

La noticia

La noticia es el elemento básico con el que el periodista desarrolla su actividad profesional. Es difícil establecer una definición clara, concisa y completa de lo que es noticia, de manera que se hace necesario profundizar en varias de ellas para tener una idea lo más aproximada posible. Ante todo, hay que tener clara la diferencia entre acontecimiento periodístico y noticia:

â-ª **Acontecimiento**: es el mensaje recibido, conocido por el periodista o medio.

â-ª **Noticia**: se refiere al mensaje emitido, al mensaje ya transformado y publicado por el medio.

Para valorar la noticia el periodista dispone de una serie de factores y elementos esenciales que determinan su importancia y trascendencia y en lo que juegan también un papel importante las fuentes de información, todo ello será objeto de desarrollo en este tema.

1.-Definiciones de noticia

Walter Lippman (años 30): Noticia es la recopilación de rasgos de un hecho. La noticia no es un espejo de las condiciones sociales, sino la constatación de un aspecto que ha alcanzado notoriedad.

Gaye Tuchman (1983): La noticia depende de la estructura social, en cuanto a que ésta es productora de códigos normativos y, por lo tanto, la noticia determina lo que resulta de interés o de importancia para la sociedad. Esto acarrea acercarse a las maneras de comprender el significado de los acontecimientos, es decir, analizar el contexto espacio-temporal de un acontecimiento.

José Luis Martínez Albertos: La noticia es un hecho verdadero, inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los periodistas para su difusión.

Otros autores coinciden con Martínez Albertos en que la principal característica de la noticia es que se refiere a un hecho verdadero, no obstante hay quienes afirman que la autenticidad del hecho no es necesaria porque la propia noticia es ya por sí misma verdadera; pues el deseo de informar es más importante que la autenticidad de la noticia.

Francisco Herraiz: Noticia es lo que los periodistas creen que interesa a los lectores, por tanto noticia es lo que interesa a los periodistas. Aunque pudiera parecer que esta definición otorga el papel pasivo a los lectores, en realidad, son éstos los que condicionan con su interés y junto a los elementos del hecho a los periodistas

Denis McQuail, Sociología de los medios masivos de comunicación: La noticia debe ser:

- Oportuna. Que trate acontecimientos muy recientes o, aunque repetidos, de gran interés.
- Asistémica. Que trate acontecimientos aislados sin relación entre sí.
- Perecedera. Que deje de interesar cuando sus elementos ya no sean de actualidad.
- Imprevisible. Que aborde acontecimientos desacostumbrados o inesperados. Los acontecimientos de estas características pesan más que la propia noticia.

– Previsible. Que trate incidentales para los que el público está preparado, pues los hechos esperados son las noticias.

2.- Elementos para la valoración de la noticia (Decálogo de Carl Warren, Géneros periodísticos informativos, 1975)

Carl Warren es el primer autor en estudiar las características de una noticia, posteriormente Ismael Herráiz partió del decálogo de Warren para establecer sus propios elementos.

Los elementos que Carl Warren establece en su Decálogo son herramientas que nos ayudan a valorar y a profundizar en el contenido de un hecho, pues no todo lo que parece noticia lo es. Dichos elementos son los siguientes:

– **Actualidad.** Es la inmediatez en el tiempo, y se refiere a la oportunidad de que el acontecimiento suceda en el momento adecuado para su publicación. La actualidad es un elemento tradicionalmente básico y prioritario, y se suele confundir con Novedad aunque son dos conceptos distintos. Un acontecimiento puede ser actual, pero puede ser nuevo o no serlo, la novedad también es importante aunque no tiene el mismo peso que la actualidad. Hay distintos niveles de actualidad:

– La actualidad simultánea, que se refiere a aquello que sucede en el mismo momento en que se cuenta.

– La actualidad reciente, que es aquello que acaba de ocurrir y sucede a tiempo para ser incluido en el periódico del día.

– La actualidad prolongada, cuya vigencia se mantiene durante un cierto periodo de tiempo y que va en declive.

– La actualidad latente, que se refiere a los hechos que se acaban de conocer aunque no son recientes.

– La actualidad permanente, formada por aquellos hechos que nunca dejan de interesar.

– La actualización, tiene que ver con los hechos que en algún momento fueron noticia y que por algún motivo se vuelven a colocar como actualidad.

Los niveles de **Novedad** son los siguientes:

– La novedad absoluta, que es aquello nunca visto, lo excepcional.

– La novedad relativa, se refiere a las noticias que han sufrido una evolución o un cambio.

– **Proximidad.** Que es inmediatez en el espacio, suele suceder que mientras más familiar resulta una noticia más interés suscita. Hay tres tipos de proximidad:

– Espacial, que es lo cercano físicamente.

– Afectiva, que es la proximidad que tiene que ver con el terreno moral, y que produce alteración, simpatía, indignación etc.

– Temática, que son importantes porque su desenlace tiene expectativa sobre el tema.

– **Consecuencias.** Toda acción tiene una reacción o consecuencia, positiva o negativa, y la importancia de dichas consecuencias incrementa la importancia de un hecho.

– Relevancia personal. En este aspecto podemos hacer referencia por un lado a la notoriedad que el hecho da a su protagonista, y por otro lado a la notoriedad que ya tuviera dicho protagonista antes de que sucediera el hecho. Normalmente, es esto último lo que más intercala a una noticia.

– El bloque Humanidad. Aquí englobamos lo referente a cuestiones del carácter y la conducta, tanto en los instintos como en los sentimientos. Cualquier hecho que impulse la parte emocional de la persona puede incluirse en este bloque, y tienen especial relevancia los dramas sociales. Es más, el sensacionalismo siempre ha formado parte de la plana española. Dentro de este apartado podemos enumerar:

– Suspense, las noticias en las que no se sabe ¿Qué va a suceder?

– Rareza, las noticias que no son habituales.

– Conflicto, las noticias que suscitan polémicas.

– Sexo, las noticias que contienen informaciones morbosas, y que son propias de los medios sensacionalistas.

– Emoción, las informaciones que afectan a los dramas humanos.

– Progreso, se refiere a las noticias que puede aportar algún beneficio.

Cuantos más elementos tenga una noticia más importante va a ser.

3.-Elementos básicos que debe contener la noticia

Las informaciones de marcado carácter objetivo se limitan a enumerar los datos referentes a los hechos sucedidos, y dicha enumeración se hace en función de la importancia de esos datos. Este concepto es difícil de asimilar porque en la valoración de los datos que hace el periodista ya podemos encontrar subjetividad, no obstante podemos encontrar mayor o menor grado de la misma.

La técnica más utilizada para la elaboración de una información consiste en enumerar las famosas Seis "Ws" (qué, quién, cuándo, dónde, cómo y por qué) y tratar de responder a cada una de ellas. Las respuestas a estas preguntas son imprescindibles para que haya noticia, si falta alguna el lector no podrá comprender el hecho. Aunque el cómo y el Por qué no son fundamentales, pero si podemos incluirlos mejor. Las mencionadas Seis Ws no tienen por qué estar en la entrada, ni siquiera las cuatro principales, porque no es un resumen de la información. En la entrada el periodista debe destacar lo que considera más importante.

Además de los Seis interrogantes básicos, el periodista debe tener presente siempre a la fuente, es obligatorio citarla siempre que sea posible porque se debe conocer la procedencia de la información, ya que la credibilidad de la noticia va a depender de la fuente.

