

**EL PROFESIONAL DE LA INFORMACIÓN**

**WWW.IBRAASSEZFOU.COM**

**Guía de buenas prácticas  
diario Ibra Assez Fou**

## CONTENIDO

CAPÍTULO I: LÍNEA EDITORIAL .....	5
SECCIÓN I: IDEOLOGÍA.....	5
ARTÍCULO 1.....	5
ARTÍCULO 2.....	5
ARTÍCULO 3.....	5
CAPÍTULO II: COMPROMISO VERACIDAD .....	6
SECCIÓN I: INFORMACIÓN .....	6
ARTÍCULO 1.....	6
ARTÍCULO 2.....	6
ARTÍCULO 3.....	6
CAPÍTULO III: IGUALDAD .....	6
SECCIÓN I: INCLUSIÓN .....	6
ARTÍCULO 1.....	6
SECCIÓN II: FEMINISMO .....	6
ARTÍCULO 1.....	6
CAPÍTULO IV: FINANCIACIÓN .....	6
SECCIÓN I: FUENTES DE FINANCIACIÓN .....	6
ARTÍCULO 1. SOCIOS/AS.....	6
ARTÍCULO 2. PUBLICIDAD .....	7
ARTÍCULO 3. VENTAS .....	7
SECCIÓN II: TRANSPARENCIA .....	7
ARTÍCULO 1.....	7
SECCIÓN III: BALANCE ANUAL.....	7
ARTÍCULO 1.....	7
CAPÍTULO I: TRATAMIENTO AL CONTENIDO .....	8
SECCIÓN I: INFORMACIÓN .....	8
ARTÍCULO 1.....	8
ARTÍCULO 2.....	8
SECCIÓN II: IMÁGENES.....	8
ARTÍCULO 1.....	8
ARTÍCULO 2.....	8
ARTÍCULO 3.....	8

SECCIÓN III: VÍDEOS.....	9
ARTÍCULO 1.....	9
ARTÍCULO 2.....	9
ARTÍCULO 3.....	9
SECCIÓN IV: COLABORACIONES.....	9
ARTÍCULO 1.....	9
ARTÍCULO 2.....	9
SECCIÓN IIV: LA PUBLICIDAD.....	9
ARTÍCULO 1.....	9
ARTÍCULO 2.....	9
CAPÍTULO II: TRATAMIENTO A LAS FUENTES.....	10
SECCIÓN I: FUENTES OFICIALES, NO OFICIALES Y ANÓNIMAS.....	10
ARTÍCULO 1. FIDELIDAD.....	10
ARTÍCULO 2. EL MOMENTO.....	10
ARTÍCULO 3. VERACIDAD Y ANONIMATO.....	10
CAPÍTULO I: GENERALIDADES.....	10
SECCIÓN I:.....	10
ARTÍCULO 1.....	10
ARTÍCULO 2.....	10
CAPÍTULO II: GÉNEROS.....	11
SECCIÓN I: NOTICIA.....	11
ARTÍCULO 1.....	11
ARTÍCULO 2.....	11
ARTÍCULO 3.....	11
SECCIÓN II: REPORTAJE.....	11
ARTÍCULO 1.....	11
ARTÍCULO 2.....	11
SECCIÓN III: CRÓNICA.....	11
ARTÍCULO 1.....	11
ARTÍCULO 2.....	12
SECCIÓN IV: ENTREVISTA.....	12
ARTÍCULO 1.....	12
ARTÍCULO 2.....	12
SECCIÓN V: OPINIÓN.....	12
ARTÍCULO 1.....	12
CAPÍTULO I: REDACCIÓN.....	12

SECCIÓN I: TÍTULARES .....	12
SECCIÓN II: SUBTÍTULOS.....	13
SECCIÓN III: CUERPO DE LA NOTICIA.....	13
SECCIÓN IV: DESTACADOS .....	13

# PREÁMBULO

El periódico Ibra Assez Fou es un medio de comunicación digital nacional (España) de información general y de investigación sobre la excolonia española "Sahara Occidental" albergado en la URL [www.ibraassezfou.com](http://www.ibraassezfou.com).

Recogerá, con especial ahínco en la veracidad de la información y la fiabilidad de las fuentes, toda clase de información relativa al pueblo saharauí y a su actual situación de desamparo internacional.

