

# EL PAÍS

LIBRO DE ESTILO

**AGUILAR**



© 2014, El País, S. L.

© De esta edición:

2014, Santillana Ediciones Generales, S. L.

Avenida de los Artesanos, 6

28760 Tres Cantos - Madrid

Teléfono 91 744 90 60

Telefax 91 744 90 93

@Aguilaredit

[www.facebook.com/librosaguilar](http://www.facebook.com/librosaguilar)

[www.librosaguilar.com](http://www.librosaguilar.com)

[aguilar@santillana.es](mailto:aguilar@santillana.es)

Diseño de cubierta: Estudio Pep Carrió

*Vigésimosegunda edición: mayo de 2014*

ISBN: 978-84-03-01448-0

Depósito legal: M-8.604-2014

Impreso en España

Printed in Spain

Cualquier forma de reproducción, distribución, comunicación pública o transformación de esta obra solo puede ser realizada con la autorización de sus titulares, salvo excepción prevista por la ley. Dirijase a CEDRO (Centro Español de Derechos Reprográficos) si necesita fotocopiar o escanear algún fragmento de esta obra ([www.conlicencia.com](http://www.conlicencia.com) <<http://www.conlicencia.com/>> ; 91 702 19 70 / 93 272 04 47)

# Índice

Prólogo a esta edición, por Javier Moreno . . . . .	9
Prólogo a la decimosexta edición, revisada, por Jesús Ceberio . . . . .	13
Prólogo a la tercera edición, por Joaquín Estefanía . . . . .	15
Prólogo a la segunda edición, por Juan Luis Cebrián . . . . .	19
Introducción, por Álex Grijelmo . . . . .	21

## MANUAL

Principios éticos . . . . .	27
Normas de escritura . . . . .	39
Géneros periodísticos . . . . .	45
Fotos, vídeos, infografías, narración multimedia . . . . .	67
Elementos de titulación . . . . .	75
Tipografía . . . . .	87
El uso de la firma . . . . .	95
Tratamientos y protocolo . . . . .	103
Nombres . . . . .	107
Abreviaciones . . . . .	129
Números . . . . .	137
Signos ortográficos . . . . .	145
Normas gramaticales . . . . .	171
Errores más frecuentes . . . . .	181

**DICCIONARIO**

Palabras A-Z . . . . .	195
Siglas y acrónimos A-Z . . . . .	531

**APÉNDICES**

Pesos y medidas . . . . .	609
Estatuto de la Redacción . . . . .	625
Estatuto del Defensor del Lector . . . . .	633
Signos de corrección . . . . .	637

## Prólogo a esta edición

Aparece ahora la vigesimosegunda edición del *Libro de estilo* de EL PAÍS, once años después de que lo hiciera la anterior, en mayo de 2008. El motivo de este lapso tan dilatado cabe encontrarlo en la irrupción de Internet en el ecosistema de la producción y distribución de información que, en sus esencias, había cambiado solo de forma muy marginal en las últimas décadas. La edición digital de EL PAÍS nació en mayo de 1996, pero hasta fechas recientes no había adquirido la ambición, la autonomía narrativa o el volumen y la velocidad de publicación que maneja en la actualidad.

Las normas del *Libro de estilo* son de obligado cumplimiento para todos los cargos del periódico, y “nadie estará exento de esta normativa”, según establece con admonitoria firmeza una nota situada antes del inicio del manual en sí. Entendimos por ello que nuestro trabajo en Internet quedaba cubierto y regulado (al menos por un tiempo) por aquellos preceptos. Pronto el trabajo diario y la incorporación masiva de la redacción a los menesteres digitales, sin embargo, nos abocaron a problemas nuevos para los que el *Libro de estilo* ofrecía escasa guía, cuando no orfandad absoluta, por lo que comenzó a consolidarse la idea de una reedición cuya ampliación a Internet viniera a solventar las faltas en este terreno.

Todo ello era ya evidente pocos años después de la aparición de la edición anterior, difícil o imposible de encontrar por entonces en las librerías. El tradicional éxito de ventas del *Libro de estilo* de EL PAÍS indica que muchos otros colectivos y personas ajenas al oficio han hecho buen uso de él, o al menos han mostrado un interés en las propuestas que contiene, un acervo cuyo atractivo se verá acrecentado por la facilidad

que las nuevas tecnologías otorgan tanto a quehaceres editoriales de tipo individual (blogs o bitácoras personales) como colectivo, en España y en América. Y pese a ello, decidimos esperar. Se nos ocurrió que las nuevas normas de tráfico que habríamos de establecer debían ser fruto de la experiencia de varios años de trabajo en la edición digital, que era empresa fútil fijar reglas antes de conocer a fondo el juego o dictar soluciones sin haber experimentado aún los problemas.

Resultado de todo ello es esta edición, corregida y mejorada en aspectos parciales, como todas las anteriores, pero que por primera vez incorpora un amplísimo conjunto de normas específicas (y sí, también de obligado cumplimiento) para nuestras ediciones digitales. Me atrevo a decir que la espera valió la pena. Una vez más (el lector encontrará esta misma observación en los prólogos de los directores anteriores), Álex Grijelmo ha desempeñado una tarea fundamental a la hora de asegurar el éxito y la corrección del desempeño.