4.-Evolución de la estructura de la noticia

La redacción de una noticia no es una redacción normal, en la redacción de un hecho la conclusión final es lo más importante y en una noticia no hay un orden temporal porque hay que buscar el ¿Qué? Es la parte más importante, la que titula la información, y en torno a lo que se estructura lo demás.

La pirámide invertida surge como consecuencia de la forma de la información en los inicios de la prensa escrita. El formato utilizado era el asabanado, por lo que los hechos se presentaban en forma de narraciones, con la llegada del telégrafo las noticias empiezan a ordenarse tal y como hoy las conocemos. Durante la

Guerra de Secesión (1861–1865) todos los corresponsales querían ser los primeros en enviar sus textos, por lo que surgió un nuevo método que consistía en que cada uno debía transmitir únicamente un párrafo de su información. Aquí incluían lo más importante, para que en sus respectivos periódicos supieran interpretar los datos precisos. Posteriormente este método se denominó Pirámide invertida, donde el núcleo de la información se sitúa al principio, en la entrada o primer párrafo.

Cuando surge el teletipo la pirámide invertida sigue vigente, y durará hasta la irrupción de las nuevas tecnologías hace 15 años. Con las nuevas tecnologías el sistema de imprenta cambia, antes el cajista cortaba la información cuando no entraba en la página, por lo que había que repetir la información constantemente a lo largo del texto, por ejemplo; el ¿quién? Se mencionaba en el título, en la entrada, y en el texto. Ahora las informaciones se ajustan perfectamente a las páginas y hay que repartir las Seis Ws para enganchar el interés del lector hasta el final, dato que se da no se vuelve a repetir porque hay que aprovechar al máximo el espacio.

5. – Características del lenguaje informativo

Las características del lenguaje informativo se asocian a las cuatro Cs:

- Corrección. Consecuencia de poseer un nivel culto (Azorín).
- Claridad.
- Concisión. El espacio limitado impone una economía expresiva.
- Captación del interés del lector. Este es el fin primero del lenguaje informativo.

Según el autor, además, se establecen otras características más, según Martín Vivaldi:

- Claridad.
- Concisión. Es el uso estricto de los elementos imprescindibles para que se entienda la información. Un lenguaje ágil y sencillo, sin llegar a la extrema concisión ni al lenguaje telegráfico.
- Densidad. Es la utilización de palabras que precisen la explicación de los hechos.
- Exactitud. El uso de palabras tan precisas como el hecho.
- Precisión. Huir de ambigüedades y equívocos.
- Sencillez. Usar un léxico común.
- Naturalidad. Evitar cualquier tipo de pose lingüística.
- Originalidad. Aportar un sello personal al texto.
- Variedad. Evitar la monotonía y la pobreza de vocabulario.
- Atracción.
- Ritmo.
- Color.
- Sonoridad.

– Detallismo.

– Corrección y propiedad. No hay que olvidar las normas del idioma: usar los verbos en voz activa y, además, cuidar las tildes y la concordancia.

6.-Estilo periodístico

– Estilo informativo. El uso del estilo indirecto suele asociarse con el estilo informativo, con la creación periodística en estado puro que es donde hay que utilizar de manera más drástica las características mencionadas anteriormente. Este estilo, según Emile Dorifat, debe ser un simple enunciado de notas, hechos y datos que requieren:

– Concisión.

– Claridad.

– Captación.

Inicialmente, este autor hablaba de la necesidad de sintetizar y resumir la información desde el principio, en relación con el método de la pirámide invertida. El texto debe contar con ciertos mecanismos expresivos que conduzcan a una esquematización alternativa para enriquecer el texto, los leads y los títulos:

– Variedad del vocabulario.

– Empleo ágil del léxico.

Pero sin olvidar que no se pueden emitir juicios de valor, hay que interpretar y transmitir datos.

– Estilo ameno o folletínista. Está reservado a secciones que no son puramente informativos, es un estilo más abierto y menos encorsetado que el periodístico. Para Dorifat es un estilo menor situado entre la literatura y el periodismo, su estructura se apoya sobre todo en hechos secundarios, anécdotas etc. Encontramos las noticias con este estilo en las secciones de cultura, ocio, deportes etc.

– Estilo de solicitud de opinión o editorializante. Este estilo afecta a los géneros informativos cuya función es la valoración de los hechos y la orientación del lector, su origen deriva de los géneros literarios cuyas características son la documentación y la conclusión. Hay tres tipos de solicitud de opinión:

– Editorialización didáctica (cátedra o enseñanza autoritaria). Se basa en un discurso autoritario que no da al lector margen para la duda. El objetivo del autor es transmitir una idea para que sea creída fielmente por el lector.

– Editorialización objetiva. Aquí el autor se abstiene de hacer juicios, la orientación del lector es mínima. La simple acumulación de hechos y la fuerza del discurso llevan al lector a formarse una opinión.

– Editorialización interpretativa. El autor proporciona en el texto todos los elementos informativos necesarios para conocer el tema con el fin de orientar el juicio del lector sin que explícitamente se vea su opinión. El autor interpreta los hechos y orienta a los lectores hacia determinadas conclusiones.

5.-Libros de Estilo

Los libros de estilo son un compendio de las formas de expresión más adecuadas para transmitir la información periodística. Es el código de la redacción de un medio en cuanto a que contiene el conjunto de normas tendentes a conseguir las cuatro Cs, y a lograr la consistencia en la utilización de las reglas gramaticales.

Los Títulos

La importancia de los títulos es determinante en el periodismo escrito ya que constituyen, junto a la fotografía, el elemento principal para atraer la atención del lector. Será tras la lectura del título cuando éste decida si lee la información que le sigue. El titular enuncia la noticia, pues tiene una importante función identificadora, y la hace asequible al lector, y éste se va a formar un concepto de la realidad en función del titular. Muchos autores consideran que los titulares determinan la trascendencia social del tema, incluso un mal título puede arruinar una buena información. Por ello, es un error que el editor titule la información porque puede no tener una buena orientación de la noticia.

La estructura del título está formada por sintagmas (grupos de elementos lingüísticos que, en una oración, funcionan como una unidad) nominales con tendencia a la estructura bimembre. Por tanto, puede omitir unidades o elementos de la oración exigidos en los principios gramaticales (preposiciones, artículos, sujeto y, como última opción, el verbo) y que deben estar obligatoriamente en el texto.

En la información el título siempre se desprende de la entrada o primer párrafo, es decir, el título siempre debe repetirse en la entrada o párrafo de entrada, aunque no tiene por qué ser una copia mimética. En definitiva, el título identifica la noticia contando qué ha sucedido, y el resto cuenta cómo, dónde

1- Tipos de títulos

a) Clasificación de Alarcos Llorach atendiendo a los criterios lingüísticos:

– Según su referencia o contenido:

- Objetivo, si resume el contenido de la noticia. Ej: "Eta asesina a Tomás y Valiente".
- Subjetivo, si busca llamar la atención. Ej: Las balas de Eta matan a Tomás y Valiente". Si el título ya es de por sí llamativo hay que tender al titular objetivo.

– Según su amplitud:

- Amplio, si además de lo que da más información para profundizar en el hecho. Ej: "Uno de los etarras más buscados asesina a Tomás y Valiente". Es recomendable tender a utilizar un título amplio.
- Concentrado, únicamente enuncia lo que. Ej: "Tomás y Valiente, asesinado".

