoria donde se pone el tema, la fecha de convocatoria, hora, lugar exacto y contactos del departamento por si algún medio de comunicación quiere aclarar algo o desea que gestionemos alguna entrevista.

Tema: **"Mañana se inaugura en Sevilla las Jornadas de CERMIS Autonómicos"**

**Fecha:** jueves, 16 de noviembre de 2006

**Hora:** 17.30 horas

**Lugar:** Hotel NH Central de Convenciones (Avda. Diego Martínez Barrios, 8, Sevilla)

Contacto: **Jéssica Hernández:** 91 545 01 92 /// 626 XXX XXX

**Jaime Mulas:** 91 545 01 90 /// 619 XXX XXX

## 9.2 Nota informativa en general

Es la nota que se realiza tras la rueda de prensa, ponencia, presentación o acontecimiento que Servimedia Comunicación cubre. Se tienen muy en cuenta los datos y las declaraciones de las personalidades asistentes. Es muy similar a un teletipo aunque se emplean diferentes tiempos verbales y se finaliza con un párrafo institucional del cliente.

Además, contiene un recuadro al final de la nota con el tema de la que corresponda y los datos de contacto de Servimedia Comunicación para facilitar el trabajo del medio de comunicación en caso de que necesite entrevistar a alguna persona o aclarar alguna duda, teniendo en cuenta que los miembros del departamento de Comunicación no son los protagonistas y gestionan las entrevistas con la persona adecuada sin hacer ninguna declaración.

El encabezamiento de las notas informativas es similar al de las convocatorias: logotipos, antetítulo (si es preciso), título y subtítulo (si es preciso)... Se emplea el mismo tipo y tamaño de letra. El tiempo verbal de la nota de prensa es, por lo general, el pretérito perfecto de indicativo. Las declaraciones textuales de las personalidades asistentes o entrecomillados van en cursiva. La primera vez que se cita a una persona, su nombre o cargo va en negrita para separar cuando habla uno u otro.

**9.2.1 Nota informativa.** Un acto cualquiera se puede cubrir con una nota informativa previa y otra posterior con declaraciones. La previa puede servirnos muchas veces de convocatoria pero contiene algún dato más que la convocatoria al uso y dependiendo del acto y la hora se puede determinar hacerlo de esta manera.

Existe otro tipo de notas informativas que simplemente recogen información sobre un determinado acto o campaña donde hay que explicar los objetivos, características, etcétera sin llegar a ser una nota de venta o marketing.

**9.2.2 Nota de prensa.** Similar a la nota informativa en cuanto a la estructura de la misma pero es más institucional (no de un acto, congreso, jornada, etcétera). Se emplea para comunicados institucionales del cliente, en momento de crisis, con declaraciones y posturas del cliente ante un acontecimiento determinado. Es un escrito que reúne la información fundamental sobre algún tema, persona o producto, que se envía a los medios de comunicación, sin caer en el marketing.

## 9.3 Envío de convocatorias y notas

- Las direcciones de los destinatarios de los medios de comunicación van en copia oculta.
- Todas las notas o convocatorias se envían a los departamentos de Comunicación, Sociedad, etcétera; al jefe de noticias y a Documentación de Servimedia.
- En el asunto se especifica si se trata de nota o convocatoria, y a continuación el tema.
- Texto del correo: primero se fecha, y luego se escribe:

Estimados compañeros: Adjuntamos nota de prensa o convocatoria...

...y el motivo. Si es convocatoria se escribe fecha, hora y lugar y quiénes intervendrán en el acto. Si es nota se pone el tema, y se destaca algo de la información. Al final se escribe:

Esperamos que sea de vuestro interés. Un cordial saludo.

Al adjuntar un documento (nota o convocatoria) conviene asegurarse de que es el que se debe enviar para no confundir al medio en caso de error y envío de una convocatoria o nota diferente.

# 10. ■ Publicaciones digitales

Sus peculiaridades han convertido al periodismo digital en un medio específico, con su propia idiosincrasia y observaciones. Su característica primordial es la inmediatez. En Servimedia, el periódico electrónico renovará la información conforme se vaya generando la noticia y las informaciones de interés.

En aquellas otras publicaciones de periodicidad concreta (quincenal, mensual), ésta se podrá alterar si el hecho noticiable lo merece.

El periodismo digital utiliza y emplea apoyos que enriquecen la información, tales como:

- Fotografías: bien de recurso, ilustrativas, bien como parte de la información a la que acompañan. Éstas, al insertarse en un gestor de páginas web habrán de llevar siempre un "texto alternativo", para que los lectores ciegos, al utilizar los distintos instrumentos de lectura de pantalla, puedan identificarla.