En aquel ínterin nos sucedieron más cosas. Lanzamos primero la edición América (marzo de 2013), destinada al creciente número de lectores en aquel continente, y posteriormente la de Brasil, esta vez en idioma portugués, en noviembre de ese mismo año. El periódico ha tenido desde su nacimiento una decidida vocación latinoamericana, pero es ahora, gracias a la tecnología, cuando estamos en condiciones de llevar esa llamada a su plenitud. Estas transformaciones tienen su correlato en las páginas que siguen, con el objetivo de asegurar al español de América, mayoritario entre los hispanohablantes, el lugar que le corresponde en estas páginas. Ya la primera edición establecía que no deben emplearse expresiones como ‘en nuestro país’, puesto que el periódico se lee también fuera de España, o en España por personas extranjeras. El adjetivo posesivo ‘nuestro’ —prosigue el punto 2.17— incluye en este caso al lector y al informador, las dos personas que se comunican, y el lector no tiene por qué ser español (y en algunos casos tampoco el periodista). Con redacciones recientemente establecidas en Ciudad de México, São Paulo, Washington y un elevadísimo porcentaje de lectores proveniente del continente americano, así como de otras partes del mundo, la recomendación anterior no sólo cobra más fuerza, sino que revela la profunda transformación que nos ha llevado del lema del periódico en 1976 (‘diario independiente de la mañana’) al de 2007 (‘el periódico global en español’), y de éste al actual (‘el periódico global’).

En este viaje a la globalidad ofrecemos a nuestros lectores en todo el mundo, especialmente a aquellos en las sociedades a las que nos dirigimos en España y en el continente americano, un proyecto de modernización y progreso social, de consolidación de los derechos ciudadanos y avance económico, de equidad y respeto a las minorías que es en esencia el que hemos compartido con los españoles desde hace décadas. Las normas de este *Libro de estilo* —y el resto de instituciones que rigen la vida profesional de EL PAÍS, como el Estatuto de la Redacción o el Defensor del Lector— ayudan de forma notable en ese empeño mediante la producción y distribución de la información que los ciudadanos necesitan en un sistema democrático. Pero, por desgracia, no pueden reemplazar otros elementos quizá más principales para el correcto funcionamiento de la prensa, aquellos que en verdad constituyen las cuerdas del buque del buen periodismo y de cualquier sociedad democrática avanzada: la libertad de expresión, la independencia profesional, los principios éticos o la integridad moral de los que nos dedicamos a este oficio. Este volumen compendia aquellas. A los propios periodistas y especialmente al conjunto de la sociedad corresponde la inmensa y necesaria tarea de garantizar estos últimos. De ello depende más de lo que, quizá, nos atrevamos a imaginar.

JAVIER MORENO  
Director de EL PAÍS  
Marzo de 2014

# MANUAL





# 1

## PRINCIPIOS ÉTICOS

**1.1. EL PAÍS** se define estatutariamente como un medio independiente, nacional, de información general, con una clara vocación global y especialmente latinoamericana, defensor de la democracia plural según los principios liberales y sociales, y que se compromete a guardar el orden democrático y legal establecido en la Constitución.

En este marco, acoge todas las tendencias, excepto las que propugnan la violencia para el cumplimiento de sus fines.

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

**1.3. EL PAÍS** rechazará cualquier presión de personas, partidos políticos, grupos económicos, religiosos o ideológicos que traten de poner la información al servicio de sus intereses. Esta independencia y la no manipulación de las noticias son una garantía para los derechos de los lectores, cuya salvaguardia constituye la razón última del trabajo profesional. La información y la opinión estarán claramente diferenciadas entre sí.

**1.4.** El medio informativo ha de ser el primero en subsanar los errores cometidos en sus páginas, y hacerlo lo más rápidamente posible y sin tapujos. Esta tarea recae de manera muy especial en los responsables de cada área in-

formativa. Véanse los apartados 1.51 y siguientes.

## LAS FUENTES

**1.5.** Las informaciones de que dispone un periodista sólo pueden ser obtenidas por tres vías: su presencia en el lugar de los hechos, la narración por una tercera persona o el manejo de un documento. El lector tiene derecho a conocer cuál de las tres posibilidades se corresponde con la noticia que está leyendo. Para ello, se citará siempre una fuente cuando el periodista no haya estado presente en la acción que transmite. Si la información procede de una sola persona, se hablará de ‘fuente’ en singular.

**1.6.** En los casos conflictivos hay que escuchar o acudir siempre a las partes en litigio. Aquellos dudosos, de cierta trascendencia o especialmente delicados han de ser contrastados por al menos dos fuentes, independientes entre sí.

**1.7.** Siempre que no se haya podido localizar a una persona a quien se supone perjudicada por una información, se hará constar mediante esta fórmula u otra similar: ‘este periódico intentó ayer, sin

éxito, conversar con Fulano de Tal para que ofreciera su versión’.