– Según su concreción:

- Completos o Explicativos, si expresan lo esencial de la noticia. Se caracterizan por llevar siempre el sujeto. Ej: "Un etarra del comando Madrid asesina al catedrático Tomás y Valiente en su despacho"
- Incompletos o Implícitos, si se limitan a una parte de la noticia y no llevan sujeto. Ej: "Asesinan a Tomás y Valiente". Los incompletos pueden ser a su vez:

– Propios o normales, si emplean una evidencia lingüística. Ej: "La sequía produce graves pérdidas en la agricultura". Hay que tener cuidado con los títulos obvios.

– Figurados o anormales, si emplea figuras literarias. Ej: "La lluvia produce 21 muertos en Badajoz".

– Según su omisión o elipsis, si eluden elementos de la oración o cambian su orden:

- Unimembres, cuando el tema está subordinado a la tesis (idea que se quiere transmitir). Ej: "Asesinato de cuatro norteamericanos en Irak".
- Bimembres, cuando el tema y la tesis están separados o enfrentados: "Tomás y Valiente, asesinado".

b) Clasificación de Néstor Ldewez. Considera que el criterio periodístico depende de la función de informar, qué es y cómo delimita el campo informativo y qué contenido informativo se desprende del hecho. Néstor Ldewez persigue separar los títulos informativos de los que no lo son:

- Expresivos, no aportan información precisa sobre el hecho, sino que evocan más o menos un hecho que se presume conocido. Normalmente están formados por palabras sueltas acompañadas de un símbolo ortográfico, y son propios de la prensa sensacionalista o deportiva. Este tipo de titulares rompe con las reglas de los títulos porque estas prohíben la utilización de signos ortográficos en los titulares. Ej: "Ganamos", "Victoria".
- Apelativos, son aquellos que utilizan el lenguaje para llamar la atención sobre un hecho cuyo conocimiento no se presume. Es un tipo de titular muy frecuente en la prensa sensacionalista y en la prensa de información general en los géneros de reportaje y crónica. Ej: "Masacre en Argelia".
- Temáticos o simplificadores, enuncian el tema sin identificar, evaluar ni enunciar el tema de la noticia. Ásnicamente sitúan la noticia, y son frecuentes en breves y géneros no informativos como artículos y editoriales. Ej: "La salud moral del Reino Unido".
- Informativos, explican el sujeto de la acción, la acción misma y sus circunstancias, es decir el qué y otro elemento importante. Son títulos temáticos en el sentido que deben enunciar el tema sin juicios ni valoración, los podemos encontrar en política, nacional, internacional. A pesar de esto, cada vez más podemos encontrar títulos Interpretativos que informan e interpretan, como por ejemplo: "La UE intenta mantener vivo el proyecto europeo", y títulos Valorativos que informan a la vez que valoran, por ejemplo: "Baleares defiende una financiación similar a la que plantea Cataluña". Los titulares informativos se dividen en dos grandes grupos:

– Estáticos, que reflejan efectos o resultados de una acción y que obligan a utilizar el tiempo pasado basándose en el participio. Ej: "Rescatados los cuerpos de los dos montañeros".

– Dinámicos, se refieren a la acción y requieren, por lo tanto, un verbo en presente o futuro. Se deben utilizar siempre que sea posible porque el verbo debe ir en presente antes que en cualquier otro tiempo. Ej: "Nadal jugará la semifinal de Roland Garros".

c) Títulos de acto de habla o de declaraciones. Son los que enuncian la idea, declaración o pensamiento de una persona:

- Forma indirecta. Recoge las declaraciones del protagonista de la noticia interpretándolas o valorándolas, es decir, no transcribe literalmente la cita. Los titulares de cita indirecta se pueden dividir en:
 - Objetivos: "Zapatero defiende que la crisis hace más urgente un acuerdo financiero en la UE".
 - Interpretativos: Fraga trata de ganar votos entre los emigrantes gallegos.
 - Valorativos: Solbes convence a los empresarios del rigor de su política económica.

- Forma directa o frase textual, sigue la estructura nombre de la persona, dos puntos y frase literal entre comillas. Ej: Zapatero: "La crisis hace más urgente un acuerdo financiero en la UE". No se debe utilizar el verbo decir.
- Forma mixta. Titular que mezcla las dos formas anteriores, interpreta la declaración entrecomillando solo una palabra para mostrar la palabra exacta dicha por el personaje.

2- Reglas para titular una información.

El título debe siempre reunir dos características:

- Recoger lo más importante de la información.
- Captar la atención del lector.

Para ello, debe guardar una serie de reglas básicas:

- 1.- El dato o datos del título deben aparecer en la entrada o párrafo de entrada.
- 2.- Los títulos pueden ser breves, pero sin perder claridad, y recoger la máxima información posible.
- 3.- Directos: los títulos tienen que plasmar sin ambigüedades lo que queremos decir.
- 4.- El título debe ser siempre informativo, declarativo del contenido de la noticia.
- 5.- Jamás puede aparecer en titulares (títulos, subtítulos, subtítulos o sumarios) datos que luego no aparezca en la información.
- 6.- Los verbos en presente siempre que sea posible.
- 7.- La frase debe ser afirmativa, hay que huir de la negación en los títulos.
- 8.- No se puede repetir palabra en todo el cuerpo de titulares, siempre hay una palabra que sustituye por lo que no es necesario reiterar.
- 9.- No se pueden partir las palabras.
- 10.- No se puede usar puntos.
- 11.- No se puede abusar de las comillas, de signos de admiración o de interrogación. El énfasis se centra en la correcta elección del verbo.
- 12.- Cuidado con las cacofonías.
- 13.- Evitar el uso de palabras ambiguas.
- 14.- Hay que vigilar la concordancia porque es un error muy frecuente.
- 15.- Sólo se puede utilizar siglas muy conocidas.
- 16.- Los adjetivos no deben ser utilizados porque se asocian con la falta de objetividad.
- 17.- No se deben crear falsas expectativas.

18.- Suprimir unidades de la oración solamente cuando sea necesario, especialmente en el caso del verbo.

19.- El título no debe resumir la información, sino destacar lo más importante de ella (el qué más otros elementos llamativos).

20.- Cuidado al sintetizar expresiones o nombres, para hacerlo deben ser siempre muy conocidos.

Los tiempos verbales recomendados son los siguientes y por ese orden:

– 1ª opción: Presente siempre que sea posible.

– 2ª opción: Futuro. También da sensación de actualidad.

– 3ª opción: Pasado. Si se utiliza el pasado se recomienda el pretérito indefinido porque ahorra espacio, o el pretérito perfecto que se refiere un pasado más reciente. Los teóricos recomiendan este último, aunque la forma más utilizada es la primera.

– 4ª opción: Participio porque tiene gran facilidad para comprimir la idea y ahorra espacio, pero no se debe abusar de esta forma.

– El gerundio no está aconsejado ni en los títulos ni en el resto del cuerpo de la noticia.

Los errores más frecuentes son:

– La utilización de expresiones que hay que desterrar como: probable y algunos tiempos del verbo poder, como puede o podría. Estas formas transmiten la idea de falta de certeza o conocimiento sobre el hecho, o de poco trabajo sobre la noticia. Ej: González podría ser imputado por el supremo en el caso GAL

– Hay que cuidar el orden de los elementos de la oración, es mejor no cambiarlos si alteran su significado.

– Si se elimina el sujeto el verbo no se puede mantener en su forma personal. Está permitido pero no es recomendable, es mejor utilizar el participio en estos casos.

Antes de poner un título hay que tener en cuenta una serie de factores:

– El género, porque no se titula igual un reportaje que un breve. El reportaje es más amplio o extendido.

– El hecho, si se trata de un acontecimiento o unas declaraciones.

