

Chasqui

Revista Latinoamericana
de Comunicación

No. 62 - JUNIO 1998

Director (E)

Jorge Mantilla Jarrín

Editor

Fernando Checa Montúfar

Consejo Editorial

Jorge Mantilla Jarrín
Fernando Checa Montúfar
Lucía Lemos
Nelson Dávila Villagómez

**Consejo de Administración de
CIESPAL**

Presidente, Víctor Hugo Olalla,
Universidad Central del Ecuador.

Mario Jaramillo,
Ministro de Educación y Cultura

Abelardo Posso,
Min. Relaciones Exteriores.

León Roldós, Universidad de Guayaquil.

Carlos María Ocampos, OEA

Consuelo Feraud, UNESCO.

Carlos Ayala, FENAPE.

Héctor Espín, UNP.

Tulio Muñoz, AER.

Asistente de Edición

Martha Rodríguez

Corrección de Estilo

Manuel Mesa

Magdalena Zambrano

Portada y contraportada

Efraín Andrade Viteri

Impreso

Editorial QUIPUS - CIESPAL

Chasqui es una publicación de CIESPAL.

Apartado 17-01-584. Quito, Ecuador

Telf. 506 149, 544-624.

Fax (593-2) 502-487

E-mail: chasqui@ciespal.org.ec

<http://www.comunica.org/chasqui>

Registro M.I.T., S.P.I.027

ISSN 13901079

Los artículos firmados no expresan necesariamente la opinión de CIESPAL o de la redacción de Chasqui. Se permite su reproducción, siempre y cuando se cite la fuente y se envíen dos ejemplares a Chasqui.

NOTA A LOS LECTORES

Las prácticas sociales constituyen un escenario donde la efectividad de las versiones mediáticas hegemónicas de la realidad se relativizan: los perceptores aceptan, negocian o rechazan -para plantearlo desde una perspectiva esquemática- esas versiones. El **dossier Comunicación y prácticas sociales** parte de entender la comunicación fuera de los ejes tradicionales de análisis de los medios de comunicación. Es decir, la comunicación entendida como dimensión básica de la vida y de las relaciones sociales, en donde se producen acciones comunicativas que construyen interacciones políticas, procesos de organización social, producción simbólica, etc. Presentamos ensayos e informes de investigación que indagan las diversas formas de relación y expresión de actores sociales en diferentes contextos y situaciones, y en el marco de diferentes gramáticas culturales. Son análisis relativos a esos tres componentes básicos -según Martín-Barbero- de las prácticas sociales: socialidad, ritualidad y tecnicidad. En todos ellos está la comunicación -no los medios- como parte y producto de esas prácticas: la moda, los gestos y el cuerpo como escenarios de signos y simbolizaciones, expresiones musicales contemporáneas recreadas en matrices culturales específicas, danzas y teatralidad centenarias aún vigentes que constituyen "microresistencias que fundan microlibertades", recursos técnicos modernos (la cámara fotográfica) que permiten "miradas" de culturas ancestrales, la ciudad... Frente a la creciente masmediación de la sociedad, el reto es fortalecer las prácticas democráticas, pues -como dice Guillermo Orozco- ellas "son acciones reflexionadas entre interlocutores que colectivamente producen sentidos a su comunicación y configuran significados a su acción, a su agencia".

La proliferación creciente (nuevas ediciones y reediciones) y la trascendencia de los límites empresariales para los que fueron creados (llegan a universidades, instituciones y público en general) son dos hechos que han caracterizado al "fenómeno" de los **Manuales de estilo** de medios de comunicación, en los últimos años. ¿Responde esto a una verdadera necesidad de normar el estilo de cada medio o a una estrategia de *marketing*? Según Martín Yriart, estos textos no solo son manuales de producción (que atienden a aspectos léxicos, semánticos, gramaticales, etc. y que buscan que el producto sea lo que el editor quiere que sea), son también parte de una estrategia para legitimar el producto frente a sus consumidores, proclamar su calidad y son instrumentos de formación de imagen, por ello cree que no son necesarios excepto en las grandes agencias de información. En este **dossier** presentamos dos artículos muy críticos (Rodríguez e Yriart), dos que reseñan lo que han sido, son y proyecciones de manuales de importantes medios españoles: *EFE* y *ABC* (no obstante el reiterado pedido, no contamos con aportes de medios latinoamericanos) y uno que, ante la carencia, propone normas de estilo para divulgadores científicos. Creemos que estos textos suscitarán un gran debate al respecto.

Contrapunto es una nueva sección. Con ella queremos motivar el debate; abrir un espacio dedicado a "contrapuntear", matizar y complementar temas tratados en ediciones anteriores; y dar un seguimiento a los mismos. En este número, el tema de la sección es "Crónica roja: espectáculo y negocio", **dossier** publicado en la *Chasqui* 60. Reiteramos nuestra invitación para "contrapuntear" y ser parte activa de la revista: ¡tome la posta!


