

**FUNDACIÓN
LITTERAE**

**SEXTAS
JORNADAS
NACIONALES
SOBRE
NORMATIVA DEL
IDIOMA ESPAÑOL**

*“Los manuales
de estilo
de los diarios argentinos”*

**Prof. Patricia Nigro
Lic. María del Carmen Grillo**

UNIVERSIDAD AUSTRAL

Los manuales de estilo de los diarios argentinos

El objetivo de este trabajo es el de plantear una lectura crítica de los manuales de estilo publicados por los diarios argentinos. Hasta el momento, se han editado tres: dos de ellos en 1997, con muy poca diferencia de tiempo, los de *Clarín* y *La Nación*; el tercero, de 1998, es el manual del diario *Perfil*, medio llegó a publicar cien ejemplares.

Partimos del análisis de la expresión “manual de estilo” y consideramos los rasgos más sobresalientes de este tipo de obras, que surgieron en los Estados Unidos. Además, hemos examinado libros de estilo de medios de comunicación españoles y norteamericanos, para responder las preguntas: ¿A qué llaman “estilo” los diarios? ¿Cuál es su objetivo? ¿Qué contenidos incluyen en estos textos sus responsables? ¿Qué aspectos de la normativa del castellano son objeto de su interés? ¿Aplican los preceptos de sus propios manuales? ¿Son realmente útiles para los periodistas o para los estudiantes de comunicación?

Concepto de manual de estilo

Partiremos del concepto de manual de estilo. Para el *DRAE*,¹ ‘manual’ -como sustantivo- es “un libro en que se compendia lo más sustancial de una materia” (acepción 12).²

Entendemos por ‘manual’, conforme a su etimología, aquello que puede tenerse a mano y manejarse, lo que sugiere la característica de disponibilidad que posee este tipo de textos. El término ‘manual’ aparece a veces fluctuando con la expresión ‘libro de estilo’.

La palabra ‘estilo’ proviene del latín *stilus* ‘estilete, punzón para escribir’. Por extensión, representa el dibujo con el ‘estilo’ en una tablilla, hacer sobre ella marcas personales de escritura. Los valores fundamentales de la palabra “estilo” son dos:

* Conjunto de rasgos formales que caracterizan el modo de expresarse de una persona o el modo de escribir de un autor.

* Conjunto de rasgos formales que caracterizan a un grupo de obras constituido sobre bases tipológicas o históricas.

Luis Núñez Ladevéze, en *Manual para periodismo*, señala que el estilo supone que la misma idea puede expresarse lingüísticamente de formas diferentes. Como ejemplo ofrece “Se protege el derecho a la vida” frente a “ Se limita el derecho al aborto”; aquí, el plano estilístico y el de las ideología se confunden. Y señala: “Una condición elemental del estilo es que respete las normas de la gramática [...]. El uso culto de la gramática es una garantía de elemental de claridad” (p. 348).

Para el *Libro de Estilo de ABC*, el estilo incluye tono general y conducta informativa. Señala: “[...] un ‘libro de estilo’ se refiere al estilo en diversas acepciones. Regula lo que un rotativo considera distintivamente suyo, desde un punto de vista ético (comportamiento ante el mundo que da testimonio), semiótico (orientaciones sobre el modo de presentar sus materiales) y lingüístico.”(p.9)

Hay que aclarar que, a diferencia de los periodistas españoles, a quienes hemos venido citando, para los norteamericanos la noción de ‘estilo’ es simplemente un conjunto de reglas y guías que intentan dar seguridad en ortografía, mayúsculas, puntuación y abreviaturas. Leemos en el manual de estilo y uso del *NEW YORK TIMES*: “Las reglas de estilo deben ser suficientemente amplias para establecer el deseado sistema de estilo, pero no tan amplias que inhiban al escritor o al editor. Las reglas deben promover el pensamiento, no

¹ En la **Bibliografía**, suministramos la referencia completa de las obras mencionadas. Al final de cada cita, indicamos entre paréntesis la referencia al número de página.

² Así lo recuerda el *Manual de estilo y ética periodística de LA NACIÓN*: “Por ser un manual, ‘un libro en que se compendia lo más sustancial de una materia’, no intenta ser una gramática ni un diccionario ni un curso de redacción o ética periodística, metas, por obvias razones de espacio, de imposible concreción” (p. 13).

desmotivarlo. Una sola regla podría ser suficiente: ‘la regla del sentido común debe prevalecer antes que cualquier otra’”(p. 2).³

En definitiva, podemos decir que para los diarios el estilo implica una forma particular de producir sus textos.