– La sección, los títulos de deportes o de cultura son menos informativos mientras que los de economía son más estrictos.

– El número de columnas, el titular no debe ser muy largo si la noticia tiene pocas columnas.

– El cuerpo y el tipo de letra (tamaño y fuente), varía en función de la situación que tenga la noticia en la página, o si va a 2, 3 o 4 columnas.

– El medio, algunos medios son más informativos y otros más apelativos. Esto varía según la orientación ideológica.

– Repercusión del título en los lectores

– Serie visual paralingüística, es decir, las construcciones verbales con influencia gráfica como el tamaño excesivo, las tramas, los lutos etc.

Además del título, una noticia incluye: subtítulo, antetítulo, sumarios, ladillos, pie de foto, ventana, rataplán, cintillos, epígrafes y folio. El conjunto formado por título, subtítulo, antetítulo y sumario se denomina cabeza de la información, y su redacción esta sometida a las mismas reglas que el título.

3- Subtítulo y antetítulo.

Estas construcciones verbales forman parte de la cabeza de la información o cuerpo de titulares, y por ello tienen un tamaño distinto al del cuerpo de la información. Hasta hace sólo unos años los subtítulos y antetítulos tenían funciones bien definidas y muy distintas:

- El antetítulo se utilizaba sólo cuando la noticia tenía antecedentes informativos de importancia, o recientes a destacar.
- El Subtítulo aportaba algún dato importante que no tenía cabida en el título.

En la actualidad, todos los medios utilizan uno u otro dependiendo de su diseño porque tienen la misma función: la de aportar un dato importante que no tiene cabida en el título, bien sea para complementarlo o para destacar otro aspecto de la noticia si se trata de una noticia múltiple. Los subtítulos y antetítulos ofrecen una explicación del hecho, por ello son fundamentales para captar la atención del lector.

Las normas a seguir en la redacción de subtítulos y antetítulos son las mismas que para los titulares y en cuanto a su relación, el título se debe entender por sí mismo, es independiente, pero el subtítulo depende del titular para ser entendido. Por lo tanto, el subtítulo puede ser dependiente o no.

4- Sumario.

El sumario recoge una ampliación de la idea o dato que se ofrece en el título. Un buen sumario añade una de las seis Ws no incluidas en el subtítulo o antetítulo porque puede así captar la atención. No obstante, el sumario se utiliza, además, para destacar frases o párrafos del texto que capten la atención del lector, aunque no amplíen el dato del título o subtítulo. Es preciso no confundir estos sumarios con los sumarios de primera página (o de tercera en el caso de las revistas) que enuncian los contenidos más importantes.

5- Ladillo.

El ladillo es una frase corta que normalmente no llega a tener más que 1 a 2 palabras. Su función es dividir una información extensa para aligerar el peso visual de la página, pero, además, también cumple una función localizadora porque sirve de guía al lector si el tema del subtítulo no está al principio del cuerpo de la información. El ladillo va destacado tipográficamente, y está colocado obligatoriamente entre pesos, es decir, ni al principio ni al final del texto sino en mitad de la columna, es preciso que tenga debajo 4 a 5 líneas de texto como mínimo.

6- Epígrafe y cintillo.

Forman parte del cuerpo de titulares o cabeza de la información, y ambos unifican distintas informaciones dentro de un mismo tema. El epígrafe tiene un sentido localizador, ya sea temático o geográfico. Puede aparecer en una o varias páginas. El cintillo, además de como localizador del tema, también cumple una función informativa porque aporta algún dato sobre el tema.

7- Ventana y Ratapl n.

Las ventanas se localizan en primera página, y constan de un título que destaca una información importante, con o sin texto, dentro de un recuadro. Por otro lado, el ratapl n es un titular acompañado de texto y situado en primera página, que no está recuadrado. Éste último ya no se utiliza tanto.

8- Pie de foto y fotonoticia.

El pie de foto es un texto breve que acompaña a la información gráfica que lleva la noticia, ya sea fotografía, infografía, gráfico, cuadro etc. El pie de foto debe aparecer siempre, aunque el contenido tenga entidad suficiente como para reconocerla. El fotoperiodismo no es una parte secundaria dentro del periodismo porque lo primero que ven los lectores no es el título, el subtítulo o el lead, sino los elementos gráficos de la información. Después se interesan por el título y luego vuelven al pie de foto, solo se lee el 25% de las informaciones de un periódico y muchas veces el periodista no da importancia al pie de foto.

  Las características que debe tener un pie de foto son:

- 1.- Debe ser siempre informativo y nunca editorializante aunque la foto lo sea.
- 2.- Es independiente del texto de la noticia, su lectura debe ser suficiente para comprenderlo.
- 3.- Su extensión depende del tamaño del elemento gráfico al que acompañe, normalmente es de 1 línea   2 en función de cada medio. Si la información es a 3   4 columnas lo normal es una línea de texto.
- 4.- El contenido debe describir la imagen que muestra.
- 5.- No lleva título.
- 6.- Debe aparecer siempre la firma del fotógrafo o autor del gráfico.
- 7.- Hay que señalar si el elemento gráfico utilizado es de archivo.

La fotonoticia es también un texto informativo que acompaña exclusivamente a una fotografía, no obstante es de mayor extensión que el pie de foto y se puede utilizar para complementar. Reúne las siguientes características:

- 1.- Texto de mayor extensión.
- 2.- Puede complementar un reportaje o informe o también puede utilizarse, es lo más común, como pieza informativa autónoma en primera o última página.
- 3.- Lleva título, bien separado del texto o bien destacado con cuerpo mayor, en negrita o subrayado en la primera línea del texto (engatillado).
- 4.- Las reglas para escribir el texto de la fotonoticia son idénticas a las del breve, con la diferencia de que el contenido debe responder obligatoriamente a la imagen que la acompaña.

9-Folio

El folio se sitúa en la parte superior de la página, y consta de una línea en la que se especifica el nombre de la sección, la fecha y el nombre del periódico.

Entradilla, Lead o párrafo de entrada

El texto informativo o noticia consta de tres partes: el cuerpo de titulares, la entrada, lead o párrafo de entrada, y el cuerpo textual. La primera parte del texto informativo, que aparece a continuación de los títulos, se denomina párrafo de entrada o entrada. Hay diferentes escuelas en los periódicos a la hora de escribir las primeras líneas del texto, pero en cualquier caso su redacción se debe plantear de forma similar sin importar si están o no destacadas tipográficamente.

La diferencia entre utilizar un término u otro para referirse a estas líneas iniciales está en sus características tipográficas: cuando éstas son similares a las del resto del texto se utiliza el término párrafo de entrada, y cuando éstas son distintas se recurre a los términos entrada o lead. La entrada tiene únicamente una función estética, y se suele utilizar más en informaciones largas de 3 a 4 columnas.

Dejando de lado las características tipográficas, en ambos casos esta parte de la noticia tiene un tratamiento independiente del resto de la información. Lo principal es saber qué queremos decir, a quién va dirigida la información, y cómo la vamos a transmitir para captar la atención del lector.

1- Definición.

La entrada no es otra cosa que el primer párrafo de la noticia y su parte fundamental, ya que se trata del arranque de la misma y debe captar la atención del lector. En función del diseño deberá o no cumplir con unas normas tipográficas.

2- Reglas de relación.

