

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

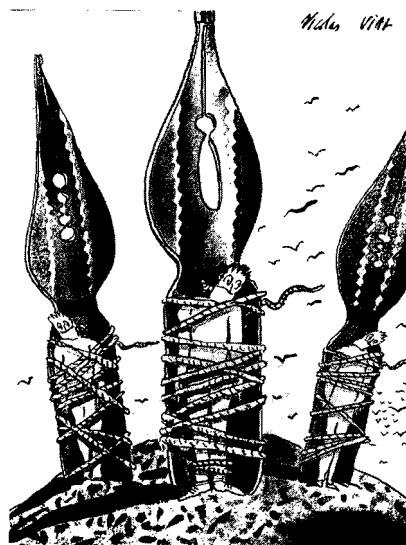
- 22 Neoliberalismo: sofisma científico y fascinación comunicativa
José R. García Menéndez
- 26 La danza aymara como resistencia
Jaime Iturri Salmón

- 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

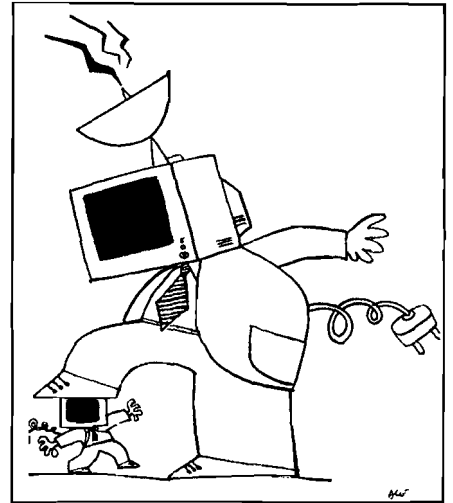


APUNTES

- 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

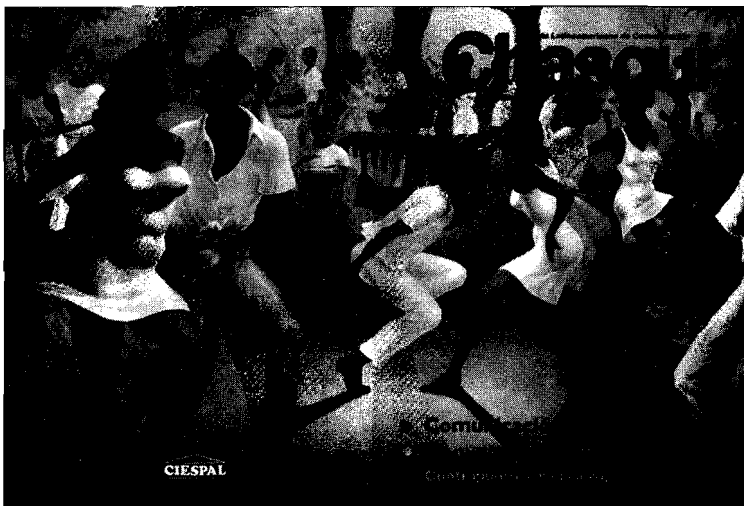


86 NOTICIAS

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

Estilo para divulgadores científicos.

No obstante la profusión de manuales de estilo, dada en los últimos años, hay una carencia de textos que, desde la perspectiva del estilo, aborden temas de periodismo científico y divulgación de la ciencia. A base de su enorme experiencia en este campo, el autor nos ofrece algunas sugerencias al respecto.



Capitulara 62, España

En los últimos años, los libros o manuales de estilo de medios informativos han experimentado un gran crecimiento, por su utilidad para que los redactores y colaboradores dispongan de un conjunto de normas a qué atenerse en su trabajo a fin de alcanzar cierta uniformidad formal en la producción de textos, ahorrar espacio y preparar los originales según lo prescrito. La mayoría de los libros de estilo incluye normas sobre ortografía, puntuación, uso de mayúsculas, abreviaturas, ordinales, etc.