- Sonido e imagen. Podemos añadir a cualquier información archivos sonoros o visuales que no ralenticen (por su peso) de manera perturbable la navegación por la publicación.

- Enlaces de noticias relacionadas. Los hipervínculos nos permiten dar un con-

texto aun mayor a la propia información, relacionando ideas, hechos y datos diferentes con un origen o significado común. Estos enlaces se harán directamente desde la hemeroteca, y nunca desde la sección activa de la publicación, ya que ésta expiará más prontamente.

Por lo que respecta a las características de la información:

1. Las noticias que conformen las zonas de mayor relevancia en el periódico llevarán pequeños sumarios que desgranen los puntos más interesantes de la información, tratando de que no excedan las tres líneas. Irán precedidos por un boliche.

2. Asimismo, las entradillas de las noticias tendrán un carácter más desenfadado, permitiendo cierta "literatura" en las mismas.

3. En la medida de lo posible, los titulares no sobrepasarán las dos líneas de extensión, ni el antetítulo una.

4. Cuando la noticia requiera una extensión considerable, se insertarán ladillos, de tal modo que se facilite la lectura al lector. Asimismo, si la pieza excede con creces los siete u ocho párrafos se preferirá conservar el núcleo informativo como noticia principal y enlazarla, como piezas independientes, el resto de informaciones. Se evaluará, en función de la longitud del texto, salpimentarlo con fotografías, gráficos y todos aquellos recursos que aligeren su lectura.

5. Aunque resulta obvio, en las publicaciones digitales no cabe hablar de páginas, y sí de secciones, ni de columnas, ya que la pieza informativa forma un bloque dividido en párrafo a una sola columna.

6. En cuanto a las entrevistas, se preferirá el formato clásico de pregunta/respuesta frente a la entrevista reportajeada, más propia de la Agencia de Noticias.

7. Cuando se cite la propia publicación (por ejemplo "según pudo saber Crónica Social") u otras ("según informa 'El Mundo'") ésta/s aparecerán escritas en cursiva, sin comillas.

8. Las comillas, siguiendo el criterio de la RAE, serán simples en casos en que no resulta apropiado el uso de la cursiva y dobles para citar textual-

mente declaraciones de un tercero así como para sus otros usos adjudicados. Cuando se empleen estas últimas, se preferirán las inglesas ("...") a las españolas («...») por su implantación (tanto en los teclados como en los documentos).

9. En lo referido a la retroalimentación de los lectores, dada la posibilidad con la que cuentan de comentar las noticias o de enviar artículos, los coordinadores de cada publicación harán las veces de filtro para evitar opiniones ofensivas o inexactas.

10. Todos los gestores de información adscritos a Servimedia contarán con las medidas de accesibilidad (al menos las correspondientes a TAW y WAI-A). Por ello, entre otros servicios, permitirán cambiar el tamaño de la letra así como el color de fondo del diseño.

Publicaciones digitales de Servimedia:

**"[www.solidaridaddigital.com](http://www.solidaridaddigital.com)"**

**"[www.cronicasocial.com](http://www.cronicasocial.com)"**

Publicaciones digitales realizadas por Servimedia:

**<http://cajamadrid.cronicasocial.com/>**

**<http://voluntariado.bancaja.es>**

**[http://www.feacem.es/FEACEM/boletin/Boletin\\_20071001/portada](http://www.feacem.es/FEACEM/boletin/Boletin_20071001/portada)**

**[www.obrasocialcajaextremadura.es](http://www.obrasocialcajaextremadura.es)**



# 11

## ■ Errores frecuentes y recomendaciones

- **a tener en cuenta** es que "hay temas **que hay que** seguir" mejor que "temas **a** seguir".
- **a bocajarro**, no a boca jarro ("le disparó a bocajarro").
- **a bordo** (no abordo, que es del verbo abordar) sirve para cualquier medio de transporte.
- **a capella** es incorrecto. La palabra no existe en castellano, pero el Diccionario panhispánico admite a capela o, en su caso, el original italiano "a cappella".
- **a fin de cuentas** mejor que en fin de cuentas.
- No dar **abasto**, pero incorrecto no *dar a basto*, no *dar a abasto* y no *darse abasto*.
- **abolir** (derogar); (yo) abolo, (tú) aboles..., y no (yo) abuelo, (tú) abueles...; correcto es "se abole la ley de...".
- **absceso** es la acumulación de pus en un tejido orgánico. *Abceso* no sabemos aún que significa.
- **abstenerse de** es la construcción adecuada, contra *abstenerse a*.
- **Acentuar** examen, dictamen, volumen, canon, margen... (cuyos plurales sí se acentúan) es, lamentablemente, más habitual de lo deseado.