– La entrada con el título: de coherencia temática pero no coherencia lineal. Ninguna información o dato del titular puede quedar presupuesto, el título debe estar obligatoriamente repetido en la entrada, si no miméticamente. Los datos que en él se mencionan desarrollados. Por ello, si decidimos primero cuál es el título de la información estamos simplificando el trabajo de la entrada. Por ejemplo, la relación temática correcta es:

– Título: *El premio especial de la Primitiva recae en una pareja de amigos de Torre del Mar.*

– Párrafo de entrada: *Un grupo de 21 trabajadores de la empresa Alsina Graells ha resultado agraciado con el premio especial de la lotería Primitiva*

Y la relación lineal incorrecta sería:

– Título: *El premio especial de la Primitiva recae en una pareja de Torre del Mar.*

– Párrafo de entrada: *Los agraciados son 21 trabajadores de la empresa Alsina Graell, quienes.*

– La entrada con el cuerpo de la información: De coherencia lineal, la información dada en la entrada sí puede tener continuidad en el siguiente párrafo de información. Es el único caso donde está aconsejada esta coherencia, ni siquiera en el texto se permite este tipo de relación.

3- Características de la entrada.

La entrada o párrafo de entrada debe contener lo esencial de la noticia, es decir, el título desarrollado y uno o dos elementos también importantes, llamativos o de interés. El objetivo es captar la atención del

lector.

Las reglas para su redacción son:

- 1.- Debe contener toda la información del título, repetir todos los datos del mismo. Debe, por tanto, de existir una coherencia temática con el título, nunca lineal.
- 2.- Debe tener total autonomía, en el sentido de que tiene que contener los datos suficientes para que el lector conozca lo fundamental de la noticia, y en el sentido también de que el texto sea comprendido por el lector si necesidad de haber leído el título.
- 3.- Contendrá los elementos más importantes, pero nunca los seis elementos básicos o seis Ws.
- 4.- Dato que ya se ha reflejado en la entrada no se repite más a lo largo del texto, por tanto la entrada no se puede plantear como un resumen de la noticia.

4- Tipología.

Se establece en función de los elementos de la noticia que introduzcamos en la entrada:

- **Actual o actualizada:** es la desviación o evolución que se ha producido de la entrada resumen utilizada en la pirámide invertida, que ya no utilizamos. Es la entrada puramente informativa, la más empleada en las redacciones, y consiste en que el periodista valora los elementos de la noticia y destaca sólo los elementos más importantes de la misma, excluyendo los de menos interés. No hace resumen de los elementos, por eso no incluye las seis Ws sino que los elementos dados en la entrada ya no se repiten más en el resto del texto. Los elementos de menos interés se desarrollan posteriormente de forma jerárquica según su importancia.
- **Sumario:** se utiliza para incluir más de una noticia en un mismo texto informativo. Estas son las noticias en las que se suele hacer un despiece informativo, y la entrada comienza por el dato que se destaque en el título y seguir enunciando los temas más importantes incluidos en el texto.
- **De agenda:** este tipo de entrada no se recomienda pero se da bastante, relata una serie de hechos previstos sin añadirle ningún elemento de interés. Es todo lo contrario a lo que debe ser una entrada: la parte de la información que capte la atención del lector.
- **Institucional:** este tipo de entrada antepone el nombre de la institución o de la organización al que, convirtiéndola en protagonista. Se utiliza mucho pero está desaconsejada a no ser que la institución sea el núcleo de la noticia, el motivo es que institucionaliza mucho al periodico. Para evitar esto, se recomienda comenzar con el que y no con el nombre de la institución.
- **De relación de personajes o de instituciones:** es igual que en el caso anterior, la entrada no debe comenzar con la relación de personajes y/o de instituciones presentes en un acontecimiento. Debemos arrancar con el que y posteriormente destacar a las instituciones o personajes más importantes.
- **Literaria:** el periodista puede y debe apostar por este tipo de entrada, pues ésta no tiene porqué ser un texto frío y aséptico. Se pueden utilizar aquellos elementos literarios que se consideren necesarios para enriquecer el texto, siempre que no cambie el sentido de la información. No obstante, nunca debe comenzar la entrada con un comentario literario.
- **De frase corta:** esta entrada está de moda porque es un recurso para llamar la atención del lector. Es una fórmula aceptada y recurrible siempre y cuando la frase sea un elemento clarificador y no complique la

claridad el texto. Hay que tener, por tanto, clara la frase y el lugar que va a tener en la entradilla. En muchos periódicos está desaconsejada o prohibida, no se deben utilizar ni nombres de películas, ni refranes, ni tópicos.

– Resumen (pirámide invertida): es la entradilla tradicional de la pirámide invertida que resume los elementos de la noticia, las 6 Ws. Es igual a la entradilla actual o actualizada, y no se utiliza más que en comunicados de prensa, noticias de agencia o teletipo, y en aquellas informaciones relacionadas con los medios audiovisuales. Es una forma anticuada que pocos medios aceptan ya.

– De declaraciones: se ha impuesto el periodismo de declaraciones o periodismo pasivo, el periodista ya no acude al lugar de los hechos y fruto de esto es la entradilla de acto de habla. Este tipo de entradilla puede comenzar o incluir una cita textual entrecomillada, pero para ello se tiene que elegir una frase contundente, importante de las declaraciones realizadas al periodista. No se debe abusar de esta fórmula, la entradilla no debe incluir más de una cita textual, sino que debe dominar siempre el estilo indirecto, además, la frase directa no debe ser excesivamente larga.

– Estadística o económica: se hacen para las noticias que ofrecen datos sobre números. Los números complican el texto si van en exceso, sobre todo en cantidades, a±o etc. Por eso, hay que darlos gradualmente a lo largo de la información. Por lo que para la entradilla reservaremos el más llamativo o importante, una media para una visión global, el dato mayor y el menoretc. Este tipo de noticias son frecuentes en secciones económicas.

El cuerpo de la información

1- Definición.

El cuerpo de la información es la parte que complementa y desarrolla la información ya dada en el párrafo de entrada o entradilla, y aborda los demás elementos de la noticia no recogidos en ésta. Por tanto, la cabeza de titulares y la entradilla, es decir el arranque del texto, forman una unidad que profundiza en el dato nuclear de la información, y el cuerpo de la noticia complementa este núcleo sin repetir los datos que ya se han dado. Entonces, con el resto del texto, en primer lugar, hay que profundizar en los datos ya expuestos y ampliarlos hasta agotar todos los aspectos de interés, y en segundo lugar se incorporan al texto los demás datos que aún no han sido incluidos.

2- Características.

El cuerpo textual de la noticia no responde al orden natural de los textos, normalmente éstos tienen un orden temporal, explicativo y secuencial, y el texto informativo no lo tiene. Cuando informamos no nos interesa el orden de sucesión de los hechos o el orden de intervención y exposición, sino la importancia del hecho o lo más importante que se ha dicho, por lo tanto el orden se establece en función de la importancia. Esta valoración de los hechos que se hace al principio hay que mantenerla durante todo el texto.

El texto periodístico también se caracteriza por no tener orden explicativo, esta característica permite ampliar y quitar datos del texto ante una exigencia de última hora. Además, este carácter abierto se consigue también por la ausencia de relación entre párrafos, la relación tiene que ser de yuxtaposición temática y carencia de referencia entre ellos. Para lograrlo hay que evitar el uso de expresiones o muletillas tales como: en este sentido, como se expuso antes, en conclusión de todo lo dicho etc. En definitiva, los párrafos deben ser esquemáticos y estar agotados para pasar a otro.

En la relación entre entradilla y cuerpo textual se recomienda la coherencia lineal porque es muy difícil que el núcleo de la información se agote en la entradilla, y en todo caso esto no es aconsejable porque lógicamente el dato importante hay que seguir desarrollándolo.