MANUEL CALVO HERNANDO, español. Licenciado en Derecho y en Ciencias de la Información, profesor en la Universidad de San Pablo (Madrid) y secretario general de la Asociación Iberoamericana de Periodismo Científico.
E-mail: mcalvo@terrabit.ictnet.es

Reuter elaboró uno de los mejores libros de estilo, y en idioma español debe elogiarse la tarea que viene realizando el Departamento de Español Urgente de *EFE*.

En los Estados Unidos, grandes y pequeños diarios publican textos tanto sobre las normas éticas a que sus redactores han de ajustarse, como las reglas principales para escribir y editar correctamente. Grandes periodistas han orientado a millares de escritores de instituciones y medios de comunicación. Entre ellos están Charles McDowell, corresponsal en Washington del *Richmond Times-Dispatch*. Clarke Stallwort, editor asociado del *Birmingham News*, da consejos para revisar una historia, después de escrita. En un folleto preparado por Elwood M. Wardlow, director asociado

del American Press Institute (API), se recuerda, no obstante, que, a la larga, escribir bien depende de cada uno. Sin embargo, son útiles algunas de sus recomendaciones, que proceden de una larga experiencia profesional, primero como corrector de estilo y finalmente como subdirector del *Buffalo Evening News*, y también como docente. A nosotros nos interesa aquí lo que se refiere a cómo explicar los temas difíciles, que suelen ser propios del periodismo científico.

Podría subrayarse una cierta contradicción entre el estilo, que debería corresponder a la manera de expresión del periodista, y la homogeneidad que exigiría una obra colectiva como es un periódico. Saul Pett, de la *Associated Press*, parece salvar este escollo cuando afir-

ma: "El escribir bien significa tener un sentido de la disciplina pero también lleva en sí un sentido de libertad, de amplitud, un reto para captar y percibir la sustancia de los temas, una invitación a decir algo en forma diferente si la cuestión necesita exponerse en forma diferente, aunque nunca solo por querer ser diferente".

En materia de periodismo científico y divulgación de la ciencia, los manuales y libros de estilo no suelen tener en cuenta, en general, esta especialidad informativa de nuestro tiempo. Una de las excepciones es el *Manual de Periodismo Educativo y Científico*, publicado por el Centro Interamericano para la Producción de Material Educativo y Científico para la Prensa (CIMPEC). Su primera edición es de 1974. Posteriormente, CIESPAL lo reeditó. Al firmante de este artículo le cupo el honor de participar, en Quito, en las reuniones preparatorias del *Manual*. El manual de CIMPEC se refiere a cuestiones gramaticales, pero sin una especificación para divulgar la ciencia.

Hoy contamos ya con literatura sobre cómo explicar los temas difíciles en los medios informativos y especialmente en la prensa. Las situaciones complejas constituyen siempre un desafío para el escritor y el periodista, particularmente en la divulgación y difusión de la ciencia. Eardlow da tres normas básicas:

1. Conocimiento y conciencia.
2. Práctica.
3. Relacionar lo desconocido con lo conocido.

Sugerencias sobre el estilo divulgador

Ante la ausencia de manuales de estilo con especialización en periodismo científico, al autor de este artículo propone algunas ideas, propias y ajenas.

- Copérnico, en su prefacio dedicado al Papa Pablo III Farnesio, decía: "Las matemáticas solo se escriben para los matemáticos". Por el contrario, en el siglo pasado, un matemático, Gorgonne, afirmaba: "Nadie puede enorgullecerse de haber dicho la última palabra sobre una teoría, en tanto no la pueda explicar en términos sencillos a cualquiera que encuentre en la calle". (Bertrand Russell, prefacio a *Lo mejor de Bertrand Russell*, Edhasa, 1989). Como dice Le Lionnais,

al comparar estos dos hechos, la verdad debe hallarse entre esas dos posiciones extremas.