- **accesible** y asequible no es lo mismo. Lo primero significa que *tiene posible acceso o entrada* (El teatro es accesible a personas con discapacidad), y lo segundo, *que se puede conseguir* (El teatro tiene un precio de venta asequible).
- **accésit** deberá acentuarse siempre por ser ya palabra castellana.
- **adenda** en vez de addenda.
- **adolecer** no es carecer.
- **affaire**, mejor sustituir por asunto, caso, escándalo. Nunca escribir “afer”.
- **alauí** y **alauita** son sinónimos. Sólo definen a la dinastía que reina en Marruecos o a los seguidores de Alí (chiitas).
- El término **álgido** puede emplearse como todos lo pensamos. La Academia hace años que registró su significado como *momento o periodo crítico o culminante de algunos procesos orgánicos físicos, políticos, sociales, etcétera*.
- **alminar** mejor que minarete.
- **América** es más que los Estados Unidos de América.
- **americanidad**, no americaneidad. Pero sí femineidad igual que feminidad.
- **análogo** no es lo mismo que analógico.
- **anexionar**, preferible a anexar, aunque sea un verbo sinónimo.
- **anteanoche** es *en la noche de anteayer a ayer* y **anoche** es *en la noche de ayer a hoy*.
- **antediluviano** es anterior al diluvio, pero antediluviano es contrario al diluvio. Escójase la que se desee, pero no se mezclen.
- **anticoncepción** mejor que contracepción, como anticonceptivos que contraceptivos.
- **apologeta** no es lo mismo que apologista. El primero cultiva la parte de la teología que investiga la verdad de los dogmas del Cristianismo. El segundo hace defensa de alguien o algo.
- **arcoíris** mejor que arco iris.
- **asolar** significa dos cosas distintas: por un lado, *secar los campos*, y, por otro, *destruir*. Este último significado es de mayor uso por nuestra parte y,

como verbo irregular, debe conjugarse como acordar: "El tifón asuela el Caribe".

■ **autostop** o **autoestop**, no auto-stop.

■ **basado en** mejor que en base a.

balé puede escribirse, pero mejor utilizaremos la voz francesa **ballet**.

■ Un **billón** equivale a un millón de millones, y no a mil millones, que es un **millardo**.

■ **bimestral**, que tiene lugar cada dos meses o que corresponde a dos meses.

No es igual que **bimensual**, que tiene lugar dos veces al mes.

■ **boicot**, y su plural boicots, mejor que boicoteo.

■ **la Bolsa** de Madrid, la Bolsa de Tokio... , pero "...invertir en bolsa".

■ **cambiar** no es descambiar, que es lo contrario.

■ **clima** no es lo mismo que climatología. Es incorrecto decir que "la climatología empeora", lo que empeora es el clima.

■ **coligar** o **coaligar** debe acompañarse siempre de "coligarse con" y no de "coligarse a".

■ **colindante con**, no *colindante a*.

■ **comparecencia** es el sustantivo de comparecer, nunca *comparecimiento*.

■ **conformar**. El Diccionario recoge varios significados de este verbo pero ninguno componer, formar... Sería incorrecto: "Cada uno de los cinco módulos que conforman el curso..." (que componen el curso).

■ **conllevar** significa implicar o suponer, pero no es correcto su uso como sinónimo de llevar.

■ **consignas** en una manifestación de protesta o de celebración festiva no siempre son lo que parecen. La consigna supone la orden de un superior a un inferior, nos recuerda José Luque, y no pocas *frases* o *eslóganes* que se corean nacen del sentimiento popular, sin intermediarios. Asegurémonos en la elaboración de nuestras noticias de que lo que oímos es una consigna o sólo una frase o eslogan.

■ **cotizar**. No ha de escribirse "el euro cotizó ayer", sino "el euro se cotizó ayer".

- **CSIC** es el Consejo (que no Centro) Superior de Investigaciones Científicas.
- **crac**, que no crack, en su significado de quiebra financiera.
- **cuadruplicar** (multiplicar por cuatro) también puede escribirse cuatriplicar o cuadriplicar.
- Mejor **cuota de audiencia** que *share*.
- **currículum vitae** (locución invariable en plural) o **currículo** (y su plural currículos), pero no currícula, que es sólo el plural en latín.
- **chiita** y **chií** es lo mismo.
- **debut** (y su plural debuts), mejor que debú, aunque no olvidemos como alternativa presentación, estreno, etcétera.
- **decenio** es un periodo de diez años, como **década** que, no obstante, también es un periodo de diez días. Para evitar confusiones, cuando queramos hablar de diez años usemos mejor decenio.
- **decreto-ley**, y su plural: decretos-leyes, no *decretos-ley*.
- **déficit** (déficits, su plural).
- **descodificar** o decodificar. También descifrar, aunque es poco frecuente en ciertos ámbitos de la tecnología.
- **desconvocar**. Utilizaremos este verbo sólo cuando se anule una convocatoria, antes de tener lugar. Cuando se anule una vez ya en marcha escribiremos revocar.
- **desertificar** y desertizar es lo mismo, como desertificación y desertización, que es "transformar en desierto amplias extensiones de tierras fértiles".
- **desfase horario** preferible a "jet lag".
- **desmentido** es galicismo, aunque más frecuente que nuestro original castellano desmentida. También puede escribirse mentís (El mentís del Gobierno se hizo público...).
- **detentar** (retener sin derecho) el poder es verbo sólo aplicable cuando éste se obtenga como la propia definición precisa. Es decir, debe escribirse "El dictador detentó el poder durante décadas", pero no como sinónimo de