A la hora de redactar el cuerpo de la información debemos mantener como objetivo la necesidad de captar la atención del lector, por ello es importante que ordenemos convenientemente los datos y que profundicemos en ellos para ofrecer al lector todos los aspectos de interés posibles. La principal diferencia y potencialidad del periodismo escrito, especialmente en soporte papel, estriba en la ventaja que éste tiene a la hora de profundizar y analizar los hechos.

3- Cuerpo de texto actual.

Los datos se ordenan en función de su importancia e interés y de la vieja estructura de la pirámide invertida sólo se mantiene en la actualidad lo referente al orden de los datos del texto en función de la importancia. Los párrafos deben ser tematizados y sin referencia entre ellos, es decir, cada párrafo desarrolla y agota uno de los aspectos de la información con el objetivo de no volver más sobre ellos, y que el dato que ya se haya dado no se repita más, especialmente en el caso de los datos numéricos.

Si es posible debemos enriquecer los datos apoyándonos en fuentes documentales, es fundamental la contextualización en los antecedentes, el análisis de la noticia para establecer consecuencias del hecho etc. No es suficiente, por lo tanto, la información del momento, hay que contrastarla para conseguir una información lo más elaborada posible.

También hay que tener en cuenta que la tendencia del texto actual pretende conseguir textos fáciles para el lector, pero en ningún caso aburridos. Por lo tanto, debemos evitar frases largas y encorsetadas o, en su defecto, telegráficas, y seguir las pautas del periodismo de investigación e interpretativo.

Reglas de estilo:

1.- Oraciones escritas en forma activa mejor que en pasiva. Los textos periodísticos deben apostar siempre por la forma activa a la hora de construir las oraciones, la forma pasiva es poco recomendable. Y es que la voz activa ayuda a acercar la acción en cuanto al momento en el que se produce el hecho, da sensación de actualidad.

2.- Coordinar mejor que subordinar.

3.- Uso del presente cuando sea posible, según Alex Grijelmo: El presente parece creado expresamente para los periodistas. El presente se usa para:

- Las acciones pasadas en los casos de noticias cronológicas: Presente histórico.
- Describir acciones futuras: Presente de anticipación, es preferible al futuro.
- Las oraciones que se refieren a declaraciones, no a hechos, y éstas expresan una creencia.
- Cuando no es necesario relacionar el verbo con el momento de una declaración o hecho. Por lo tanto, el uso del presente está prohibido junto a adverbios de tiempo que refieren el momento de la acción.

Cuando no es posible el uso del presente:

- En primer lugar se utiliza el pretérito perfecto y el pretérito indefinido porque acercan la acción.
- En segundo lugar el futuro compuesto. Es el tiempo indicado para informar sobre hechos previstos pero que no se sabe si se han producido. Ésto es propio de noticias programadas.
- El uso del gerundio no está recomendado.

4.- La concordancia es un fallo común debido a la costumbre de subordinar que aleja el sujeto del verbo, hay que evitar las frases largas para no caer en ella.

5.- Cuidado con la puntuación, el sujeto y el verbo no pueden separarse con una coma y si entre éstos hay una explicación no hay que olvidar cerrar las comas. Se debe evitar el uso de: comillas, utilizando el estilo indirecto, guiones, paréntesis, excepto en las siglas, corchetes, interrogaciones, porque dificultan la lectura y crean confusión.

6.- El uso de tópicos para salir del paso hay que evitarlo, no se puede calificar en el texto, al igual que la reiteración de palabras de igual sonido o rima, la cacofonía, y la redundancia, porque el espacio de la información se debe aprovechar al máximo. Es preciso utilizar palabras directas y claras.

Reglas de contenido:

1.- No hay información completa si no se incluyen los seis elementos básicos de la noticia (6Ws). El más importante se utilizará en el título y en la entrada o párrafo de entrada, y los demás se irán exponiendo según su importancia.

2.- Antes de escribir la noticia es bueno responder a las siguientes preguntas:

a) Qué datos debemos incluir obligatoriamente y de cuáles podemos prescindir.

b) Qué orden vamos a dar a los datos seleccionados, agrupándolos por párrafos, y cuál va a ser el título.

c) Qué aportación documental y fuentes son necesarias para conseguir una información bien elaborada.

d) Determinar el contexto necesario aportando datos ya dados en otras ediciones para que el lector comprenda fácilmente el sentido de la información que estamos dando.

e) Qué clase de información debe darse sobre los testigos y fuentes consultadas, si las fuentes son anónimas explicar por qué, así como su grado de credibilidad.

4- Tipos de Información.

- Sobre acontecimientos: hechos periodísticos que suceden.

- Sobre actos de habla: tanto documentos como declaraciones, conferencias, ruedas de prensa etc. En cuanto a los textos orales hay que destacar:

a) Qué se dice, quién lo dice, el momento en qué se dice, ante quién, y la posible razón por la que se dice.

b) En las declaraciones no se sigue el orden temporal, el orden está establecido en función del interés o importancia de los datos dados, nunca debe ser un resumen de lo dicho. Sólo en entrevistas no informativas se puede utilizar el orden temporal.

c) Las declaraciones se deben transmitir mediante el estilo indirecto preferentemente. Lo recomendable es el texto íntegramente en este estilo, pero también se puede utilizar el estilo directo alternándolo con el indirecto, pero sin mezclarlos.

El estilo directo

Las tres formas correctas de escribir una cita textual son:

- 1.- "La construcción del Ave a Málaga originará beneficios por valor de 25.000 millones", afirmó la ministra...
- 2.- La ministra aseguró: "La construcción del Ave a Málaga originará beneficios por valor de 25.000 millones".
- 3.- "La construcción del Ave a Málaga, afirmó la ministra, originará beneficios por valor de 25.000 millones".

Estilo indirecto

Se introduce por los llamados verbos de decir: manifestar, declarar, afirmar, añadir, opinar, asegurar, anunciar, agregar, señalar, etc., y no lleva comillas. La forma correcta es: La ministra afirmó que la construcción del Ave a Málaga originará beneficios por valor de 25.000 millones. Y la incorrecta: La ministra afirmó que la construcción del Ave a Málaga originará beneficios por valor de 25.000 millones".

Estilo de cita mixta

Se permite la cita en estilo indirecto con alguna expresión entrecomillada, pero únicamente palabras sueltas nunca frases. Por ejemplo: La ministra afirmó que la construcción del Ave a Málaga originará beneficios por valor de 25.000 millones, o Rodríguez afirma que la situación del Palacio de la Aduana es una "tragedia" para Málaga. Si la frase se ha dicho de forma incorrecta gramaticalmente no se puede transcribir.

5- Noticias simples y noticias compuestas

Las noticias simples son aquellas que solo contienen un elemento noticioso, y las noticias compuestas las que incluyen más de un elemento noticioso. En una noticia simple el núcleo es el centro de la información, un hecho, unas declaraciones, una victoria deportiva etc., por lo tanto su estructura será la siguiente:

- 1.- Título: recoge el aspecto principal o idea "A", es decir el núcleo.
- 2.- Párrafo de entrada o entradilla: repite y desarrolla la idea "A" sin agotarla ni resumirla.
- 3.- Cuerpo de la información: termina el desarrollo de la idea "A", e introduce todo el material secundario no tratado todavía y la información contextual para situar al lector.