- El divulgador científico debe tener conciencia de su objetivo básico: poner al alcance de la mayoría el patrimonio científico de la minoría. Para ello, defenderá en sus escritos, sus palabras y sus imágenes el derecho de todo ser humano a participar en la información y en el conocimiento y a integrarse en la Tercera Cultura (humanística y tecnológica).

- Para científicos, docentes y comunicadores de los países de América Latina, profesionalizar la divulgación científica en sí constituye una innegable urgencia. La primera demanda es apuntalar la formación de comunicadores, procedentes de cualquier disciplina, que asuman esta "delegación social de tareas" y, consecuentemente, el compromiso/contrato social en ella implicada (*Chasqui* 55).

- En periodismo científico, como en todas las actividades humanas, y especialmente en las relacionadas con la comunicación, es necesario innovar, compartir, contextualizar. Ante la revolución contemporánea del saber, urge establecer criterios sobre una de las más graves carencias de nuestro tiempo de

la ciencia y de la técnica, la cultura científica como proyecto actual y de futuro y como elemento indispensable en las sociedades tecnológicas de finales del segundo milenio y comienzos del tercero.

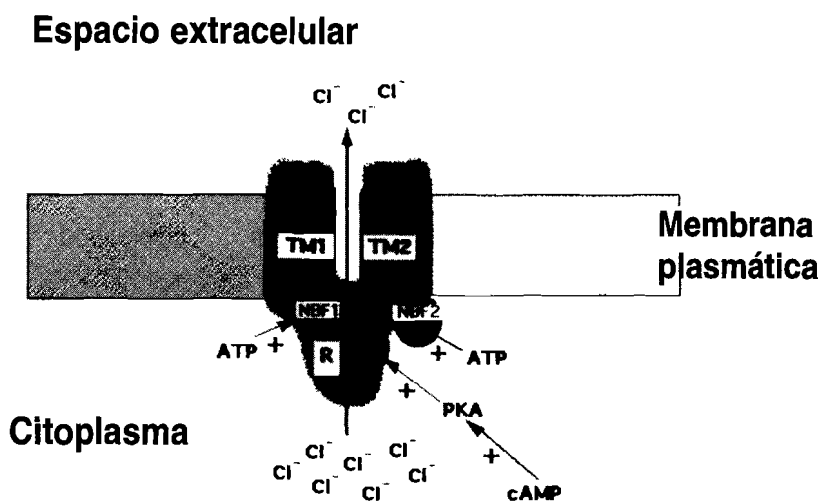
- El periodismo científico es también un factor de cambio, y así se lo definió en el II Curso-Taller de Periodismo Científico (Medellín, Colombia, noviembre 1987). Es también una parte de la "industria del conocimiento", que produce, distribuye y transfiere información científica. Bajo su influjo se modifican y a veces se trastornan conceptos económicos, culturales y sociales.

- El divulgador científico tiene una triple responsabilidad: informar, explicar y facilitar la comprensión.

- Un primer paso es entender que la intención de uno y otro discurso, el científico y el divulgador, es distinta, por lo cual los recursos que deben utilizarse son distintos también.

- Al hablar de nuevas líneas del periodismo actual, en su estudio *Periodismo de Servicio*, la profesora María Pilar Diezhandino, de la Universidad del País Vasco (1994), señala la necesidad "un periodismo que no sea un transmisor pasivo de conocimientos y sepa identificar





las tendencias en el proceso de su desarrollo, que investigue el porqué de los hechos y sus consecuencias".

- Debe tenerse en cuenta el contexto científico en el que se interpretan estos resultados. Para poder hablar de ello, especialmente en disciplinas de vanguardia, el periodista necesita un conocimiento histórico del campo que trata. La pregunta básica que debería hacerse en un artículo es: ¿por qué estos resultados son tan importantes y por qué no se contestó antes a esta pregunta de la naturaleza? (Louise Fresco, Universidad de Estudios Agrícolas de Wageningen, Holanda).