Fernando Checa Montúfar
Editor

COMUNICACION Y PRACTICAS SOCIALES

Al margen de los medios de comunicación, aunque su influjo es inevitable, existen diversos procesos, expresiones y formas comunicacionales altamente significativas. Algunas de ellas son analizadas por los autores que presentamos en este dossier.



- 4** Las prácticas en el contexto comunicativo
Guillermo Orozco Gómez
- 7** El cuerpo de la comunicación: del gesto a la cosmética
José Sánchez-Parga
- 11** Ciudad, sociedad civil y comunicación
Claudio Flores Thomas
- 15** De la calle a la pasarela
Valmir Costa
- 17** México: movimiento punk e identidad femenina
Inés Cornejo Portugal
Maritza Urteaga

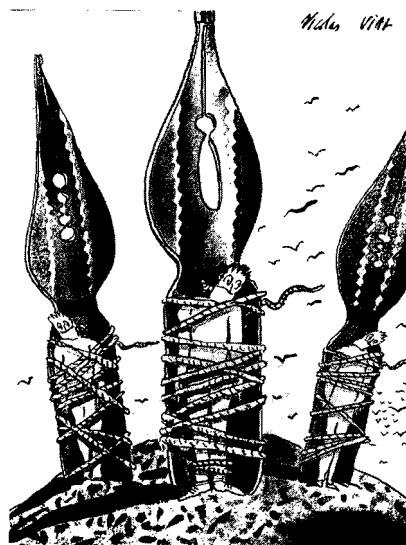
- 22** Neoliberalismo: sofisma científico y fascinación comunicativa
José R. García Menéndez
- 26** La danza aymara como resistencia
Jaime Iturri Salmón

- 30** La fotografía para una etnología de la comunicación
Sarah Corona Berkin
- 34** Ciudades andinas: la dialéctica del escape
Eduardo Kingman Garcés



MANUALES DE ESTILO

Dos hechos han caracterizado al "fenómeno" de los manuales de estilo en los últimos años, en Iberoamérica: cada vez más medios los producen y los manuales han trascendido los límites para los cuales fueron creados. ¿Verdadera necesidad de normar el estilo de cada medio o afán de prestigiar el producto ante sus consumidores?



- 37** Qués, para qués y cómo del manual de estilo
Hernán Rodríguez Castelo
- 43** ¿Para qué sirve un manual de estilo?
Martín F. Yriart
- 48** El Manual de Español Urgente de EFE
Alberto Gómez Font
- 53** ABC: ¿un libro de estilo más?
Joaquín Amado
- 55** Estilo para divulgadores científicos
Manuel Calvo Hernando

CONTRAPUNTO

Nueva sección para "contrapuntear", matizar, complementar temas tratados en ediciones anteriores. En este número, la crónica roja (Chasqui 60) da lugar a la reflexión en torno a una experiencia interesante.

- 58 Crónica roja: hacia un periodismo del abrazo
CISALVA

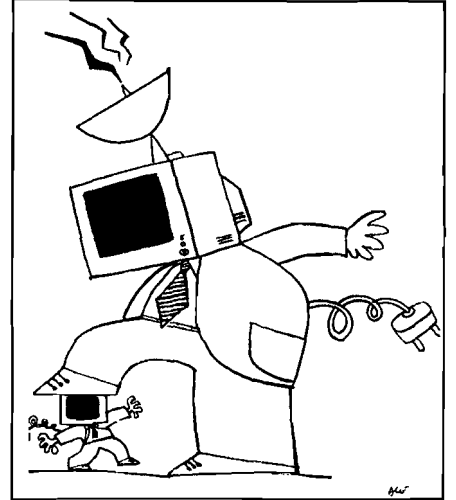


APUNTES

- 62 ¿Quién es el culpable?
La semiótica de Eco
Iván Oñate
- 65 Plan para desactivar cerebros
Carlos Morales
- 68 Los lenguajes prohibidos
Luis Dávila Loor
- 71 El video y sus luchas por expresar
Nancy Díaz Larrañaga
- 74 Los medios y las identidades de género
Celia Aldana
- 79 ¿La imitación o el arte de copiar?
José Luis García