El periodista debe evitar la argucia de ofrecer la apariencia de que ha intentado localizar a alguien sin conseguirlo.

Para ello, deberá detallar además cuáles fueron sus gestiones.

Caso de no localizar a una de las partes, y tras explicarlo, el periodista deberá hablar con alguien de su entorno que pueda ofrecer una versión de contraste o contrapeso.

**1.8.** Si una información recoge hechos radicalmente distintos según los narre una fuente o los explique otra enfrentada con la anterior, y el medio no se define en el texto por ninguna de ellas, los distintos elementos del titular procurarán equilibrar las diferentes versiones.

**1.9.** En casos que supongan un ataque al honor o el prestigio de una de esas personas enfrentadas, y en los cuales la versión del acusado siembre suficientes dudas sobre la veracidad del relato de la primera fuente, se debe considerar también la posibilidad de no publicar la noticia.

**1.10.** El periodista tiene la obligación de no revelar sus fuentes informativas cuando éstas hayan

exigido confidencialidad. Excepcionalmente, y por causas que afecten a su honor o al prestigio profesional, podrá hacerlo, con autorización previa del director, tras escuchar el parecer del Comité Profesional. Del mismo modo, y ante informaciones especialmente importantes, el director del periódico podrá conocer las fuentes informativas de un redactor, con el compromiso expreso de no revelarlas.

**1.11.** La petición de anonimato por parte de algún protagonista de una información que colabora en ella debe respetarse, pero hay que procurar que figure alguna indicación del porqué de tal exigencia: por temor a represalias, por estar obligado a mantener la confidencialidad del asunto que revela u otros análogos. Tal mención habrá de hacerse de forma que no ponga en peligro el anonimato del personaje.

**1.12.** Cuando no se pueda citar el nombre del informante, conviene huir de expresiones genéricas como ‘fuentes fidedignas’, ‘fuentes competentes’ o ‘dignas de crédito’ (se sobreentiende que lo son; en caso contrario, no deben utilizarse). Pueden emplearse, no obstante, fórmulas que, sin revelar la

identidad de la fuente, se aproximen lo máximo posible a ella; por ejemplo, ‘fuente gubernamental’, ‘parlamentaria’, ‘judicial’, ‘eclesiástica’, ‘sindical’, ‘empresarial’ o ‘diplomática’. El periodista puede permitir que la propia fuente elija el término adecuado mediante el cual considere que no va a ser identificada, siempre y cuando ese término no resulte falso.

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

**1.14.** Cuando en un relato se haga imprescindible omitir el nombre de alguna persona y cambiarlo por otro, esta circunstancia se advertirá al lector al comienzo del texto.

**1.15.** Las relaciones con las fuentes habituales habrán de mantenerse con la distancia suficiente para que no condicionen la imparcialidad del trabajo periodístico. La independencia del periodista es un valor esencial que debe preservarse con el máximo cuidado.

**1.16.** Los redactores del periódico no deben hacer el vacío a un personaje o a una institución sólo porque hayan tenido problemas para informar acerca de determinada noticia. Cualquier acción de protesta al respecto debe ser autorizada por la dirección. El derecho a la información es sobre todo del lector, no del periodista. Si se encuentran trabas, se superan; si éstas añaden información, se cuentan; si no es así, se aguantan. Los espacios del periódico no están para que el redactor desahogue sus humores, por justificados que sean.

**1.17.** El hecho de que una información haya sido facilitada por una fuente con la petición de que no sea difundida (en la jerga, una información *off the record*) no impide su publicación si se obtiene honradamente por otros medios. De otra manera, esa confidencialidad supondría una censura externa para una información que está al alcance del periodista.

## INJURIAS Y CALUMNIAS

**1.18.** La *calumnia* consiste en acusar a alguien falsamente de un delito. La *injuria* es un agravio o ultraje de obra o de palabra, así

como la imputación de hechos que desacrediten la fama o la estimación de alguien.

La atribución de la noticia a una fuente o fuentes no exime al periodista de la responsabilidad de haberla escrito, sobre todo si se trata de fuentes anónimas que transmiten informaciones calumniosas o injuriosas.

Sin embargo, la reproducción de documentos judiciales o policiales para sustentar esas acusaciones puede exonerar al redactor, que, no obstante, está obligado a ofrecer todos los ángulos posibles sobre los hechos. El periodista queda protegido, pues, si las informaciones injuriosas o calumniosas están atribuidas a fuentes identificadas con claridad y puede demostrar ese origen.

Las informaciones que afecten al honor y la intimidad de las personas sólo se publicarán si se puede acreditar su veracidad, están contrastadas y responden al interés público (no confundir con la curiosidad del público).

Algunas circunstancias pueden exigir una mayor diligencia profesional en la comprobación y contraste: las características de la fuente original (anónima, oficial, identificada, etc.), la diferente gravedad de los hechos denunciados y la persona a quien se adjudiquen.