Un hecho tiene más o menos importancia en relación al contexto en el que se produce, hay dos tipos de contextualización:

- Diacrónica, explica la sucesión de hechos o circunstancias anteriores a la noticia que están estrechamente relacionadas con ella.
- Sincrónica, explica las circunstancias geográficas, políticas, sociales que tienen que ver con la situación actual de la noticia.

En definitiva, toda la estructura de la noticia simple se mueve en torno al núcleo de la información, aunque las consecuencias del hecho también son importantes sobre todo si trata de consecuencias que se alargan en el tiempo.

En cuanto a la estructura de la noticia múltiple, ésta contiene más de un elemento noticioso: "A", "B", y

"C". Su estructura es similar a la de la noticia simple, pero tiene más complejidad y necesita de la relación entre párrafos. También se requiere valorar cuál de los múltiples hechos es el más importante de la noticia, por lo tanto, la estructura será a las:

1.- Título: recoge el aspecto principal, la idea "A". Aunque a veces podemos encontrar un buen título general que recoja todos los elementos importantes de la noticia.

2.- Subtítulo obligatorio: debe contener la idea "B" o segundo dato en importancia, para que el lector sepa que hay más de un hecho. También se puede desarrollar aquí la idea A, pero es más interesante que anunciemos otros contenidos destacados de la información porque no hay que agotar la idea A si tenemos otras ideas.

3.- Párrafo de entrada: desarrolla los tres elementos importantes de la información A, B, y C, por lo tanto será una entrada resumen de las distintas noticias simples que convierten a la noticia en compuesta. En este caso hay dos elementos necesarios en el lead:

- El nombre de la fuente.

- El marco donde se han desarrollado los elementos más importantes.

4.- Cuerpo de la información: aquí se debe terminar:

- El desarrollo de la idea "A", introduciendo el material secundario de esta idea "a" y la información contextual.

- El desarrollo de la idea "B", introduciendo el material secundario de esta idea "b" y la información contextual.

- La exposición y desarrollo de la idea "C", introduciendo el material secundario "c".

Es importante en estas noticias evitar la relación entre párrafos y agotar cada idea en uno, además, hay que incluir ladillos.

6- Tipos de noticias según Paul V. Sheehan

- **De sumario**. Las noticias de sumario suelen ser múltiples, es decir, tienen varios elementos noticiosos dentro de su información. Son noticias derivadas de la unión de distintos hechos que tengan relación, o la misma procedencia geográfica, o traten el mismo tema etc., En definitiva, tiene que existir un nexo entre los distintos elementos.

- **Cronológicas**. Son la excepción que confirma la regla que dice que no se puede seguir un orden temporal en un texto informativo. Las noticias cronológicas normalmente aparecen como complemento de otras, es muy difícil encontrar una noticia cronológica que sea la principal. Además, hay otra excepción: las noticias que no se basan en fechas concretas, pero que siguen los tiempos en los que se han producido los hechos porque el periodista justificadamente así lo ha elegido. Esto sucede cuando la sucesión de hechos es fundamental para dar magnitud al hecho, si esta redacción no estuviese lo suficientemente justificada se pensaría que el periodista no ha valorado bien los elementos noticiosos y, por lo tanto, la información estará mal redactada. Esto suele suceder en conferencias o ruedas de prensa.

- **De situación**. Son aquellas noticias que se incluyen en los medios de comunicación y que, aunque no son de estricta actualidad, preocupan permanentemente a la sociedad. Por ejemplo, el paro, las enfermedades, el consumo de drogas, la violencia doméstica etc., se pueden utilizar este tipo de noticias aunque no haya

pasado nada relevante para buscar la prevención, denunciar alguna situación La estructura de estas noticias se caracteriza por la combinación de los datos con la contextualización, hay que vestir los datos fríos con contexto, opinión de expertos etc.

- **Complementarias.** Son las noticias que complementan a otras noticias principales, y entre ellas se encuentran las noticias cronológicas. Por lo tanto las informaciones que complementan, suelen ir enmarcadas por el texto principal, al lado o debajo del mismo. Se utilizan para cronologías, anécdotas, testimonios directos, u otros aspectos destacados de la información. Hay que destacar que en estas noticias no se trata nada que ya se haya tratado en la información principal, tiene que tener todos los elementos fundamentales (6 Ws) y ser noticia por sí misma. Las noticias complementarias podrán formar parte del texto principal, pero por estética, para no alargar el texto, o para resaltar otro asunto importante se desgaja del texto. Puede haber más de una noticia complementaria; tablas cronológicas, despieces informativos, apoyos

- **Espacial.** La noticia espacial será una variante de la noticia sumario, por tanto, se trata también de una noticia múltiple. Este tipo de informaciones son aquellas en las que tenemos que informar simultáneamente desde distintos lugares geográficos.

- **De interés humano.** Son aquellas que apelan directamente a la emotividad del lector, hay dos posibilidades:

- Las noticias que contienen una pequeña dosis de interés humano. La emotividad se utiliza discretamente como complemento a una noticia con el objetivo de buscar el interés humano.

- Las noticias que se fundamentan en el interés humano. Buscan la emotividad y la subjetividad del lector. No tiene particularidades en su estructura, simplemente se busca la identificación y la complicidad del lector para convertirlo en coprotagonista de la información. En estas noticias no hay que descuidar las normas generales de redacción de una información.

Las fuentes informativas

En el ejercicio de la profesión, muy pocas veces el periodista será testigo presencial y directo de los hechos sobre los que tiene que informar. Por tanto, y al margen de los acontecimientos previstos, habrá una mayoría de hechos que ocurrirán sin la presencia del periodista. Por ello, para acceder a la información tendrá que recurrir a las fuentes informativas o fuentes de información. La fuente es muy importante para el trabajo del periodista, hasta el punto de que tienen una total influencia en su producción profesional. El uso de fuentes fidedignas y de calidad se traduce en una buena información y en credibilidad, tanto para el periodista como para el medio. En definitiva, las fuentes deberán ser serias, creíbles y rigurosas.

1-Tipos de fuentes

- **Según lleguen al periodista:**

- Fuentes exclusivas. Son las que tienen información que sólo llegará a nosotros, sirven para ir más allá, para profundizar en los temas.

- Fuentes compartidas. A estas fuentes hay que atenderlas, no obstante, hay que intentar tener fuentes exclusivas porque las fuentes compartidas ofrecen información a todos los medios. Estas fuentes son: las agencias, los gabinetes de prensa, las ruedas de prensa etc. Son fuentes interesadas y el periodista corre el riesgo de convertirse en mero transmisor si no contrasta la información.

- **Según su forma de actuar:**

– Las que busca el periodista:

â-^a Fuente Resistente. Esta condiciona y restringe la información, y persigue el anonimato. Se resiste a dar a conocer su mensaje porque o bien no le interesa, o bien puede poner en peligro su integridad física.

â-^a Fuente Abierta. Esta no pone obstáculos para dar su información, pero es buscada por el periodista.

– Las que buscan al periodista. Hay que dar especial atención a estas fuentes porque el interés de la fuente puede manipular el mensaje para su beneficio, éste puede ser negativo y también positivo:

â-^a Fuente Vida. Tiene la misma actitud que la fuente abierta, pero es ella misma la que asume la iniciativa de dar a conocer su mensaje cuando le interesa defender la información propia. Es una fuente recurrente para el periodista, pero si ella tiene interés puede exigirle que difunda su mensaje. Es la más peligrosa en cuanto a que exige que se publique su información, podemos prestarnos a su juego pero no hay que olvidar que es el periodista el que decide qué mensaje se da y cómo se da.

â-^a Fuente Compulsiva. Esta fuente utiliza al periodista para que se publique su información por todos los medios. Se suelen corresponder con los grupos de presión.