NUEVAS TECNOLOGIAS

- 81 El ciberespacio colonizado
Carlos Eduardo Cortés

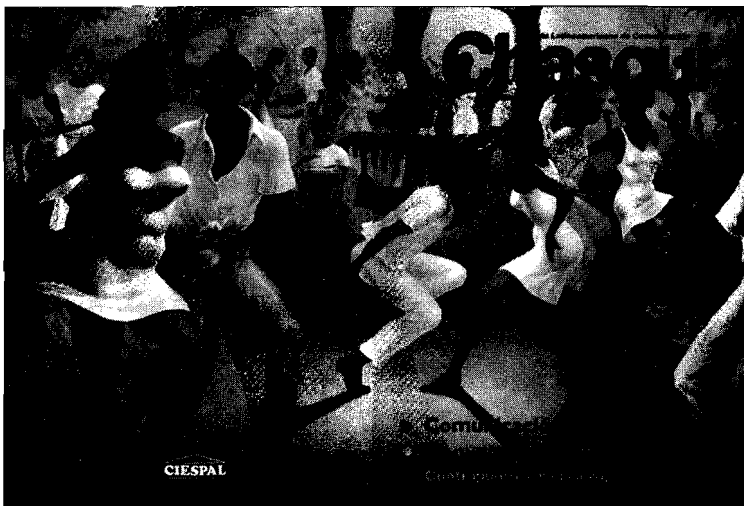


- 86 NOTICIAS

- 88 ACTIVIDADES DE
CIESPAL

RESEÑAS

- 89 Libros sobre la televisión iberoamericana
Daniel E. Jones
- 92 Libros



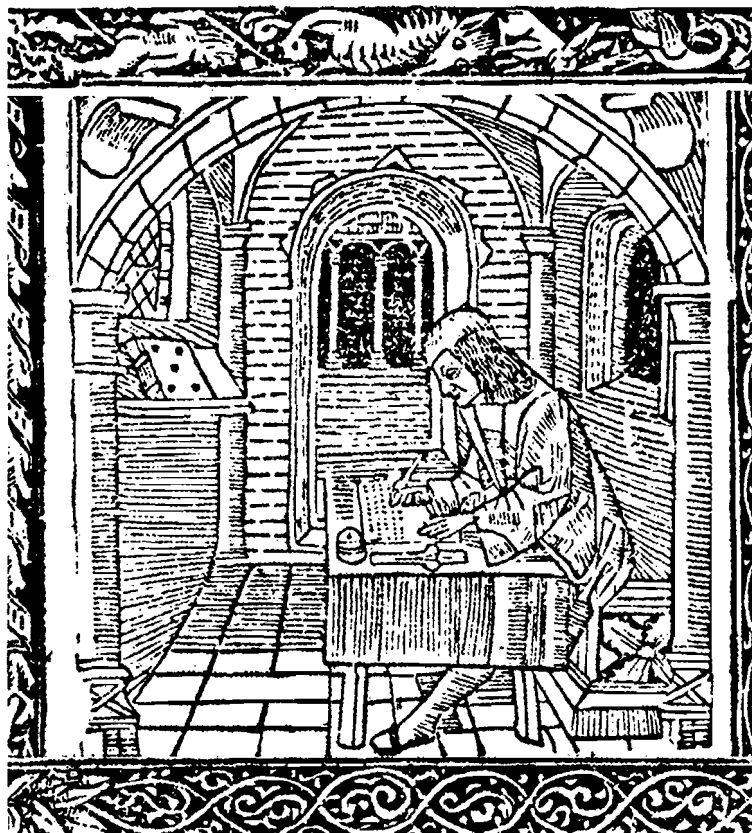
PORTADA Y CONTRAPORTADA

EFRAIN ANDRADE VITERI

Ecuatoriano

"MARIMBA", 1991
Oleo sobre tela 1.00 x 1.30

Qués, para qués y cómo del manual de estilo



Es en los medios periodísticos donde han cobrado mayor vigencia los manuales de estilo, por "la amplitud de esa empresa de escritura, el número de personas que a ella aportan escritura, la variedad de su formación -a veces de deformación- y, sobre todo, las prisas con que debe realizarse". El autor presenta un análisis punzante y crítico de algunos manuales de medios iberoamericanos, especialmente en lo atinente al estilo, la gramática y el léxico.

Manual de estilo o "Libro de estilo" se usan indistintamente, denominan algo concreto y específico. (Y por ello deberían tener lugar en el Diccionario oficial, acaso en "manual" o hasta en los tres lugares posibles). En cuanto a su condición de "manual" estos cumplen lo descrito en la acepción duodécima: "Libro en que se compendia lo más sustancial de una materia" (DRAE).

HERNAN RODRIGUEZ CASTELO, ecuatoriano. Escritor y periodista, miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua.

La complejidad no les viene por "manual", sino por "estilo". Porque, ¿qué tienen que ver con lo que generalmente se conoce por "estilo" las más ordinarias y comunes normas, por decir algo, de puntuación? Acaso para rehuir el escollo del "estilo", el manual de *El Tiempo* de Bogotá se ha titulado *Manual de redacción*. Pero, a cambio, se quedó corto: un manual de estilo es otra cosa que un simple "manual de redacción".

El manual de estilo

Hay "manuales de estilo" -no pocos prestigiosos y ampliamente utilizados- que responden a determinadas ex-

pectativas y cumplen funciones muy precisas.

Llega un nuevo redactor a la revista y el editor le pone en sus manos un librito -o librote, que algunos son bien gordos- y le dice: "Aquí está todo lo que necesita".

Y el joven que ha llegado, a lo peor, con pruritos como eso de comenzar los párrafos sin sangría y que suelta mayúsculas "respetuosas", se entera de que en la revista aquella todo párrafo se comienza, como debe ser, con sangría y que, a cambio, no se pone espacio entre párrafo y párrafo -como también debe ser-. Y sobre las mayúsculas halla, a

más de la norma fundamental (llevan mayúsculas inicial los nombres propios), un modo de proceder en casos dudosos.