Características de los manuales de estilo

Los libros de estilo vigentes nacieron en las grandes agencias internacionales de información (AP, UPI, AFP, REUTERS). Sirvieron de inspiración para los periódicos y para los medios audiovisuales. Las grandes agencias constituyen el periodismo básico, en el que prima el interés de la noticia unido a la urgencia en la transmisión, la concisión, la claridad y la exactitud. Estos manuales tienen como objetivo principal la unificación del lenguaje; sirven para la correcta codificación de la información y para su exacta transmisión.

Dice José García Avilés en *Periodismo de calidad: estándares informativos en la CBS, NBC y ABC*: “Los estándares son mucho más que enunciados genéricos de vagos principios. Estamos ante las ‘reglas del juego’, que los profesionales de estas cadenas se imponen a sí mismos. Surgen de la propia experiencia de los periodistas y se adaptan con flexibilidad a su quehacer diario” (p. 21).

Hay tres formas mediante las cuales el manual asume los valores de la profesión:

* Aporta prácticas generalizadas para ejercer la finalidad de difundir la información.

* Consolida los principios básicos aceptados como normas imperantes en el periodismo audiovisual.

* Sirve como punto de referencia para evaluar la calidad del producto informativo de acuerdo con criterios profesionales.

Un manual de estilo siempre es una obra colectiva y abierta, en proceso de constante actualización, debida, en especial a que el idioma implica cambio permanente. Leemos en el *Manual de estilo de CLARIN*: “El mayor capital del diario es su relación con la gente, un vínculo que se ha ido creando y recreando, a partir de la impronta de su fundador, a lo largo de varias generaciones de lectores y de periodistas. Este *Manual de estilo* aspira a recoger y expresar esa creación colectiva, sintetizando la experiencia cotidiana y concreta de todos los que hacemos el diario, y la de quienes nos han precedido [...]”(p. 16).

Los manuales no abordan directamente el proceso de su elaboración; se basan en un reducido número de valores compartidos. Su naturaleza es prescriptiva: recomiendan criterios operativos y especifican un modelo de periodismo.

Una nota común en todos los libros de estilo es el afán por la excelencia y por la calidad.

Para García Avilés: “Los estándares escritos no garantizan por sí solos la calidad. Sin embargo, el mero hecho de disponer de estándares denota un afán por la excelencia” (p. 18). Los diarios que los poseen saben que los manuales implican una nota de prestigio para el medio.

El hecho de que sean considerados una obra abierta implica que son un modelo en el que se definen las líneas de autoridad y de responsabilidad; sirve para que todos controlen el trabajo de todos.

Dice el *Libro de estilo de ABC*: “[...] no deberá considerarse este Manual como un repertorio inflexible de instrucciones con pretensión de perennidad. Constituye más bien un esfuerzo unificador que habrá que ir adaptando a la realidad viva del idioma y a las exigencias del universo informativo” (P.13).

Los manuales pretenden que el periodista se plantee preguntas clave sobre la manera de resolver los problemas, y reiteran la necesidad de acudir a los directivos ante cualquier duda.

En el prólogo del libro de José Fernandez Beaumont *El lenguaje del periodismo moderno. Los libros de estilo en la prensa*, Martínez Albertos describe que los libros de estilo se debaten entre dos dimensiones: las normas lingüísticas y las normas particulares y

³ Traducción *ad hoc*.

propias del trabajo periodístico “que se refieren al comportamiento de los periodistas como agentes sociales. Este aspecto tiene que ver con la sociología de la profesión: derecho de la información, aspectos deontológicos, delimitación entre hecho y opinión” (pp. 9-19).

Respecto del concepto de ‘norma lingüística’, los diarios comprenden su valor como modelo idiomático, y la adscripción a la normativa de la Real Academia implica para éstos la pertenencia a la prensa de prestigio y la calidad periodística. Para Núñez Ladevéze: “[...] cooperar en la consolidación de un uso normativo y correcto del lenguaje equivale a cooperar con el proceso de aprendizaje y habilitación social” (p.84); es decir, los medios son modelos que pueden mejorar la educación de la sociedad.

Fernández Beaumont enumera las siguientes características de los libros de estilo (pp. 38-43):

- * Son un conjunto de normas: siempre están presentes la gramática, las abreviaturas, la puntuación, los tratamientos, la presentación y preparación de originales.

