**LA ESTRUCTURA DE LA NOTICIA**

Toda información periodística se compondrá de un titular, una entrada o lead y el cuerpo o desarrollo de la misma.

Muchas veces el titular es lo único que verá el lector sobre la noticia que se presenta. Por esta razón, ese titular debe ser el resumen más exacto y fiel del texto que sigue a continuación.

El titular estará integrado, en lo posible y de acuerdo con el Manual Gráfico, por antetítulo, título y sumario. El título es el único elemento imprescindible. Los tres elementos del titular no deben tener una concatenación gramatical, ni depender el uno del otro.

Aunque el titular hace parte sustancial de la información, no reemplaza el lead ni cualquier otro dato que aparezca en el texto. Por eso, todo lo planteado en el antetítulo, el título y el sumario debe ser expresamente desarrollado en dicho texto.

La entrada es lo que se conoce, en la jerga periodística, como lead, tomado de la palabra inglesa que significa «liderar» o «conducir». Es, por tanto, el párrafo inicial que «conduce» tanto al periodista para desarrollar en seguida la información, como al lector en el conocimiento del hecho. Así se constituye en la puerta de entrada de la noticia.

Toda noticia sobre un hecho importante y serio, de interés nacional, debe contener en su primer párrafo la esencia de la información, de manera que cualquier lector pueda tener una noción cabal de lo ocurrido con solo leer dicho párrafo. No hay que tratar de incluir en ese párrafo la respuesta a las seis preguntas sacramentales del periodista (¿qué?, ¿quién?, ¿cuándo?, ¿cómo?, ¿dónde? y ¿por qué?), porque eso lo haría pesado y farragoso. Pero, cualquiera que sea la estructura que el periodista decida darle al lead, la respuesta a esas seis preguntas debe hallarse en los tres primeros párrafos de la noticia.

La circunstancia del tiempo en que ocurrió el hecho siempre debe quedar muy clara en los dos primeros párrafos de toda noticia.

El cuerpo de la información consiste en el desarrollo racional, coherente y metódico de lo que se propuso en el lead, generalmente siguiendo el orden de importancia de los datos, primero lo más relevante y luego lo de menor interés. Este sistema de redacción es lo que se conoce, en el lenguaje periodístico, como la «pirámide invertida».