¿Qué se logra con ello? Pues, sencillo: que todos los artículos de la revista aparezcan con las mismas características. Y esto nos vuelve a lo del "estilo": el estilo es lo que distingue y caracteriza por igual a la escritura de un autor que a una obra o a conjuntos, a veces vastos, de obras -estilo rococó, por ejemplo-

El estilo es -según una de sus varias interpretaciones- desvío de la norma; según otra, ejercicio de selección -tal autor prefiere párrafos largos o períodos rotundos (estilo periódico); el otro, como Azorín, oraciones cortas y hasta cortísimas (estilo cortado). Pues bien, un "manual de estilo" impone -para aquellos sobre quienes cobra autoridad- ciertas elecciones, allí donde cabía vacilar entre dos caminos.

En cuanto a su recepción, aunque en ciertos medios su circulación sea restringida, es práctica cada vez más generalizada que el manual de estilo de un gran diario se difunda hacia círculos amplios. "Hay una verdadera montaña de peticiones del *Libro de estilo*, y lo curioso es que una buena parte de ellas no tiene nada que ver, *a priori*, con ciudadanos relacionados con el mundo de la comunicación y sus aledaños", se escribía en el prólogo del *Libro de estilo* de *El País*, para la tercera edición -abril 1990-

Manuales de estilo y periodismo

El medio en que mayor vigencia ha cobrado los "manuales de estilo" es el periodístico -agencias noticiosas, diarios y revistas-. Pero la necesidad se ha sentido aun más en las agencias de noticias porque deben laborar con redactores de menor vinculación con el centro y más dispersos por el mundo. Si a ello se añade que tales redactores generalmente se reclutan en sus lugares de trabajo, ya se ve el caos de escritura que se produciría si no se les provee de normas muy precisas para reducir a ciertos formatos y redactar con cierto "estilo" sus envíos.

El resultado de la imposición de esos manuales ha sido la homogeneización de la noticia. Y no solo dentro de la agencia. En los 14 la *Associated Press* impuso para sus despachos la forma de presentar la noticia conocida como "pirámide invertida" y su *Manual de estilo* la convirtió en uso general.

Por supuesto que esta estandarización formal se perfecciona en el centro, que se reserva el más omnímodo poder de seleccionar contenidos y hacer la edición final de los despachos según los intereses y criterios de la gran transnacional que es una agencia de noticias. A quienes tienen en sus manos la criba se los llama *gatekeepers*, nombre-crito de lo más significativo: el que tiene el control de puertas y compuertas.

La homogeneización que puede imponer un manual de estilo se justifica en el caso de una editorial que en lo gráfico quiere dar el mismo aire de familia a todas sus publicaciones o, al menos, a ciertas colecciones. Empobrece cuando tal uniformidad se extiende a la redacción misma de los artículos y, peor, si se avanza hasta la misma concepción de los textos. Tal el caso de la revista *Selecciones*. Por alguien que aspiraba a una representación regional de la popularísima revista, me enteré que lo primero le remitieron un gordísimo manual de estilo, en que se normaba, con atisigante meticulosidad, hasta el último detalle de esos "digestos" que publica, para hacerlos a todos idénticos en concepción, extensión, estilo.

Sin dar en extremo solo explicable en una revista que apunta a un segmento bastante limitado en sus exigencias intelectuales o artísticas, la imposición de normas de las grandes transnacionales de la información -mediante manuales más o menos explícitos- ha ido en esa dirección. "El 'libre mercado' -es decir, libre juego de las cuatro grandes agencias- no ha producido una gran variedad, sino una notable homogeneidad entre los diversos sistemas nacionales", se dijo en una conferencia internacional'.

El estilo

Los manuales de estilo ejercen autoridad sobre aquellos a quienes se destinan. El de *El País* hace esta "Advertencia inicial": "El *Libro de estilo* de *El País* contiene normas de obligado cumplimiento para todos los cargos del periódico, los redactores y los colaboradores. Nadie estará exento de esta normativa". Y lo hacen en dos campos, con diferencias enormes, debidas a la naturaleza de esos campos.

El primero es el del estilo. Cabe esperar que manuales de estilo hechos para normar la escritura de periodistas



atiendan al estilo periodístico. Pero no abordan asunto tan escurridizo y erizado de perplejidades sino de modo muy general y que tan pronto como les es posible se descuelga a recomendaciones puntuales pragmáticas. "No pretende este Libro de Estilo ser una preceptiva gramatical ni un tratado de redacción periodística", -advierte en la "Introducción" el del madrileño ABC. Y dos párrafos abajo afirma con corrosiva ironía: "El estilo periodístico resulta tan difícil de definir como fácil de apreciar su ausencia en las páginas impresas".