- * Se usan para la redacción de noticias.

- * Dan instrucciones para hacer eficaz el lenguaje informativo.

- * Son una obra abierta, porque el idioma cambia y el manual tiene que adaptarse a él. (Todos los manuales mencionan esta característica en los capítulos iniciales. Algunos indican cada cuánto tiempo deben actualizarse.)

- * Ayudan a fijar la identidad del periódico.

- * Permiten a los medios uniformar su trabajo dentro de la variedad de los estilos personales.

- * Ofrecen orientaciones para soluciones inmediatas.

- * Corrigen vicios o vacilaciones idiomáticas de sus informaciones.

- * Defienden el idioma.

- * Según su estructura, hay dos clases de manuales: los que están organizados como diccionarios, donde todos los temas se recogen juntos o los que organizan sus materias por capítulos y que incluyen como colofón un breve diccionario de términos dudosos.

- * Cuentan con apéndices con normativa de tipo ético, tablas de conversiones de medidas, bibliografía, entre otros temas.

Este autor también señala cuáles son las funciones que cumplen los manuales (pp. 195-200). Las clasifica en: lingüísticas (fijación de normas en áreas de controversia del lenguaje, unificación del idioma, defensa del idioma -uso interno, extranjerismos, tecnicismos, informática-); profesionales (consolidación de la ética profesional -para lograr objetividad y credibilidad-, control del cumplimiento de las exigencias profesionales, relaciones del periodista con el aparato de producción), e ideológicas (que son las funciones implícitas -el credo o la ideología de las empresas, que tiene que combinarse con la ideología de los periodistas individualmente-).

Un rasgo importante de los manuales es que contribuyen a definir la identidad de un medio. En el prólogo del *Libro de estilo del TELEMADRID*, lo confirmamos: “Los libros de estilo ayudan a fijar la identidad y la personalidad del medio y a consolidar sus principios fundacionales. [...] Los libros de estilo contribuyen a unificar los criterios y los métodos de trabajo. Definen y establecen normas homogéneas que, en suma, forman parte de la identidad y de la imagen del medio” (p. 17).

Límites de los manuales de estilo

Jorge Fontevecchia, director del desaparecido diario *Perfil*, sostiene en *Cómo leer el diario*: “Una vez impresos, en el mundo de las realidades concretas, cuando los recursos intelectuales, materiales o morales no abundan, el destino inevitable de estos manuales es ser transgredidos” (p. 15). Efectivamente, en la Argentina, podemos observar día a día cómo los diarios infringen la normativa que ellos mismos se han impuesto. Hemos detectado errores gramaticales incluso en los propios libros de estilo.

Fernández Beaumont considera que ningún manual puede decir qué aspectos son los más importantes de una noticia ni explicar cómo presentarla. Este conocimiento corre por cuenta del periodista. El manual no pretende ser una gramática ni una guía de retórica pues

se espera que un verdadero periodista conozca las reglas gramaticales. Lo que el libro de estilo sí se propone es aclarar los puntos difíciles y discutibles y explicar los usos aceptados en el idioma. Para este autor, un riesgo que se corre con el uso del manual es sucumbir a un estilo sin personalidad, uniforme. De este modo, se establecería una suerte de burocracia periodística al seguir fríamente y sin pensar, para cada caso en particular, las pautas fijadas .

En el *Libro de estilo de ABC* se señala: “[...] ningún código de esta clase puede prever todo cuanto ha de precisar remedio. Ha de limitarse a lo más perceptible y repetido[...].” (p.11). No debemos olvidar que el manual es justamente, por definición, como ya dijimos, “lo más sustancial de una materia”; contiene solamente lo básico.

El destinatario de los manuales

Casi todos los manuales señalan en sus prólogos que el destinatario principal del manual es el periodista que trabaja en ese medio. Pero el mero hecho de editarlo y venderlo al gran público indica que existen otros destinatarios de segundo nivel: los estudiantes de Comunicación y toda aquella persona interesada en conocer cómo se produce un diario.

Leemos en el *Manual de estilo de CLARÍN*: “Este Manual de estilo es una herramienta de trabajo para los periodistas de **Clarín**, y para otros colegas que quieran usarlo como un punto de referencia. Es también una herramienta para estudiantes de periodismo y para todos los lectores” (p.16).

Recordemos que el manual de estilo de *Perfil* se llama *Cómo leer el diario* y no cómo escribirlo, lo que demuestra que la estrategia era vender el libro al público en general.