Se caracterizará por la inmediatez (propia del soporte –internet), la veracidad de la información en él recogida, la visión general de su contenido, la diversidad de opinión o de ideología y por una calidad extra de sus noticias.

El idioma oficial del periódico (IAF, en adelante) es el castellano. No obstante, en este medio tienen cabida informaciones escritas en cualquier otro idioma cooficial del estado español (gallego, catalán, vasco...) así como en inglés y en árabe.

## TÍTULO I: RESPONSABILIDAD SOCIAL

El diario *IAF* se declara independiente de cualquier organismo público, grupo de presión, partido político, organización religiosa o agrupación civil con un mínimo de influencias.

### CAPÍTULO I: LÍNEA EDITORIAL

#### SECCIÓN I: IDEOLOGÍA

##### ARTÍCULO 1.

*IAF* es un medio de comunicación de tendencia liberal en lo social y proteccionista en lo que a los derechos fundamentales se refiere.

##### ARTÍCULO 2.

En *IAF* la prioridad son las personas (ente genérico que alcanza mucho más allá que el simple lector/a) con espíritu unionista a nivel global. El objeto micro de la información ofrecida en *IAF* siempre será el pueblo saharauí; el objeto macro será la situación de éste dentro de un mundo cada vez más globalizado

##### ARTÍCULO 3.

El propósito final de *IAF* es dar a conocer la situación por la que pasa este territorio, así como mantenerlo constantemente en la agenda-setting.

# CAPÍTULO II: COMPROMISO VERACIDAD

## SECCIÓN I: INFORMACIÓN

### ARTÍCULO 1.

*IAF* jamás publicará una información la procedencia de la cual se demuestre interesada o dudosa.

### ARTÍCULO 2.

Ningún/a periodista de *IAF*, bajo ninguna circunstancia, manipulará una información sea de la índole que sea (escrita, gráfica o audiovisual) en beneficio propio o de un tercero/a ni en perjuicio de éste último.

### ARTÍCULO 3.

No se admite en la redacción de este periódico ninguna clase de descontextualización interesada por parte de los periodistas, redactores/as o directores/as.

# CAPÍTULO III: IGUALDAD

## SECCIÓN I: INCLUSIÓN

### ARTÍCULO 1.

La dirección de *IAF* entiende este medio como un medio inclusivo e igualitario. No cabe en nuestra redacción ninguna clase de discriminación por ninguna razón (sexo, ideología, religión, orientación sexual, procedencia, etnia...)

## SECCIÓN II: FEMINISMO

### ARTÍCULO 1.

- 1.1. Dicho lo anterior (Artículo 1 de la Sección I del Capítulo III "Igualdad"), la dirección de *IAF* entiende totalmente necesaria la feminización de todos y cada uno de los espacios (reales o metafóricos) ocupados por este periódico.
- 1.2. El uso de un lenguaje inclusivo en todas y cada una de las piezas publicadas en *ibraassez fou.com* será requisito indispensable. Toda pieza que no cumpla este requisito será rechazada.

# CAPÍTULO IV: FINANCIACIÓN

## SECCIÓN I: FUENTES DE FINANCIACIÓN

### ARTÍCULO 1. SOCIOS/AS

- 1.3. En *IAF* creemos firmemente en la necesidad de una absoluta independencia del periodismo con respecto al capital. Sin una

cartera fuerte de socios/as, nuestra independencia es una simple ilusión.

- 1.4. Se establece la cuota de 1€ al mes por socio.
- 1.5. Los socios recibirán, además del acceso ilimitado a los contenidos informativos del diario, adelantos exclusivos y suplementos (en su mayoría de carácter investigativo) a la información general.

## **ARTÍCULO 2. PUBLICIDAD**

- 2.1. En la publicidad, como en cualquier medio de comunicación digital, el banner es un gran aliado en lo que a la recaptación de fondos se refiere, pues supone una mínima inversión y unos jugosos beneficios.
- 2.2. *IAF* no incorporará en su plataforma online ninguna clase de publicidad que sea ofensiva, chantajista o que vaya en contra de la ideología del mismo.
- 2.3. La cuota de ingresos de *IAF* procedente de la publicidad no podrá jamás superar el 35% de nuestros ingresos, pues ello nos haría total y absolutamente dependientes de los sponsors. Una marcha inesperada de una campaña publicitaria de nuestra plataforma podría traducirse en nuestra extinción.
- 2.4. La publicidad institucional (a la que de no momento no aspiramos) tampoco podrá superar el mismo porcentaje arriba especificado, ni podrá recibirse a cambio de un trato preferente hacia dicha administración en cuanto a la información publicada.