El manual de estilo -está claro- ha de ser claro y preciso. Los límites con los que se trabaja son los del lenguaje: los límites de los sonidos, de las palabras, de las frases, de las oraciones, de los párrafos, de los capítulos, de los libros. El manual de estilo debe ser claro y preciso. Los límites con los que se trabaja son los del lenguaje: los límites de los sonidos, de las palabras, de las frases, de las oraciones, de los párrafos, de los capítulos, de los libros.

El de *El País* inicia el capítulo en que comienza a tratar asuntos formales con unos cuantos párrafos que dibujan un "estilo periodístico". El estilo -se dice- "debe ser claro, conciso, preciso, fluido y fácilmente comprensible, a fin de captar el interés del lector" (2.1.).

No se detiene en ninguno de esos grandes rasgos del estilo periodístico; más bien se acude a una recomendación aparentemente clara pero, si se extreman las cosas, críptica: los periodistas han de escribir con el estilo de los periodistas, no con el de los políticos, los economistas o los abogados (2.2.). Cabe preguntarse, ¿y cuáles son las diferencias entre tales modos de escribir? El manual solo atiende a una que diferencia una buena redacción periodística de (aquí hay trampa) una mala económica o jurídica: "Los periodistas tienen la obligación de comunicar y hacer accesible al público en general la información técnica o especializada. La presencia de palabras eruditas no explicadas refleja la incapacidad del redactor para comprender y transmitir una realidad compleja. El uso de tecnicismos no muestra necesariamente unos vastos conocimientos sino, en muchos casos, una tremenda ignorancia" (2.2.).

A vuelta de estas ilustres generalidades, este manual tiene, en materia estilo, algo notable y preciso: "El empleo de las normas básicas... no implica el uso de una escritura uniforme en todo el diario, puesto que son compatibles con la riqueza,

la variedad y el estilo personal" (2.7.). El manual de estilo periodístico aloja muchos rasgos periodísticos, tantos cuantos como se puedan, con personalidad periodística e idiomática.

El *Libro de estilo* de ABC dedica un capítulo de su primera parte a las "normas de redacción y estilo propias de ABC, entendido -aclara en inciso- el estilo también como el tono general y la conducta informativa" (12).

Sin anunciarlos como rasgos de estilo periodístico y en desorden que trasluce la falta de sistema, atiende a algunos que lo son sin duda o al menos son prácticas que procuran tales rasgos. Varios apuntan a la claridad o legibilidad: vocabulario fácil para el lector ("Deberá preferirse la palabra corta a la larga; la simple a la compleja; la concreta a la abstracta; la castellana a la escrita en un idioma vernáculo extranjero"); frases cortas (con la observación muy al día: "Experiencias sobre la legibilidad y la memoria demuestran que en una frase de longitud media -de 20 a 30 palabras-, el lector retiene peor la segunda mitad que la primera; si tiene más de 40 palabras gran parte de la frase no suele memorizarse") (p.48).

Pero entonces viene el subtítulo "Claridad y precisión". ¿Y no se estaba tratando de la claridad? La falta de la menor teoría y de cualquier sistema explica repeticiones así de lamentables. Siguen nuevas recomendaciones: redactar "en términos simples, directos y efectivos", huir "de ambigüedades, abstracciones y generalidades no respaldadas en hechos" -en donde se deja que se cuele una cuestión de contenido-. Y en cuanto a esa otra gran calidad del estilo periodístico que es la precisión, tras la anotación tópica de que "deberá redactarse también con precisión", se pasa a un ejemplo un tanto pobretón. Y siguen recomendaciones como no abusar de incisos o paréntesis, (¿pero el paréntesis no es un inciso?) "para no romper el hilo de la narración" y el huir de frases hechas.

El nuevo subtítulo anuncia otra cualidad del estilo periodístico -el que busca el ABC-. Lo titula, un tanto curiosamente, "Belleza y armonía", y, claro, se acaba en algo más afín al texto periodístico: la amenidad. Pero es una amenidad que se reduce a evitar la monotonía: "Alter-

Tales normas producirán un medio conservador

o uno innovador; uno ordenado y rígidamente construido, frente a otro libre y hasta con aire de inspirada improvisación; uno de escritura estandarizada, sabia y discreta, y otro de escrituras ingeniosas, brillantes y hasta coloquiales.

nar frases largas y cortas modifica el ritmo de la narración y hace más grata la lectura".

Se completan estas normas de ABC con recomendaciones sobre la impersonalidad, la moderación en la adjetivación y la preferencia de la construcción activa frente a la pasiva.

¿Un estilo de agencia?

El *Manual de Estilo* de EFE se pregunta "¿Es posible un estilo propio de agencia, caracterizado frente al de los periódicos?", y cree hallar la respuesta en una "neutralización de estilo que no tiene por qué producirse en los periódicos". Se cuida, eso sí, de aclarar que no ha de confundirse "neutralización de estilo" con estilo "neutral", permanentemente insípido.