Casi todos los manuales hacen referencia a que, por medio de ellos, los lectores pueden controlar la calidad de los diarios que leen, pues pueden observar si los medios cumplen las normas que ellos mismos se han fijado. Para lograr esta participación, muchos periódicos incluyeron la figura del ombudsman, quien actúa como supervisor de todo lo publicado y, además, es la persona que recibe las cartas de lectores con sus quejas.

Leemos en el *Manual de estilo de CLARÍN*: “Para los que hacemos Clarín, este *Manual de estilo* es, también, una oportunidad más de difundir nuestro compromiso con la sociedad. Está descrito en nuestra Declaración de Principios pero no se agota allí; impregna todo el manual. De esta manera queremos ofrecer más elementos para transparentar nuestro trabajo y para que nos puedan juzgar por él y pedirnos cuenta” (p. 17).

Clarín: Manual de estilo de CLARÍN. Buenos Aires, Aguilar, marzo de 1997

En el *Manual de estilo de CLARÍN*, el Director General, Héctor Horacio Magnosto, sostiene: “Este *Manual de estilo* resume lo que es el ‘periodismo de Clarín’. Actualiza y detalla nuestro compromiso editorial con los argentinos. Explicita de qué manera asumimos cotidianamente la ética, el rigor profesional y la calidad periodística.” “[...] aspiramos a que sea, como el diario, un texto vivo; por eso será permanentemente confrontado con la práctica diaria y actualizado con la rapidez que imponga la vida. Con la ayuda de nuestros periodistas y de nuestros lectores.”(p.14) En este sentido, el manual propugna la participación del lector, un destinatario más de esta obra. Tal como ya lo citamos, *Clarín* expresa que el vínculo con la gente es el “mayor capital del diario”: la historia de la gestación del manual representa una historia compartida.

Redactaron este manual Fernanda Longo y Telma Luzzani (en la redacción), Osvaldo Tcherkaski (como editor) y Cases i Associats (en el diseño). Las “Palabras preliminares” están firmadas por Ernestina Herrera de Noble, “presidente” (así en el *Manual*) y directora editorial; también participan Héctor H. Magnosto (vicepresidente ejecutivo y director general), y Roberto Guareschi (secretario general de Redacción).

A esta primera parte le siguen: “Bases de política editorial”,⁴ “Aspectos legales”,⁵ “Principios generales”,⁶ “La producción de los textos”,⁷ “La edición de los textos”,⁸

⁴ Allí se comprometen a llevar adelante “...un uso disciplinado del lenguaje y de las técnicas de producción periodística [...]” (p. 14).

⁵ Éstos son: difamación, calumnias e injurias, y mención de menores.

“Ortografía, gramática y sintaxis”, “Tratamientos y protocolo”,⁹ Glosario de siglas, Diccionario de dudas, Fotografía, Infografía, Diagramación, y un Anexo, en el que se informa sobre guerras y conflictos de este siglo de todo el mundo.

El apartado titulado “Ortografía, gramática y sintaxis” desarrolla los siguientes puntos: ortografía (acentuación y puntuación), y normas gramaticales y sintaxis (concordancia, discurso referido y declaraciones textuales, gerundio, pronombres, preposiciones, verbos, condicional, subordinadas, adjetivos y adverbios, superlativos y diminutivos, reiteración y redundancia).

Como se puede leer en las notas al pie, hay cuestiones lingüísticas que se tratan en otros apartados: por ejemplo, en “Tratamientos y protocolo”, la sección “Edades”, prescribe cómo deben designarse las personas según su edad.¹⁰

Un aspecto llamativo de este manual son las numerosas contradicciones en que incurrir: por ejemplo, en el caso del plural de *clave* como aposición especificativa, leemos: “datos claves” (p. 35), “palabras clave” (p. 42), y “puntos geográficos claves” (p. 128). En otro caso, proponen evitar el doble acusativo, frecuente en la lengua oral: “Esta forma [...] es innecesaria en la lengua escrita” (p. 64). Sin embargo, más adelante, leemos un manifiesto doble acusativo en el Diccionario, en la entrada *Terrorismo*: “Este vocablo de fuerte contenido peyorativo se lo ha utilizado erróneamente para definir a ciertas organizaciones armadas irregulares”. En el caso de la tilde en monosílabos, no mantienen constante el criterio de acentuación (pp. 46-47).