ocupar o desempeñar. Incorrecto sería escribir que "Las Cortes detentan el poder del pueblo".

- **digresión**, no disgresión.
- **dimitir** de su cargo o dimitir el cargo (no *del* cargo) es lo correcto. No es recomendable escribir que a alguien *le han dimitido*, si acaso, le han hecho dimitir o le han destituido.
- De **divergir**, su pretérito es divergió (no divirgió) y su presente de subjuntivo, diverja (no divierja).
- **dosier** (dosieres, su plural) por dossier.
- **eccema**, mejor que eczema.
- **efeméride**, también **efemérides** (que igualmente ejerce de plural).
- **efigie** (imagen o representación de una persona) no es lo mismo que **esfinge** (ser fabuloso).
- **eficaz** puede serlo una persona o una máquina, pero **eficiente** sólo una persona.
- **electo**. No deben confundirse elegido y electo. El participio irregular electo sólo debe emplearse para referirse a aquella persona que ha sido elegida para un cargo pero que todavía no ha tomado posesión de él y debe ir unido a un sustantivo (presidente electo). En los demás casos la forma correcta es elegido (fue elegido presidente).
- figura **emblemática**. No debe abusarse de este término y recurrir a otros más apropiados como relevante, significativo, destacado, señero, representativo.
- **enema** (lavativa) no es un **edema** (hinchazón).
- **enfaticar** o subrayar se suelen utilizar mal porque se usan aunque no se ponga especial énfasis al decir algo y en estos casos sería suficiente con los verbos decir, añadir, manifestar.
- **enzima**, la proteína, no ha de escribirse **encima**.
- Mejor "El precio del plátano se situó **en torno a** dos euros" que "El precio del plátano se situó en el entorno de dos euros". Mejor también "El número de viajeros transportados por Iberia creció un 8%" que "Los viajeros

transportados por Iberia crecieron un 8%”, no sea que alguien piense que son los viajeros los que físicamente crecen.

– **escalpelo** es un instrumento de cirugía y **escarpelo** de carpintería o usado por escultores.

– **excusado** es un retrete. Excusado, excusen, es otra cosa.

– **espurio** debe escribirse, no espúreo.

– **Estados miembro**, y no Estados miembros.

– **eurozona** y **zona euro**, en minúscula. Sin embargo, en mayúscula “**Los Veintisiete** aprobaron hoy...”, como sinónimo de la Unión Europea.

– **euro**. En un titular podemos ahorrarnos los euros: “Endesa gana 20 millones en la operación”.

– **euríbor, míbor**. Con letra inicial minúscula y acentuado.

– **evocar** es traer a la memoria, pero no en el sentido de mencionar.

– **exorbitante**, mal exorbitante. Como mal también se escribe exhuberante.

– **expectación** es lo correcto, como asimismo **espectador**.

– **explosionar**, como transitivo (“La Policía explotó...”), pero, como intransitivo, mejor **explotó** (“La bomba explotó”).

– **extravertido** es persona que se interesa por lo exterior a sí mismo, pero *extrovertido* es nada. El prefijo *extro* no existe en castellano.

– **facultar** no debe usarse como facilitar (“Su idea facultó la solución del problema” es incorrecto).

– **facineroso** se escribe, aunque un personaje popular reiterara durante años “fascineroso”.

– **ferri** (su plural es ferris) por ferry y su incorrecto aunque popular plural ferries.

– **flagrante** por fragrante. Fragrante es oloroso.

– **fratricida** por fratricida o fatricida.

– **gag**, y su plural gags.

– **gangrena**, no cangrena.

– **gasoducto** o gaseoducto, aunque preferible la primera voz.

– **gasoil** o **gasóleo**, pero no “gas-oil”.