Lo que resulta lamentable es que todos los párrafos del capítulo 1 de este importante manual se resientan de falta de delimitación entre estilo y lenguaje.

MANUALES DE ESTILO

Siempre se está pensando en lo idiomático, en la "unidad de la norma estándar culta" (1.7.).

El 2, en cambio, por más que se abra con explícita referencia al idioma, avanza por preocupaciones que pertenecen al ámbito de un estilo periodístico. Previene contra trivialidades y sienta que "la rapidez con que un periodista debe escribir no es buena excusa para hacerlo con desmaño" (2.2.). Y da en ese lugar inevitable del estilo periodístico que es la claridad o legibilidad: el redactor debe cerciorarse "de que la noticia es transparente e inteligible para cualquiera en una primera lectura". Y, tras un paréntesis léxico, quedamos ante uno de los planteos estilísticos más sugestivos que puedan hallarse en estos manuales: lo que se presenta como "la instrumentalidad" del lenguaje de *EFE*. Tal empleo del lenguaje -se establece- "se logrará si se evitan por igual la tentación literaria y la de orlizar el lenguaje aproximándolo en exceso a variedades habladas". Es sabido que lo propio del uso artístico del lenguaje es su opacidad, que fuerza al lector a atender, a detenerse en el lenguaje, con el que el contenido está entrañable e indisolublemente trabado -el punto máximo de este fenómeno es la lírica, que por ello resulta intraducible-; frente a ello, la agencia requiere un lenguaje que sea "de ordinario, un delgado y transparente cristal" (2.6.). Sobre la oralidad del lenguaje escrito, la Agencia, sin discutir su conveniencia para ciertos medios, la estima inapropiada para empresa que ha de servir a abonados de muy diversas preferencias.

Señalados esos límites que no han de traspasarse, el *Manual* dice del estilo que exige: "Pero ese estilo no está codificado, no puede estudiarse en libros concretos". Y tras esto que, de no ser tan ambiguo (¿se refiere al estilo de *EFE*?, entonces, quién sino el o los autores de ese *Manual* debía codificarlo, ¿se refiere, sin más, al estilo periodístico?), resultaría excesivo (por supuesto que hay libros "concretos" que han codificado el estilo periodístico), al confundir estilo con actitud ante normas académicas, no obstante precisar líneas adelante que la Academia "no postula un estilo determinado, sino que trata de fijar su norma léxica y gramatical" (2.10.).

De vuelta a la propuesta "neutralización del estilo" prescribe el orden lógico



de las piezas de la oración: sujeto, verbo, complemento directo, complementos circunstanciales. "Tal tipo de secuencia -escribe- produce siempre buenos resultados y contribuye a la neutralización del estilo" (6.3.). Esto último cabe leer así: hace que el estilo no sea estilo. Pero, a renglón seguido, introduce la salvedad: "Sin embargo, se confía al buen tino de los redactores la posibilidad de alterarla, en función de la **claridad**, del **interés** y de la **animación** de la noticia". Difícil que el orden psicológico dé réditos de claridad; se lo usa, en cambio, para cobrarlos de interés y animación -y estudios contemporáneos han mostrado cuánto aporta el interés a la legibilidad-.

Y este *Manual* termina lo del estilo con recomendaciones últimas tendientes a lograr otra decisiva nota del estilo periodístico: la concisión -aunque nunca la nombra-. Menciona, de paso, la redundancia, pero tratándola de modo que a duras penas resulta aceptable en un "manual" de agencia. ¡Con decir que para este manual redundancia es "materia inerte a efectos informativos"! (7.2.).

En suma, que en los manuales de estilo periodístico sí hay algo de estilo, pero, de tan asistemático, disperso y casi caótico, y de tan falta de base teórica, bastante rudimentario.

Los manuales y la lengua

El otro gran campo al que los manuales de estilo atienden es la lengua. Estos diferirán sin duda en lo que es "estilo" del medio dentro del cual prescriben -en sus aspectos semióticos, de orientación informativa, de módulos de escritura, que son los que le confieren su responsabilidad-. Tales normas producirán un medio conservador o uno innovador; uno ordenado y rígidamente construido, frente a otro libre y hasta con aire de inspirada improvisación; uno de escritura estandarizada, sabia y discreta, y otro de escrituras ingeniosas, brillantes y hasta coloquiales. Pero hay algo en que todos esos medios de comunicación coinciden: han de estar escritos con corrección y propiedad idiomática.

La idea maestra es la que estampó Charnley en su *Reporting* acerca del

"buen inglés"³. Lo mismo cabe decir del español: en general, el buen español, el español que observa las reglas, es el español más claro, el más fuerte... es el que ordinariamente ofrece el modo más fácil, más económico y más seguro para entendernos.

En el ámbito de la lengua, los manuales de estilo lo son de dudas; apuntan a solucionarlas y a precaver de error los textos. Si los periodistas que trabajan en el medio dominasen la gramática de su lengua, el manual de estilo de ese medio podría proceder como el *Manual de Redacción de la Agencia France-Press*:

"c) Estilo.