## **ARTÍCULO 3. VENTAS**

- 3.1. *IAF* recopilará de forma mensual sus reportajes más destacados sobre el tema, los ampliará, enriquecerá con todo el material gráfico necesario y los publicará en forma de revista de investigación. Dicha revista se sacará a la venta el último de cada mes.

## **SECCIÓN II: TRANSPARENCIA**

### **ARTÍCULO 1.**

Los/as socios/as de *IAF*, verdaderos dueños del medio, podrán dirigirse a su redacción (o a cualquiera de sus periodistas) y pedir que se les rindan cuentas sobre en qué se invierte su dinero.

## **SECCIÓN III: BALANCE ANUAL**

### **ARTÍCULO 1.**

Los datos de facturación de *IAF* se harán públicos los último 15 días del cuarto trimestre de cada año. Los/as socios/as de este medio podrán ver, verificar, exigir pruebas y recriminar a la dirección su mala gestión (en su caso) al frente del diario.

# **TÍTULO II: TRATAMIENTO**

# CAPÍTULO I: TRATAMIENTO AL CONTENIDO

## SECCIÓN I: INFORMACIÓN

### ARTÍCULO 1.

IAF, como diario independiente de información geográficamente especializada y temáticamente generalista, luchará por una información diaria, veraz, lo más completa posible, interesante, actual (y no tan actual) y de alta calidad, para ayudar al lector a entender la realidad y a formarse su propio criterio.

### ARTÍCULO 2.

La información es el alma de IAF y debe presentarse como tal: objetiva, fidedigna, veraz y comprobada. En caso de que la pieza sea de opinión, debe aparecer claramente en los lugares donde corresponde para que el lector no llegue nunca a confundir «opinión» con «información».

### ARTÍCULO 3.

Los periodistas y redactores de IAF jamás negarán la autoría externa de una pieza informativa. Es más, la nombrarán en todo momento y, si procede, ampliarán dicha información con nuevos datos y testimonios

## SECCIÓN II: IMÁGENES

### ARTÍCULO 1.

- 1.1. Las imágenes en IAF son un recurso gráfico de alta importancia sin, en la mayoría de los casos, llegar a sobrepasar, en impacto, a la palabra.
- 1.2. Siempre que sea posible, un elemento gráfico en forma de imagen acompañará al texto a modo de apéndice complementario a la información, siempre que su presencia aporte algún elemento de la noticia.

### ARTÍCULO 2.

En ocasiones la imagen es la propia noticia. En ese caso la imagen (o imágenes) tomará todo el protagonismo y será el texto el que se subyaga a ella.

### ARTÍCULO 3.

- 3.1. En ningún caso se permitirá la manipulación deliberada de un elemento gráfico en perjuicio o en beneficio de un tercero.
- 3.2. No es un valor ético ni deontológico de IAF el uso de imágenes manipuladas para atacar o defender un tercero.



## SECCIÓN III: VÍDEOS

### ARTÍCULO 1.

Las imágenes en movimiento en IAF son un recurso gráfico de importancia absoluta, es decir: son elemento noticioso de per sé y no necesitará ir acompañado de más letra que la estrictamente necesaria.

### ARTÍCULO 2.

Al igual que las imágenes estáticas, en ocasiones vídeo es la propia noticia. En ese caso vídeo tomará todo el protagonismo y será el texto el que se subyaga a él.

### ARTÍCULO 3.

- 3.1. En ningún caso se permitirá la manipulación deliberada de un vídeo en perjuicio o en beneficio de un tercero.
- 3.2. No es un valor ético ni deontológico de IAF el uso de vídeos manipuladas para atacar o defender un tercero.