Respecto del condicional de rumor recomiendan que se evite, por tratarse de un galicismo: “[...] ya que no sólo es incorrecto gramaticalmente, sino que resta credibilidad a la información o la vuelve confusa.” Nuevamente, basta con hojear distintos ejemplares de este diario para comprobar que esta prescripción no se cumple en absoluto.

La Nación: Manual de estilo y ética periodística de LA NACIÓN. Buenos Aires, Espasa Calpe, abril de 1997

Desde las primeras palabras de Fernán Saguier, secretario general de redacción, *La Nación* explicita su respeto por las normas y por la corrección: “En LA NACIÓN siempre nos hemos sentido orgullosos de cuidar al máximo la escritura, por más prontitud que exijan el cierre de cada edición y los acontecimientos. Creemos que a la hora de escribir un diario, no es suficiente tener hechos que contar. Es imprescindible, también, respetar normas gramaticales y de estilo, e imponerse los interrogantes éticos que plantea su publicación”(pp. 9-10).

Además, el matutino recuerda su carácter pionero en la normativa aplicada a la redacción periodística: “[...] LA NACIÓN lo viene sosteniendo desde la aparición de la primera edición de las precursoras ‘Normas de Estilo’, en 1962 [...]”(p.13). Como se trata de un medio con una trayectoria tan extendida en el tiempo, nos recuerda que sus normas han sido decantadas a lo largo de una experiencia acumulada: “En la Parte Segunda, un recetario o recordatorio, el lector encontrará una ‘Guía de vocablos y expresiones’ y las ‘Nociones generales’, valioso resumen de la experiencia de generaciones de periodistas,

⁶ La sección desarrolla prescripciones periodísticas sobre la noticia, las fuentes y las primicias y notas exclusivas.

⁷ También contiene prescripciones sobre fuentes, texto periodístico y géneros.

⁸ Corresponde al titulado y a otros recursos que facilitan y pautan la lectura, como las negritas.

⁹ Se trata una gran variedad de temas: cargos oficiales y organismos; nombres, lugares, países; abreviaturas, siglas y acrónimos; números, porcentajes y símbolos; edades; Monedas y medidas; citas y expresiones en otro idioma; y expresiones malsonantes.

¹⁰ “Se considera **bebé** a toda persona menor de un año. **Niño**, hasta los 13 años. **Adolescente**, hasta los 16 años. **Joven**, de modo genérico, a partir de los 16 años y hombre, desde los 30 años. **Anciano**, a partir de los 70 años.” Es interesante comparar esta norma con la práctica cotidiana del periódico, en el que leemos “nene” en vez de “niño”, y “chico” para cubrir las edades que van de la adolescencia a los 30 años (por ejemplo, un “chico” de 23 años).

entre ellos verdaderos maestros, que cimentaron el prestigio lingüístico del que hoy goza LA NACIÓN.”

Los autores principales del manual son los “guardianes del lenguaje” Octavio Hornos Paz (ex secretario general de Redacción y autor de las papeletas “Normas de estilo”), y Nevio Nacinovich, (docente, ex integrante de la Mesa de Lectura).

El manual se organiza en un Prólogo, firmado por Fernán Saguier, una breve noticia del libro y dos partes: la primera contiene aspectos de la profesión periodística,¹¹ y la segunda abarca temas de normativa lingüística y otros.

Los apartados que incluye son los siguientes: una “guía de vocablos y expresiones” (una suerte de diccionario de dudas), unas “Nociones generales” (que reúnen de manera repetitiva e inconexa diversos temas y opiniones sobre el uso del idioma: preservación de la lengua, gramática, normativa, léxico, puntuación, verbos, mayúsculas, estilística del adjetivo, acentuación, fonología, sintaxis, el idioma y los medios, el diario en la escuela, crónica, opiniones de Borges y García Márquez), y los Apéndices (apartado en el que se consignan cuestiones variadas como el uso de adjetivos numerales, la correlación de modos y tiempos, los latinismos, las expresiones nacionales y extranjeras relacionadas con la prensa, los gentilicios más usados, un léxico de informática, un léxico jurídico, régimen preposicional, siglas y acrónimos, signos de corrección, signos de puntuación y signos auxiliares).¹²