- El **Génesis** cuando nos refiramos a un libro de la Biblia; la génesis cuando es origen o principio de algo.
- **grafiti** o **grafito**, en vez de graffiti.
- **grosso modo**, sin anteponer la “a”.
- guardiacivil (plural: guardiaciviles) es consejo de la Academia, aunque en Servimedia seguiremos escribiendo **guardia civil**, el agente. Separado siempre y con letra inicial mayúscula el cuerpo de seguridad Guardia Civil.
- El plural de **gurú** es gurúes.
- **hachemita** o **hachemí** nos habla de la dinastía que reina Jordania. No es gentilicio de este país, que habitan los jordanos.
- **hachís**, y no hashish, haschish o hashish.
- **híper** (hipermercado) no tiene plural (“Los híper abren...” y no “los hípers abren...”).
- **homólogo** es persona que ejerce un cargo equivalente al de otra. No es, pues, sinónimo de colega, que es compañero de trabajo pero no necesariamente con la misma categoría profesional.
- **Iberoamérica** se refiere a los países de habla española y portuguesa, mientras que **Hispanoamérica** sólo a los de lengua española. **Latinoamérica**, o América Latina, se emplea para el conjunto de países de lengua española, portuguesa o francesa, esto es, derivadas del latín.
- **incautarse**. “La Policía se incauta” es lo correcto, y no “La Policía incauta”.
- El sustantivo de **infectar** es **infección**, y no infectación.
- **infringir**, y no infringir. Causar o causarse daño es **infligir**.
- **Inglaterra** no es un Estado: sólo uno de los cuatro territorios que componen el Reino Unido.
- **imán** o **imam** (imanes o imames, sus plurales respectivos), jefe espiritual musulmán.
- **la India** mejor que India. Su gentilicio: indio.
- **indultar** y **amnistiar** no es lo mismo. Lo primero conlleva sólo la anulación de la pena, pero permanece el delito, mientras que en la amnistía se anula el delito mismo y, por ende, la pena.

- ─ **insistió en** algo, pero no insistió algo.
- ─ **israelí**, no israelita, que es sinónimo de hebreo o judío.
- ─ **istmo**, que no itsmo.
- ─ **kit** (estuche) ya es palabra castellana.
- ─ **liderazgo** y **liderato** son sinónimos, aunque la segunda voz mejor en ámbitos deportivos.
- ─ **máster** ya es palabra castellana. Su plural es másteres.
- ─ **meteorología** no es lo mismo que climatología.
- ─ **modus operandi**: su plural no varía.
- ─ **mortalidad** no debe confundirse con mortandad.
- ─ **motu proprio**, y no propio. Tampoco con el “de” antepuesto (mal: de motu propio).
- ─ **Navidad** y **Navidades**, con letra inicial mayúscula.
- ─ En **Norteamérica** se incluye México, no lo olvidemos.
- ─ los **números romanos** se usarán en Servimedia sólo cuando formen parte del nombre propio que se cite, como “XX Congreso del PCE”; no así arbitrariamente: “los XX jugadores de fútbol...”.
- ─ **olimpiada** es *juegos deportivos universales que se celebran cada cuatro años*. Su plural es olimpiadas o juegos olímpicos, expresión sinónima.
- ─ **ostentar** se acepta si se habla de cargos pero no debe sustituir al verbo tener.
- ─ **paralimpiada**, y no paraolimpiada.
- ─ **pamplonés** es gentilicio aconsejable frente al vulgar o coloquial *pamplonica*, poco propio de un teletipo.
- ─ **peatonalizar**, que es hacer peatonal una calle, por peatonizar o peatonización, que no existen.
- ─ **periodo glacial**, y no glaciario, que es otra cosa.
- ─ Industria **petrolera**, precios **petroleros**, etcétera, por petrolífera o petrolífero. Petrolero es “del petróleo o relativo al petróleo” mientras que petrolífero es “que contiene o produce petróleo”.
- ─ **petrolquímica** es, según la Academia de Ciencias, “conjunto de

técnicas industriales de base química dirigido al aprovechamiento de los petróleos y obtención de sus derivados", mientras que **petroquímica** es "parte de la petrografía que se ocupa de la composición química de las rocas".