## SECCIÓN IV: COLABORACIONES

### ARTÍCULO 1.

- 1.1. Las colaboraciones de IAF serán revisadas (a nivel meramente ortográfico y de corrección y adecuación al medio de comunicación) y publicadas como «pieza externa» firmada por el autor real y por un editor interno de IAF.
- 1.2. Será la propia dirección de IAF quien, siempre en pro de la diversidad de opinión y de ideología, seleccione los colaboradores que considere oportunos, y nunca, en ninguna circunstancia, lo hará un poder externo al diario.

### ARTÍCULO 2.

No se aceptarán piezas que contengan descalificaciones o improperios, ni aquellas cuyos autores las presenten con la intención de atacar a un tercero, a una entidad o a una minoría. IAF se declara un diario pacifista y pro derechos humanos, en favor de la conciliación y el diálogo social. Sin obviar que dicha pieza se rechaza por el consiguiente ataque al derecho al honor de quien se pretenda atacar.

## SECCIÓN IIV: LA PUBLICIDAD

### ARTÍCULO 1.

La veracidad de la publicidad será considerada condición *sine qua non*. Todo elemento publicitario que se aleje del principio básico del periodismo en general, y de IAF en particular, aquello considerado «publicidad engañosa», será excluido de los elementos publicitarios de IAF.

### ARTÍCULO 2.

No cabe en las líneas de IAF publicidad encubierta o subliminal, y, como aquella considerada «engañosa» será excluida de las líneas del diario.

# CAPÍTULO II: TRATAMIENTO A LAS FUENTES

## SECCIÓN I: FUENTES OFICIALES, NO OFICIALES Y ANÓNIMAS

### ARTÍCULO 1. FIDELIDAD

- 1.1. Toda declaración o testimonio que aporte una fuente oficial (FO, en adelante) será transmitido con la mayor exactitud posible.
- 1.2. En IAF no se manipularán declaraciones de una FO en perjuicio o beneficio de un tercero, ni de la fuente misma.

### ARTÍCULO 2. EL MOMENTO

- 2.1. Se recurrirá a las fuentes oficiales siempre que su testimonio sea o imprescindible para el entendimiento de la noticia o complementa la misma.
- 2.2. Se prescinde de las fuentes oficiales siempre que fuentes del mismo diario puedan personares en el lugar de los hechos.

### ARTÍCULO 3. VERACIDAD Y ANONIMATO

- 3.1. Las fuentes no oficiales u anónimas serán puestas en duda siempre. Se juzgará, ante todo, la intencionalidad con la que prestan la información a IAF.
- 3.2. Una vez comprobada la veracidad de la información y la honestidad de la fuente, una fuente anónima jamás será revelada e IAF no podrá exigir a sus colaboradores, redactores o periodistas revelar sus fuentes.

# TÍTULO III: GÉNEROS

## CAPÍTULO I: GENERALIDADES

### SECCIÓN I:

#### ARTÍCULO 1.

- 1.1. IAF apostará siempre por piezas informativas de calidad, así como buscará, en la medida de sus posibilidades, la actualidad más inmediata.
- 1.2. IAF identificará en todo momento el carácter de la pieza, tanto dentro de la categoría de los géneros informativos, como para diferenciar la información de la opinión.

#### ARTÍCULO 2.

- 2.1. La veracidad, la honestidad y la ética son los elementos directores de la redacción en IAF. Toda pieza informativa no será publicada si incurre en alguna contrariedad con alguno de estos aspectos.

# CAPÍTULO II: GÉNEROS

## SECCIÓN I: NOTICIA

### ARTÍCULO 1.

- 1.1. Información e interés irán de la mano en las noticias de IAF. Se deberá informar manteniendo el interés del lector.
- 1.2. La pirámide invertida será la estructura básica de cualquier noticia. Se primarán los elementos más importantes del hecho noticioso.

### ARTÍCULO 2.

- 2.1. Los elementos básicos de una noticia en IAF serán el antetítulo, el titular, el subtítulo, la entradilla y el párrafo inicial. No será siempre necesario el uso de todos ellos.
- 2.2. Los titulares serán meramente informativos.
- 2.3. Las entradillas contendrán lo más resaltante de la noticia sin llegar a resumirla.
- 2.4. El primer párrafo deberá responder a las 5W.