A pesar de que muchos temas se repiten, o se exponen de modo asistemático, hay que reconocer en este manual, en el que se alían el estilo y la ética, tal como reza su título, el desarrollo de temas que no sólo hacen a la labor periodística, sino a cualquier actividad que dependa de la escritura: la llamada de atención sobre la construcción de sustantivo más /a/ más infinitivo (un “barbarismo doble”, anglicismo y galicismo), la exhortación a evitar las muletillas y los pleonasmos (“de cara a”, “a nivel de”, “poner paños fríos”), y las expresiones vacías (“Todos son nadie (a veces, algunos)”). Con todo, los lectores de este centenario matutino desean que los periodistas mejoren la redacción, y que haya mayor severidad en el cuidado del idioma.¹³

Perfil: *Cómo leer el diario*. Editorial Perfil. Buenos Aires, Perfil, marzo de 1998

Este manual es distinto de los anteriores: *Perfil* es un diario que viene antecedido del libro de estilo. A diferencia de lo que sucede habitualmente, *Cómo leer el diario* precede a su diario: no hay un linaje en el que pueda fundarse el libro (en *Clarín* y en *La Nación* los manuales representan una cristalización del tiempo y de la experiencia), pero hay una promesa lanzada a un futuro (como sabemos, un futuro brevísimo).

El libro, editado cuidadosamente, trae gran cantidad de imágenes en color (banderas de los países del mundo, reproducciones fotográficas, infografías, mapas); está cosido, encuadernado con tapas duras, protegidas por una cubierta. Aparece como un libro destinado a durar.

El subtítulo representa un sumario de parte de los contenidos del manual: “Gramática y estilo”, “Documentación enciclopédica actualizada” y “Contexto social, jurídico y económico”. El índice señala seis grandes apartados: “Moralía”,¹⁴ “A quién nos dirigimos”,¹⁵ “Uso del idioma”, “Diseño”,¹⁶ “Ombudsman”¹⁷ e “Información enciclopédica”.¹⁸

¹¹ Parte primera: contiene, entre otros apartados, “La era de la información”, “Estilos y géneros periodísticos”, “Fotoperiodismo e infografía”, “Principios éticos y de conducta profesional”.

¹² A las materias lingüísticas les siguen cuestiones referidas a sistemas de medidas.

¹³ Por ejemplo, leemos en una entrevista de la *Revista*: “Fuera del ritmo del verano, ¿cómo vistes a la gente?” (“vistes” de **ver**, no de **vestir**).

¹⁴ “Moralía” está dividido en dos partes: la primera, redactada por Jorge Fontevicchia, se trata de un conjunto de aforismos, citas de autoridades diversas (Heráclito le sigue a Bob Dylan, por ejemplo), y extrañas frases que se convierten en proféticas, si debemos creer en los argumentos con que Fontevicchia se despidió del proyecto de *Perfil*: “No es posible un diario de envergadura en un país anoréxico”. (p. 17) La segunda es el “Código de Ética”, conformado por un conjunto de normas profesionales que involucran a la empresa y a la redacción.

El apartado titulado “Uso del idioma” no tiene mención de autor; las recomendaciones lingüísticas están basadas, según se declara, en el *DRAE*, el *Diccionario de dudas [...] de Manuel Seco* y el *Diccionario de uso [...] de María Moliner*. Esta parte contiene una serie de observaciones gramaticales (sintaxis, clases de palabras: morfología, semántica, régimen¹⁹), ortográficas (reglas, uso de mayúsculas, puntuación), normativas del propio diario (títulos de obras, uso de numerales, extranjerismos, comillas, abreviaturas, siglas y acrónimos, topónimos, gentilicios), y un “Breve diccionario de dudas”.

Se trata de una sección incongruente: por una parte, el apartado de reglas gramaticales desarrolla asuntos tales, por citar algunos, como la definición de oración, de proposición,²⁰ los modificadores del sujeto y del predicado, o la conjugación de algunos verbos irregulares, temas éstos que se encuentran en cualquier libro de lengua para la escuela secundaria, muchos de los cuales no son pertinentes a la noción de estilo, sino a la de corrección. Por otra parte, el punto titulado “Normativa de Perfil” registra una serie de cuestiones en las que el diario desea mantener uniformidad.²¹

Nos centraremos en dos puntos: “Palabras en lengua extranjera” y en el “Breve diccionario de dudas”. En el primero, se presenta una lista de extranjerismos (la mayor parte del inglés), y se acepta que puedan usarse.²² Entre ellos, leemos: *amateur*, *baby-sitter*, *cassette*, *champagne*, *copyright*, *ghetto*, *glamour*, *interview*, *mass media*, *sponsor*, palabras para las que contamos con legítimos equivalentes en nuestra lengua.²³

Otras de ellas, como *baffle* (en realidad, *bafle*), *cliché*, *cheviot*, *dossier*, *film*, por citar algunas de la lista, están registradas en la vigésima primera edición del *DRAE*, obra en la que, recordamos, se basa la sección.