- Aún mejor **"ping pong"** que la solución de la Academia: pimpón.
- (La) **poliomielitis** o (la) **polio**, y no poliometilitis.
- **posicionarse** es un neologismo admitido por los académicos.
- **prevenir** no es **prever**. Lo primero equivale a "preparar" y lo segundo es "ver con anticipación".
- **profundamente**, mejor que "en profundidad".
- **prolongar** debe reservarse para aquellos casos en que realmente se prolonga algo que tiene una duración ya establecida.
- **provocar**. Cuando se habla de lesiones no es apropiado usar el verbo provocar (...como consecuencia de las lesiones provocadas por los atentados...). Sí cuando se trata de provocar una reacción o respuesta.
- **quiosco** o **kiosco**, pero no kiosko.
- **quizá** o **quizás**, tanto monta.
- **radar**, sin acentuar. Su plural: rádares.
- De **reciclar**, mejor reciclamiento o reciclado que reciclaje, de influencia francesa.
- **referéndum** o **referendo**. Sus plurales respectivos: referéndums y referendos. Refrendos es otra cosa.
- **repicar** las campanas supone alegría mientras que **doblar**, tristeza, dolor.
- **Sáenz** y **Sáez** se acentúan; no así **Sainz** y **Saiz**, salvo lo descrito en el cap. 6.7.
- **salvaguarda** o **salvaguardia**, pero salvaguardar y no *salvaguardiar*.
- **Semana Santa**, en mayúscula la letra inicial de cada palabra.
- **sobreseer** no supone absolver. Se sobresee un proceso y se absuelve a una persona.
- **sobreviviente** o **superviviente**.
- **Sudáfrica** para referirnos al país, que está en **África del Sur**.

- **tildar**: no es sinónimo de calificar sin más, sino de calificar negativamente.
- **tocar a rebato** (dar la señal de alarma) mejor que tocar a arrebató, muy en desuso.
- **todoterreno**, y no todo terreno o todo-terreno.
- **travesti, travestí** o **travestido/da**.
- “La **troika** comunitaria...”, mejor que troica.
- **valorar** siempre será en términos positivos. Nunca como sinónimo de analizar.
- **voyerista**, por voyeur.
- Por qué escribir “**vuelo doméstico**” cuando podemos escribir “vuelo nacional” o “vuelo interior”.
- Aunque crecen los adeptos de güisqui, en Servimedia optaremos por su adaptación gráfica de la voz inglesa **whisky**, pero no whiskey (inglés escocés y americano).
- **yanqui** mejor que yankee, y nunca yanki. Igual que **yonqui** y no yonki.
- Mejor **zapeo** que zapping.
- **zigzag** por zig-zag o zig zag.
- Preferible mantener **zoom** que zum.

## Epílogo

### **Sólo lo que se comunica existe**

Mucho hablamos de la responsabilidad de los medios de comunicación y, por derivación, de los periodistas, y poco sabemos realmente de cómo se está ejerciendo esa responsabilidad en los medios y por parte de los profesionales. Cuál es y hasta dónde llega el compromiso social de la información es una pregunta tan amplia como trascendentes son los efectos que tiene el pasar de ser un simple narrador a considerarse un profesional comprometido que apuesta por una sociedad más justa y más libre. Con esta motivación y profundizando en el terreno social al que presta su máxima atención desde hace casi 20 años, desde Servimedia hemos tratado de responder a estas cuestiones.

Algunas de las reflexiones que a continuación se exponen no son sino el reflejo de situaciones reales que vive un periodista al enfrentarse al apasionante reto de informar, por lo que creo oportuno señalar algunas y ponerlas en consideración de los futuros profesionales que vayan a hacer uso de este manual. No obstante, y sin pretender caer en falsas pedagogías, muchas de las reflexiones acerca de la responsabilidad de los medios y de sus profesionales tienen su epicentro en una primera consideración, tan sencilla como profunda es la convicción de quien la tiene presente, y especialmente cuando lo que se maneja es algo tan sensible como la información. Antes que periodistas, por encima de cualquier otra condición, primero somos personas, y, como tales, hemos de comportarnos al enfrentarnos a la información que cae en nuestras manos.

Sentir que cada noticia, por insignificante que sea, puede contribuir a mejorar nuestras vidas.

Los medios de comunicación son capaces de crear en la opinión pública una sensación sobre determinados temas que en buena medida responde a la realidad, pero que en más o menos ocasiones obedece a una construcción mediática que origina una fuerte presión social. Si la única o principal percepción que los ciudadanos tienen de la realidad es la que les llega a través de los medios de comunicación, se puede crear una dinámica peligrosa, de manera que un uso irresponsable de la información puede tener consecuencias reales. Es oportuno, por tanto, apelar a la autorregulación y a la responsabilidad de los medios, ligada al rigor con el que se trabaja la información, al esfuerzo de la profesionalidad y a la visión del periodista comprometido. Porque el hecho de que los medios de comunicación sean responsables o no lo sean va a depender menos de la empresa y más del profesional que ejerce de periodista. Dicho con otras palabras, la responsabilidad con que debe actuar la empresa periodística jamás ha de eximir al periodista de su propia responsabilidad.