– Según su origen (Hector Borrás):

– Primarias o tradicionales. Se distinguen dos núcleos de información:

â-^a El núcleo A, cuando el periodista se encuentra en el lugar de los hechos donde las fuentes le proporcionan todos los datos. La mayor parte de la información proviene de este núcleo, donde la fuente principal es el foco del suceso o lugar del acontecimiento. Hay que saber que la información más auténtica es la que se obtiene aquí, a través de los testigos del hecho. Cuando el periodista no está en el lugar del acontecimiento se le está quitando riqueza y matices a la noticia, por lo tanto, hay que conocer a los protagonistas, a los testigos, los diferentes matices etc. El contexto y la observación directa es lo más adecuado para elaborar la información. Forman parte de este núcleo:

1– El foco del suceso o lugar del hecho.

2– Los centros de decisión como el gobierno, la administración, los poderes públicos, las instituciones... Hay que ser precavidos con estas fuentes porque son fuentes interesadas, además también hay que vigilar las filtraciones cuando el confidente no quiere que se cite su nombre. Para que el periodista no quede entredicho se debe contrastar la información de estas fuentes.

3– Las instituciones de carácter oficial con fuerte implantación en la vida pública tales como las organizaciones sindicales, los colegios profesionales etc.

4– Los organismos, instituciones y entidades ciudadanas no oficiales: asociaciones vecinales, intelectuales, recreativas, culturales, reivindicativas, ONG's...

5– El ámbito de la economía productiva, el trabajo o las finanzas que es, además, una fuente inagotable de información.

6– El ámbito de las comunicaciones en referencia a las infraestructuras básicas como los aeropuertos, carreteras, puertos, telecomunicaciones etc.

7– El ámbito de la ciencia, de la investigación y de la educación: seminarios, publicaciones especializadas, conferencias, congresos...

8- El Ámbito jurídico desde los tribunales hasta los crÁmenes, los sucesos...

9- Los focos marginales como guetos, bandas, sectas, colectivos no integrados etc.

10- Los deportes en general.

11- Los acontecimientos artÁsticos, culturales, de ocio

12- Otros medios de comunicaci3n.

13- La propaganda: campa±as polÁticas, ideol3gicas, morales etc.

14- La publicidad.

15- Las noticias antiguas que se puedan actualizar, pues hay noticias que no caducan.

âª El nÁcleo B, son las fuentes frecuentes de los periodistas. Forman parte de este nÁcleo:

1- Los personajes. Los personajes son las fuentes mÁs importantes y merecen la atenci3n de los medios porque:

- Aunque no sean conocidos protagonizan el hecho.
- Son testigos directos d el a noticia.
- Son personas que pueden aportar conocimientos valiosos sobre el hecho, como por ejemplo los expertos.
- Son personas cuya opini3n socialmente se tiene en cuenta.
- Son personas con una personalidad tan fuerte que su actividad es objeto de curiosidad pÁblica.

2- Ruedas de prensa. Se convocan bien a iniciativa de los medios, porque muchas veces es difÁcil acceder a la fuente por otros medios, o bien por iniciativa de la fuente. Si es a iniciativa de los medios no hay exposici3n por parte de la fuente, y si es iniciativa de la misma antes de las preguntas se hace da la informaci3n que explica el motivo de la rueda. Hay muchas ruedas de prensa que se convocan para dar solo un comunicado y que no tienen interÁs.

3- Agenda. La agenda es un instrumento muy valioso para el periodista, gracias a ella se pueden localizar con mÁs facilidad las fuentes. Su funci3n es proporcionar un contacto directo que evite los posibles filtros, tales como los gabinetes de prensa, que imponga la fuente para evitar que se llegue a ella. Hay dos tipos de agenda:

- Aquella en la que figuran las posibles fuentes, con su cargo, sitio donde se puede localizar, campo de influencia, perfil AquÁ- es necesario tener un orden metodol3gico, pues deberemos localizar perfectamente a todas las personas con acceso a informaci3n interesante, ya sean posibles fuentes o fuentes ya utilizadas.
- Aquella que recoge las convocatorias a hechos noticiosos, o los hechos personales que estemos investigando.

4- Agencias Informativas.

5- Gabinetes de Comunicaci3n.

6- Documentación.

7- Internet.

- Secundarias. Aquí es el propio periodista especializado el que se constituye como fuente, por su conocimiento puede analizar y codificar un hecho después de haberse nutrido de las fuentes primarias y de sus conocimientos.

Todas las fuentes exigen la obligación por parte del periodista de contrastar la información, especialmente si se trata de fuentes ávidas, interesadas o compulsivas.

2- Acceso a la fuente

Para que el periodista pueda tener una mejor apreciación de los hechos se hace necesaria la presencia de éste en el lugar donde se han producido, además es importante el contacto personal y directo con las fuentes de información ya que es mucho más recomendable el diálogo sin intermediarios. El objetivo es huir del periodismo pasivo.

Es difícil establecer cómo va a ser el contacto directo con la fuente, sin embargo hay determinadas actitudes que no se pueden producir:

- No hay que dejar traslucir nuestra admiración personal al personaje en la información.
- Es preciso desechar la familiaridad injustificada.
- Debemos evitar el engaño a la fuente porque la podemos perder.
- El periodista nunca se puede convertir en una marioneta sumisa a la información de las fuentes.

Además, el periodista también tiene unas obligaciones:

- Es obligatorio citar siempre a las fuentes de información, ya que da credibilidad frente a la audiencia.
- El modo de cita es directo y expreso, excepto con las fuentes desconocidas. Cuando se trata de fuentes confidenciales el periodista debe asumir la información sin ofrecer indicios sobre ellas.
- Las fuentes supuestas no se recogen pero se suponen.
- Siempre hay que contrastar la información de la fuente, porque en un momento dado una fuente puede resultar interesada.

4- Reglas de relación con la fuente

-**Regla de registro (on de record).** Aquí la fuente se recoge expresamente, es decir, se identifica ante todos en la información.

-**Regla de reserva.** La persona que nos da la información tiene una serie de circunstancias por las cuales su nombre no puede ser relevado, su identificación le haría vulnerable. En estos casos, se recurre a los entornos de la fuente, no obstante, se recomienda explicar porque no se puede citar a la fuente y justificar el motivo por el cual esa fuente es creíble. Si nos encontramos ante este tipo de fuentes se recomienda buscar otras fuentes no confidenciales.

-**Regla de plagio.** Aquí no se permite ni siquiera la mención del entorno próximo de la fuente para no dar información alguna al lector, por lo tanto es fundamental en estos casos la búsqueda de otras fuentes no confidenciales. Aunque es involuntario, en el caso de este tipo de fuentes se da el plagio por parte del periodista en la medida que éste asume la información sin dar dato alguno acerca de la fuente.

– Regla de silencio (off de record). Este tipo de fuentes hay que respetarlas obligatoriamente, pero la información se va a dar y la fuente es consciente de ello.

– Subregla de embargo. Se produce cuando el silencio off the record se establece durante un periodo de tiempo concreto.

A través de las nuevas tecnologías tenemos acceso a mucha información, pero esto no quita que debamos ir más allá:

- Hay que tener curiosidad.
- Precisión a la hora de cuidar todo aquello que se va a escribir.
- Atrevimiento en cuanto a que no hay que aceptar la realidad propuesta oficialmente.
- Agresividad vinculada al concepto de atrevimiento, nunca en las formas.
- Integridad y honestidad en la conducta.