¹⁵ “A quién nos dirigimos”, por Cristina Navarro, desarrolla una serie de consideraciones teóricas sobre los medios de comunicación y la prensa. Sin mención de fuentes, apunta la distinción entre diario de referencia y diario de pertenencia. (En realidad, la autora de este apartado menciona algunas fuentes, pero no la más importante, de la que parte la distinción citada.) Navarro expone los resultados de un conjunto de encuestas (realizadas por Navarro y Asociados) destinadas a conocer quiénes estarían dispuestos a cambiar de diario, y por qué: son aquéllos que leen un solo periódico, que desconfían de éste (en lo que respecta a los atributos “Independencia/credibilidad”), pero que no confían en otro, y también son aquéllos que leen regularmente un segundo diario que tampoco los satisface del todo.

¹⁶ “Diseño” consta de los apartados diagramación y arte, tipografías, infografías y fotografías.

¹⁷ “Ombudsman” es una pequeña sección en la que se informa que el diario contará con un representante del lector.

¹⁸ “Información enciclopédica” es la sección más extensa (alrededor de unas doscientas cincuenta páginas, la mitad de las del libro). Allí está contenida variadísima información; por ejemplo, mapas, unidades de medida, principales torneos deportivos, eras geológicas, especies animales en peligro. Recoge datos (cien páginas destinadas al registro de los países del mundo) que asimilan el libro a un almanaque, a una enciclopedia escolar, a una agenda. Se trata, por cierto, de un completo vademécum, aunque la aparición de ciertos apartados (por ejemplo el sistema solar o una “cronología del mundo”) parezcan un tanto excesivos y pretenciosos.

¹⁹ Respecto del régimen preposicional, es extraño que *Perfil* transcriba textualmente la lista de vocablos y sus regímenes correspondientes, y no mencione la fuente de este pasaje, el *Manual de español urgente* de la agencia EFE. El *olvido* llega a la advertencia bibliográfica que ya mencionamos. *Clarín* también recurre a ejemplos de la misma obra: en su página 60, transcribe un ejemplo extraído del *Manual de español urgente*: *“Se detuvo un coche y tres individuos descendieron del mismo”.

²⁰ En el caso de las proposiciones subordinadas adverbiales, ofrece ejemplos de proposiciones para cada tipo de circunstancial.

²¹ Por ejemplo: “Ningún párrafo comenzará con un numeral escrito con cifras”, p. 103.

²² Al tiempo que se exige el uso de bastardilla y el respeto a su ortografía, se reconoce que esas los extranjerismos se emplean respondiendo “tanto a necesidades técnicas como a modas” (p. 105).

²³ *Aficionado*, *niñera*, *casete*, *champán* o *champaña*, *derecho de propiedad intelectual*, *gueto*, *encanto* o *hechizo*, *entrevista*, *medios masivos*, *patrocinador*, respectivamente. En el léxico de dudas, se retoman algunas de estas palabras extranjeras, y se proponen sus equivalentes en castellano.

Si repasamos el “Breve diccionario de dudas”, nos encontraremos con extrañezas semejantes. Es cierto que este lexicón satisface varias dudas y responde adecuadamente a errores frecuentes;²⁴ pero hay entradas que no parecen pensadas para los problemas que pueden surgir en la redacción de prensa: voces como *abantarse*, *emboza*, *esteva*, *undívago*, *velmez*, *vomitel*,²⁵ pueden hallarse en un diccionario de la lengua en el peregrino caso de que uno se tope con ellas, y no ofrecen dudas que un diccionario no pueda resolver.

En el caso de la voz *binomio*, el repertorio de *Perfil* señala: “Expresión algebraica formada por dos términos; dupla (vulgarmente).” Sin embargo, en el *DRAE*, la acepción segunda (“conjunto de dos nombres de personalidades que desempeñan un importante papel en la vida pública, deportiva, artística, etc.”) no se considera vulgar. El criterio de *Perfil* es, en este caso, más restrictivo que el de la Real Academia Española.

Podemos formular otras observaciones: por ejemplo, el libro incluye prescripciones fonéticas (sobre la pronunciación de México, Oaxaca, Texas), aporta la etimología de algunos gentilicios, elementos que no son prescriptivos para un medio gráfico, y que apuntan al concepto ya señalado de constituir una enciclopedia periodística.