Los profesionales de la información tienen ante sí el reto de contribuir a crear una dinámica más justa y humana de nuestras sociedades y hacia tal objetivo deben dirigir sus esfuerzos. La apuesta por el bien común y por el servicio a la ciudadanía, la atención prioritaria hacia los que encuentran mayores dificultades para su integración y desarrollo, son un ejercicio de responsabilidad profesional. El periodista que tiene una visión global de la sociedad es capaz de reconocer las injusticias y demandas sociales para poder jerarquizar la información que recibe de su entorno.

Condición indispensable para comenzar a abordar los desafíos pendientes es, sin duda, tener conocimiento de ellos. Identificar y poner sobre la mesa las carencias y las necesidades sociales es la forma de que más personas, más entidades y más sectores se interesen por ellas e intervengan. Y puesto que sólo lo que se comunica existe, únicamente encontrarán solución aquellas cuestiones sobre las que se haya adquirido una conciencia colectiva. Por tanto,

conseguir situar en la agenda y en el lugar que merecen los temas sociales es una apasionante apuesta diaria para los profesionales de la información.

Pero ello no es fácil. Hay que plantearse qué criterios son los que determinan la importancia de unos temas sobre otros, y sortear el peligro de caer en banalidades, sobre todo cuando el periodista se enfrenta a injusticias extremas que acaban conduciendo a la insensibilidad del público. A fuerza de poner el acento en determinadas cuestiones y de reiterar ciertos puntos de vista, los medios de comunicación pueden anestesiar la conciencia crítica de la opinión pública y relegar a un segundo plano informaciones de verdadero alcance social.

Afortunadamente, la implicación y el compromiso, cada vez mayores, de algunos medios y en particular de muchos profesionales de la información son la llave para un cambio de tendencia. La sociedad va por delante de los medios y son los medios, de la mano de profesionales conscientes de su rol, los que acaban por recoger las tendencias sociales. Pero eso requiere un ejercicio constante de educación crítica de la sociedad. Las tradicionales funciones de formar, informar y entretener con las que se ha venido asociando el papel de los medios han quedado superadas por un nuevo concepto: el de la conciencia de la sociedad.

No cabe duda de que los medios son una herramienta esencial de transformación social. El periodista tiene que dar al ciudadano todo lo que informativamente le afecta y, desde esta perspectiva, toda información se puede calificar de social, aunque hay elementos que perjudican esa comunicación. La comunicación de la responsabilidad social tiene el riesgo de la complacencia, por lo que conviene no dejar de ejercer la función de fiscal que corresponde a los medios. Pero previamente, los periodistas deben haber asumido un compromiso firme como premisa principal para abordar este tipo de informaciones en una cuestión de elemental coherencia.

Otro de los elementos que empaña la responsabilidad de los medios en su implicación social es la batalla por el control de la agenda informativa. Como en un embudo, a diario llegan a las redacciones varios centenares de informaciones de diversa índole que se filtran para convertirse en un puñado de noticias

escogidas. La falta de tiempo y espacio en periódicos, radios y televisiones jerarquiza la información que finalmente se sirve al público. La guerra de las audiencias, particularmente en la radio y la televisión, tiende a eclipsar de manera especial las noticias de interés social, a menudo relegadas de los espacios informativos por el peso de la información política. En la prensa se aprecia todavía más la falta de percepción estructural prioritaria sobre los temas sociales. Las causas sociales van a parar a un cajón de sastre, la sección de Sociedad, mientras la información política es preeminente, satura y detrae recursos de otros temas.

El papel de los jefes de las redacciones es esencial para aplicar su autoridad y experiencia en la confección de la agenda informativa y poder mirar la información con los ojos de una ciudadanía cada vez más exigente, en una sociedad cada vez más compleja. El reto de los periodistas, nuestro reto, está no sólo en atender lo interesante, sino en prestar atención a lo verdaderamente importante. Sólo así conseguiremos que lo importante se haga también interesante.

Alberto Castillo Badal  
Subdirector general de Servimedia



## Bibliografía

### Libros:

AROCA, Juan. "Diccionario de atentados contra el idioma español". Ediciones del Prado, Madrid, 1997.

CYTRYNBUM, Alicia. "Periodismo social: una nueva disciplina". Ediciones La Crujía, Buenos Aires (Argentina), 2004.

CONSEJO DE PERSONAS MAYORES DEL PRINCIPADO DE ASTURIAS.

DE ARÍSTEGUI, Gustavo. "El islamismo contra el islam". Ediciones B, Barcelona, 2004.

ESCARPANTER, José. "Eso no se escribe así : los 1.000 errores más frecuentes en español". Editorial Playor, Madrid, 1997.

ESPORA, Consultoría de Género.

ESTEVE RAMÍREZ, Francisco. "Estudios sobre información periodística especializada". Fundación Universitaria San Pablo-CEU, Valencia, 1997.