- Casi toda la comunicación de la ciencia es divulgación. Solo al final de la cascada divulgatoria se llega a la divulgación tal y como se la conoce; es decir, la que no depende de novedades sino que describe objetos y fenómenos de la naturaleza con un propósito educativo. (Marcelino Cereijido, *Por qué no tenemos ciencia*, Siglo XXI Editores).

- El discurso de la divulgación de la ciencia necesita precisión, exactitud y algunas gotas de imaginación, de misterio.

- La idea implícita de algunos periodistas científicos de que la ciencia es un gran saco lleno de datos enciclopédicos, todos ellos amontonados en desorden, es errónea.

- Es decisivo prestar atención al ser

humano que se esconde tras el científico. Un enfoque personal es siempre fructífero.

- El divulgador de la ciencia suele recurrir a la analogía, la imagen, la descripción, el humor, la metáfora. Toda expresión verbal es "metafórica". La metáfora constituye un elemento indispensable en el organismo del lenguaje; sin ella, la lengua perdería toda su vida, para convertirse en un sistema de signos convencionales (Cassirer, *Las ciencias de la cultura*, 1972). El peligro de las metáforas inmediatas es que nunca son imágenes pasajeras. Se dirigen a un pensamiento autónomo. Tienden a completarse, a acabar en el reino de la imagen (Bachelard, *La formación del espíritu científico*, Siglo XXI, Buenos Aires, 1975).

- La solemnidad es sospechosa; puede incluir un manto de hipocresía. Nada hace más falta en el mundo moderno que la tolerancia cordial y generosa; y nada es más hostil a ello que una moralidad rígida y dogmática que condena como réproba a la mayoría de la especie humana. Contra la solemnidad, la mejor arma es el ingenio.

- En general, se recomienda: evitar la oscuridad en la expresión, la ambigüedad; ser breve, ordenado.

- En periodismo, las redundancias

son mucho más frecuentes de lo que podría creerse. La Asociación de Periódicos de Minnesota hizo esta lista, que cada uno de nosotros podríamos completar con nuestra propia experiencia, y de la que tomamos las más relacionadas con el periodismo científico: planificación previa, hechos verídicos, la pura verdad, pequeño en tamaño.

- Desde grandes autores se ha criticado la acumulación de adjetivos para un mismo sustantivo: las cualidades se ligan a la sustancia tan directamente que pueden yuxtaponerse sin mayor preocupación por sus relaciones mutuas. En definitiva, el progreso del pensamiento consiste en reducir el número de adjetivos que convienen a un sustantivo y no en aumentarlo. Se piensa científicamente en los atributos jerarquizándolos, mas no yuxtaponiéndolos. (Bachelard, 1975, p. 133).

Como resumen y ejemplo de estas sugerencias, he aquí una guía del escrito ideal de divulgación científica: "He escrito para un lector que está dispuesto a abordar argumentaciones detalladas, pero no está familiarizado con la matemática ni con la física. Aunque debo exponer algunas ideas científicas bastante complicadas, en el libro no se usa matemática alguna que vaya más allá de la aritmética ni se presupone conocimiento alguno de la física o la astronomía. He tratado de definir cuidadosamente los términos cuando se los usa por vez primera, y además he proporcionado un glosario de términos físicos y astronómicos. Cuando me ha sido posible, también he escrito números como "cien mil millones" en lenguaje común, en lugar de usar la notación científica más conveniente: $10 \text{ elevado a } 11$ ". (Steven Weinberg, *Los tres primeros minutos del universo*, 1978). ●

BIBLIOGRAFIA RECOMENDADA

- Agencia EFE (1992), *El neologismo necesario*, Madrid.
- Agencia EFE (1992), *Vademécum del español urgente*, Madrid.
- Linares, Mario (1975), *Estilística (Teoría y estudio de la puntuación)*, Avila, España.
- Lorenzo, Emilio (1996), *El español de hoy, lengua en ebullición*, Gredos, Madrid.
- Rodríguez Castelo, Hernán (1969), *Tratado práctico de puntuación*, Quito.
- RTVE-Radio Nacional de España (1980), *Manual de estilo*, Madrid.