Algunos errores que no podemos dejar de señalar: el galicismo de sustantivo más /a/ más infinitivo: “Si la palabra extranjera a usar [...]” (p. 105), “Para captar la esencia de la historia a fotografiar [...]” (p. 266). En el caso de la voz hebrea *Pésaj*, *dudan*, y la escriben una vez como grave y otra como aguda -acentuación incorrecta- (pp. 99 y 502).

Conclusión

Los manuales de estilo son un conjunto de pautas internas que el medio se da a sí mismo para establecer su identidad y fijar patrones de escritura y de conducta. Son obras colectivas en el sentido de que están redactadas por los periodistas del mismo medio, y a veces también, por asesores lingüísticos. Son obras abiertas porque se renuevan cada cierto período de tiempo para adaptarse a los cambios idiomáticos y sociales. Son, en fin, un signo que revela que el medio se considera a sí mismo perteneciente a la prensa de prestigio.

Pensamos que es importante que el periodismo argentino haya asumido una actitud de cuidado del idioma. En este sentido, los libros de estilo prestan una ayuda inestimable. Sin embargo, el mero hecho de que una empresa periodística publique una obra de esta naturaleza no garantiza que, de manera inmediata, todas las personas que trabajan en la producción de textos informativos se hagan cargo de escribir de manera atrayente y correcta. Hasta dónde su normativa es respetada por los que hacen el diario, depende de cada medio en particular. En algunos casos, son meras enunciaciones de principios que no han de cumplirse, y todos lo saben. En otros, son herramientas realmente útiles para orientar al periodista y al estudiante de comunicación.

Si el estilo es aquello que diferencia a unos seres de otros, a unos modos de hacer de otros, se hace necesario que, a la idea de una manera individual de distinguirse un medio de otro, se añada la idea de que esa distinción reposa, como condición innegociable, en el respeto por nuestro idioma, el tesoro común.

Patricia Nigro
María del Carmen Grillo
UNIVERSIDAD AUSTRAL

²⁴ Por ejemplo, en respecto de *a bordo*, *álgido*, *detentar*, *hábeas corpus*, *hispanohablante*, *industria*, *prever/proveer*.

²⁵ Respectivamente, “*jactarse*”, “*desigualdad con que se vician los fondos de los toneles*”, “*pieza del arado*”, “*que ondea*”, “*vestido que se usaba debajo de la armadura*”, y “*arbusto*”.

BIBLIOGRAFÍA

- CÓMO LEER EL DIARIO, GRAMÁTICA Y ESTILO. DOCUMENTACIÓN ENCICLOPÉDICA ACTUALIZADA. CONTEXTO SOCIAL, JURÍDICO Y ECONÓMICO, DIARIO PERFIL, Bs. As. , Perfil, 1998.
- DICCIONARIO DE LA REAL ACADEMIA ESPAÑOLA, Madrid, Espasa Calpe, 1992.
- Fernández Beaumont, José, EL LENGUAJE DEL PERIODISMO MODERNO. LOS LIBROS DE ESTILO EN LA PRENSA, Madrid, Sociedad General Española de Librería, 1987.
- García Avilés, José Alberto, PERIODISMO DE CALIDAD: ESTÁNDARES INFORMATIVOS EN LA CBS, NBC Y ABC, Pamplona, EUNSA, 1996.
- LA NACIÓN. MANUAL DE ESTILO Y ÉTICA PERIODÍSTICA, Bs. As., Espasa Calpe, 1997.
- LIBRO DE ESTILO DE ABC, Barcelona, Ariel, 1993.
- LIBRO DE ESTILO DE TELEMADRID, Madrid, Edic. Telemadrid, volumen 1, 1993.
- MANUAL DE ESTILO DE CLARÍN, Bs. As., Aguilar, 1997.
- MANUAL DEL ESPAÑOL URGENTE, Agencia EFE, 8ª edición, Madrid, Cátedra, 1991.
- Núñez Ladevéze, Luis, MANUAL PARA PERIODISMO. VEINTE LECCIONES SOBRE EL CONTEXTO, EL LENGUAJE Y EL TEXTO DE LA INFORMACIÓN, Barcelona, Ed. Ariel., 1991.
- THE NEW YORK TIMES. MANUAL OF STYLE AND USAGE. A DESK BOOK OF GUIDELINESS FOR WRITERS AND EDITORS, revised and edited by Lewis Jordan, Times Books, New York, 1976.