Gramática: Ninguna regla en particular. Se escribe correctamente y según las normas gramaticales".

Pero, al menos en América Latina es conocido lo poco y mal que se estudia la gramática. (Y de España, la *EFE* confiesa: "La acción pedagógica no suele ser muy eficaz en nuestro país"). Los vacíos de conocimiento gramatical en la casi totalidad de nuestros periodistas son pavorosos.

Entonces a los manuales les queda mucho por hacer. Deben dedicar decenas de páginas a cuestiones gramaticales. Excepción curiosa es el del *El Tiempo*, que procede casi como *France-Press*: "Es natural que el periodista deba acatar todas las reglas de gramática y sintaxis señaladas por las máximas autoridades del idioma. *El Tiempo* presume que sus redactores conocen dichas reglas y por ello no las repite aquí"

(3.01.02.). Bueno, ningún manual va a reproducir el *Esbozo de una nueva gramática de la lengua española*; da por supuesto que esa gramática normativa oficial existe y el redactor la usa. De lo que se trata es de superar, mediante un recurso más práctico y directo, "el deterioro progresivo que el idioma está padeciendo en los medios de comunicación", que dice el *Manual de EFE* (1.1.).

Este ha sido el más certero en la fundamentación de esta problemática. "El periodista -establece- tiene como medio de control la norma léxica y gramatical, tal como está estatuida por el consenso indiomático culto de nuestro momento" (1.3). Apenas hace falta reparar en que este texto clave entraña más problemas que líneas tiene: está la cuestión de la norma, del consenso indiomático culto y del momento -es decir, la clara alusión a que la lengua está en permanente movimiento y lo que parece extraño a ella hoy mañana puede ser propio y como natural (cosa, por otra parte, que obligará a los manuales a permanente puesta al día, al menos en lo léxico).

La gramática

En cuanto a la gramática, los manuales fijan sus límites con nitidez: "No pretende este Libro de Estilo ser una preceptiva" (*ABC*, 11); "Las normas que se recogen en este capítulo no son, ni pretenden ser un tratado de gramática, ni siquiera un resumen articulado" (*El País*, 12). El propósito es, en términos generales, el que anuncia este último: "refrescar las reglas gramaticales que

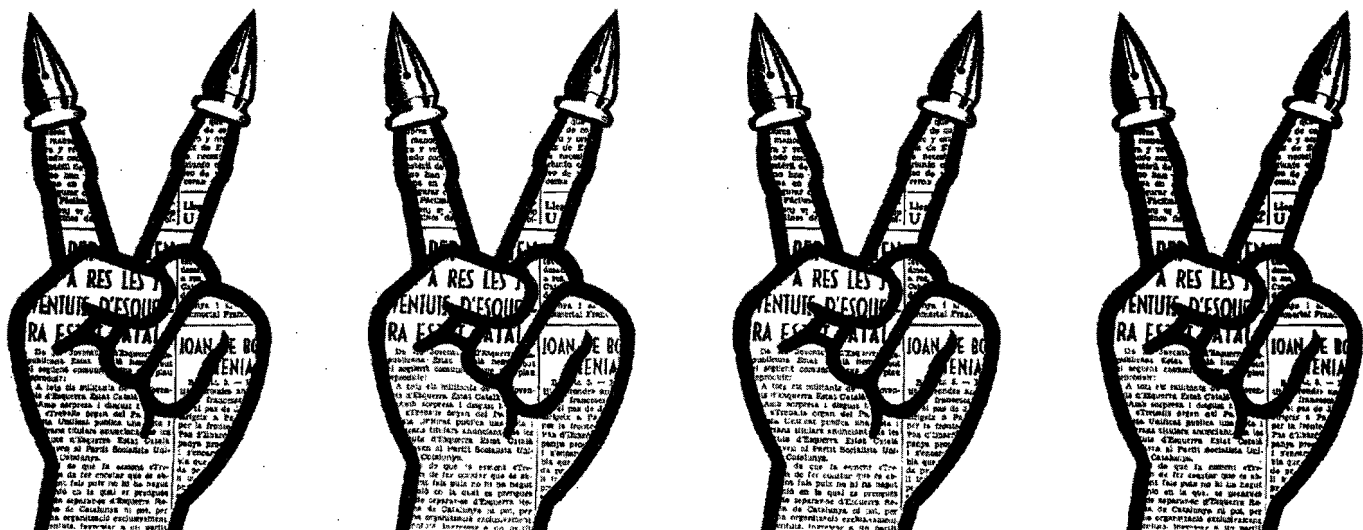
con más frecuencia se quebrantan y limitar o precisar el uso de algunas de ellas en beneficio de la redacción periodística" (12).