ESTEVE RAMÍREZ, Francisco. "Fundamentos de la formación periodística especializada". Editorial Síntesis, Madrid, 1993.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier. "Áreas de especialización periodística". Editorial Fragua, Madrid, 1999.

FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier. "Periodismo especializado". Editorial Ariel, Barcelona, 2004.

FUNDÉU.

GÓMEZ DE LIAÑO, F., "Diccionario Jurídico". Editorial Forum. 2001.

GÓMEZ TORREGO, Leonardo. "Manual de español correcto". Arco Libros, Madrid, 2002.

GRIJELMO, Álex. "El estilo del periodista". Taurus Ediciones, Madrid, 1998 y 2002.

GRIJELMO, Álex, "La gramática descomplicada". Círculo de Lectores. Santillana Ediciones. 2006.

LÁZARO CARRETER, Fernando. "El nuevo dardo en la palabra". Aguilar, Madrid, 2003.

LEWIS, Bernard. "El lenguaje político del islam". Taurus Ediciones, Madrid, 2004.

LUQUE CALDERÓN, José. "Crónicas del español urgente. 'Luquesinas'". Ediciones de Cultura Hispana. AECI.

MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis. "El lenguaje periodístico". Editorial Thomson Paraninfo, Madrid, 1989.

NÚÑEZ LADEVEZE, Luis. "Métodos de redacción periodística y fundamentos del estilo". Editorial Síntesis, Madrid, 1993

QUESADA PÉREZ, Montserrat. "Periodismo especializado". Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 1998.

RAMONEDA, Arturo. "Manual de estilo: guía práctica para escribir mejor". Alianza Editorial, Madrid, 1998.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. "Diccionario panhispánico de dudas". Editorial Santillana, Madrid, 2005.

REAL ACADEMIA ESPAÑOLA. "Diccionario de la Real Academia", Vigésima segunda edición. Editorial Espasa-Calpe, Madrid, 2001

RODRÍGUEZ TAPIA, Ana. "Ortografía práctica". Grupo Unisón Producciones, Madrid, 2005.

SÁNCHEZ DE AMO, Antonio; MARQUÉS, Susana. "Cómo mejorar la comunicación sobre discapacidad". Real Patronato sobre Discapacidad, Madrid, 2002.

SARMIENTO, Ramón y VILCHES, Fernando. "Lengua española y comunicación". Editorial SGEL, 2004.

SECO, Manuel. "Diccionario de dudas y dificultades de la Lengua Española". Editorial Espasa-Calpe, Pozuelo de Alarcón, 1998.

## **Otras fuentes:**

Asociación Nacional de Informadores de Salud (ANIS).

Código Deontológico de la Fape. 1993.

Curso "Periodismo social, comunicación y nuevas tecnologías" (Universidad Complutense de Madrid/Servimedia). San Lorenzo de El Escorial. 2007.

Declaración de Salamanca. I Congreso Periodismo y Discapacidad, 2004.

Conclusiones del I Foro Jóvenes, Drogas y Comunicación. Fundación de Ayuda contra la Drogadicción, 2005.

Salud mental y medios de comunicación. Manual para entidades. Feafes, 2003.

Julián Barriga Bravo, periodista y ex director general de Servimedia. Entrevista en "el-mundo.es", marzo de 2003.

I Foro Internacional de Periodismo Sanitario, Las Palmas de Gran Canaria, 2007.







**SERVIMEDIA SA**

**Calle de Almansa, 66. 28039 Madrid**

**Tel.: 91 545 01 00**

**Fax: 91 391 39 32**

**servimedia@servimedia.es**

**www.servimedia.es**

**Miguel Carballada Piñeiro, presidente de la ONCE y de su Fundación**

**José Luis Martínez Donoso, presidente de Servimedia**

**Antonio Mayor, vicepresidente**

**Miguel Sagarra Gadea, consejero delegado**

**José Manuel González Huesa, director general**

**Alberto Castillo Badal, subdirector general**

**José Alfonso García, director gerente**

**Arturo San Román, director de Comunicación**

En esta edición han colaborado: **Carlos Arizcun, Miguel Faraldo, Chema Doménech, Guillermo Fernández, Jaime Mulas, Esther Peñas, José María Rivas y Fernando Vilches.**

Diseño y maquetación: **María Teresa Garrido, Óscar Peinado, Serafín García y Juan Múgica.**

Agradecimientos para esta edición: **Javier de la Puente, Mario García, Carmen Gómez, Ana Gómez Plaza, Jéssica Hernández, María del Carmen Mariño, Ignacio Santa María, José Ramón Verano y Carmen Sosa Lora.**

**Y, en su conjunto, a toda la Redacción de Servimedia desde 1988**