### ARTÍCULO 3.

- 3.1. Las noticias no deben ser de una longitud extrema. Las 800 palabras serán suficiente.
- 3.2. La independencia de las unidades (párrafos) que formen la noticia permitirán su reajuste, edición, recorte, etc.

## SECCIÓN II: REPORTAJE

### ARTÍCULO 1.

- 1.1. Los reportajes de IAF seguirán una estructura recurrente de antetítulo, titular informativo y literario, subtítulo, entradilla, títulos apartados, intertítulos y cuerpo del reportaje. Las noticias no deben ser de una longitud extrema. Las 800 palabras serán suficiente.
- 1.2. Las conexiones entre las distintas partes del reportaje deben ser fluidas y para nada forzadas.
- 1.3. El reportaje se dividirá en unidades independientes cada una bajo un «título apartado».

### ARTÍCULO 2.

- 2.1. El inicio del reportaje debe alejarse del hecho noticioso y substituirlo por un arranque imaginativo y original, primando así la literalidad antes que la noticiabilidad, sin renunciar al tema clave de este.

## SECCIÓN III: CRÓNICA

### ARTÍCULO 1.

- 1.1. La interpretación (u opinión, mínima) en las crónicas de IAF jamás podrá imponerse a la información.

## **ARTÍCULO 2.**

- 2.1. El resto de condiciones que la crónica informativa debe cumplir son las ya especificadas en el apartado de «noticias».

## **SECCIÓN IV: ENTREVISTA**

### **ARTÍCULO 1.**

- 1.1. En IAF los periodistas recogerán los tres tipos de noticias: de personalidad, de declaraciones y de actualidad.
- 1.2. Tomarán la fórmula que el periodista prefiera: pregunta-respuesta o redactadas.
- 1.3. El protagonista es el entrevistado, por lo tanto, el entrevistado pasa (como es habitual en la información) a un segundo plano.
- 1.4. La brevedad debe ser el baluarte las preguntas, a menos que el entrevistador vea necesario una puesta en contexto.

### **ARTÍCULO 2.**

- 2.1. El resto de condiciones que la crónica informativa debe cumplir son las ya especificadas en el apartado de «noticias».

## **SECCIÓN V: OPINIÓN**

### **ARTÍCULO 1.**

- 1.1. Los artículos de opinión aparecerán siempre identificados como tal.
- 1.2. Los artículos procedentes de fuentes externas a IAF aparecerán perfectamente identificadas con su cargo, ideología, militancia, etc.
- 1.3. La editorial, la voz de IAF, recogerá siempre que sea posible, una denuncia social sobre el tema central del diario.
- 1.4. El servicio editorial de IAF no retocará jamás ninguna pieza de opinión recibida para su publicación
- 1.5. IAF no aceptará piezas de opinión con descalificativos o ataques graves a terceros o minorías.

# **TÍTULO IV: ELEMENTOS VISUALES**

## **CAPÍTULO I: ASPECTOS FORMALES**

### **SECCIÓN I: ANTETÍTULOS**

Tipografía «Roboto Light», tamaño 13, en negrita, romana y extremada brevedad y noticiabilidad.

### **SECCIÓN II: TÍTULARES**

Tipografía «Roboto Light», tamaño 18, en negrita, romana y una brevedad acorde al género así como a la modalidad informativa, opinión, literaria o la combinación de dos o todas ellas.

### **SECCIÓN III: SUBTÍTULOS**

Tipografía «Roboto Light», tamaño 13, en negrita, romana y brevedad media en busca de complementar el titular.

### **SECCIÓN IV: ENTRADILLA**

Tipografía «Roboto Light», tamaño 9, en negrita, romana y con suficiente información como para dar una idea del tema sin resumir al completo.

### **SECCIÓN V: CUERPO DE LA NOTICIA**

Tipografía «Roboto Light», tamaño 8, romana y con estructura clara y lógica.

### **SECCIÓN VI: DESTACADOS**

Tipografía «Roboto Light», tamaño 10, en cursiva y avanzando elementos importantes del contenido posterior. Nunca llevarán punto final.

### **SECCIÓN VII: INTERTÍTULOS**

Tipografía «Roboto Light», tamaño 13, en negrita y de uso frecuente en reportajes y entrevistas en profundidad. Se intentarán que sean, en la medida de lo posible, creativos e imaginativos.