Sería ejercicio interesante repasar, manual por manual, cuáles consideran esas normas necesitadas de refrescamiento y cómo se pronuncian en el caso de las transgresiones más frecuentes y lamentables en los medios. He llegado a establecer los cinco problemas idiomáticos del periodista latinoamericano, y ello me ha permitido tratar la cuestión con algún rigor y sistema⁴. Los manuales parecen renunciar a lo completo y sistemático, y tocan unos casos sí y otros no, y en los que tratan apenas rozan la doctrina gramatical indispensable para su inteligencia y dominio. Difícil para un periodista llegar a la corrección con estos manuales. Con cualquiera de ellos.

Cuestiones conexas con la gramática a que los manuales atienden son ortografía y puntuación. Y en ortografía se siente que da mucho que hacer la cuestión en principio simple pero en ciertas aplicaciones peliaguda de las mayúsculas. A algunos manuales la cosa les resulta tan problemática que acaban resolviéndola con listados de palabras que deben llevar mayúscula.

El léxico

El léxico es la última gran preocupación de los manuales de estilo periodísticos. Comprensible el cuidado porque el periodista se enfrenta con los más variados conflictos léxicos: el neologismo, de-



Capçalera AS, España

formaciones léxicas propias de los más diversos estratos sociales, usos improprios generalizados y hasta jergas. Con agravantes como el que señala el manual de *EFE*: "Muchas de las extravagancias léxicas que hoy pululan en los medios de información no son achacables a los periodistas sino a sus fuentes" (5.2.).

El léxico es variado y disperso. A los manuales de estilo no les queda sino el camino universal del pequeño diccionario. El de *ABC* ordena alfabéticamente voces en 45 páginas a doble columna. El de *El País* lo divide en palabras y siglas. Las palabras ocupan 265 páginas a doble columna. Cabe observar que tanto en uno como en otro listado no se atiende solo a cuestiones léxicas, sino también a gramaticales y ortográficas.

En las palabras mismas, un manual debe dar soluciones a los problemas, responder a esas preguntas que tantas veces se han formulado en la redacción. Los planteos léxicos de los manuales de estilo son muy diferentes de los de un diccionario ordinario. Atienden en casos más a la connotación que a la denotación, porque para el lector pesarán más ciertas connotaciones. De **anciano-anciana**, escribe el de *El País*, que se aplica a hombre o mujer de más de 65 años, pero no es ello lo que cuenta: "Sin embargo, estos adjetivos -por el tono peyorativo que puedan tener- solo deben emplearse muy excepcionalmente, y más como exponente de decrepitud física que como un estadio de edad".

Interesantísimo para el lexicógrafo ver qué palabras define, cuáles rechaza, cuáles recomienda, cuáles acepta con tratamiento especial, uno de estos grandes medios. Tan interesante como que usos que estos manuales recomiendan quedan por ello mismo recomendados ante las comisiones e instancias académicas encargadas de enriquecer, depurar y precisar las entradas o lemas del Diccionario oficial.

El periodista está en las trincheras avanzadas de la lengua, batiéndose con la novedad y poniendo orden a la invasión extranjera. Tal lucha y ordenamiento no se hacen con criterios absolutos, inmóviles: en esas fronteras se pacta constantemente y parte de la política es permitir ciertas filtraciones. Por eso esta parte de los manuales de-



berá actualizarse al menos cada buen tiempo. El de *ABC* hace confesión que, explícita o implícita, corresponde a cualquiera de estos manuales: "No deberá considerarse este *Manual* como un repertorio inflexible de instrucciones con pretensión de perennidad. Constituye más bien un esfuerzo que habrá que ir adaptando a la realidad viva del idioma y a las exigencias del universo informativo" (P.13). Importa, eso sí, diferenciar: esto tiene plenitud de validez en lo léxico, que es la cara siempre móvil de la lengua; no en lo gramatical: la gramática es lo que asegura la identidad y unidad del código a través del tiempo y los espacios. Pienso que en plenas vísperas del nuevo milenio, las *Apuntaciones críticas sobre el lenguaje bogotano* de Cuervo son el mejor "manual de estilo" que se haya hecho en español -libro admirable, con una briosa juventud de 126 años-.

NOTAS

1. Sreberny-Mohammadi, A., "The world of the news: the news of the world", en IAM-CR, edit., *New structures of international communication? The role of research, main papers from de 1980, Caracas Conference*.
2. Fernando Lázaro Carreter, "Prólogo", *Libro de estilo de ABC*, Barcelona, Ariel, 1993 (6a. ed.), p.8.
3. Mitchel V. Charnley, *Reporting*, New York, Holt, 1964, p.153.
4. El primer libro en que presenté el hallazgo -al Coloquio con que la Academia Mexicana celebró su primer centenario- fue *El español actual: enemigos, retos y políticas*, Quito, Academia Ecuatoriana de la Lengua, 1975. Lo traté más ampliamente en el capítulo V -"Las mayores perplejidades del codificador: los mayores problemas idiomáticos del periodista latinoamericano"- de mi *Redacción periodística*, Quito, CIESPAL, 1988 (2a. ed. 1997), pp. 225-314. Y el mismo esquema he usado en *Cómo escribir bien*, Quito, Corporación Editora Nacional, 1993.