

lisis, que nunca tuvo como meta la elaboración de objetos, si no pensar la sociedad a través de ellos, o en todo caso, examinar la cultura socialmente producida.

En segundo lugar, porque enseñar sociología desde posiciones más teóricas y no tan prácticas, nos habilita a diseñadores y sociólogos a pensar nuestras disciplinas desde marcos más amplios, que resultan fructíferos para explorar las particularidades de la relación objeto – sociedad, desde nuestros respectivos enfoques problemáticos.

Y en tercer y último lugar, enseñar sociología desde este enfoque, también resulta importante, porque excepto en el caso de la Arquitectura que ronda los cien años de existencia, la mayoría de las carreras de diseño no tienen más de veinte o veinticinco años de creadas, con lo cual, constituyen campos disciplinares en construcción, a los que los debates y modos de reflexión de la sociología, junto a las contribuciones de la metodología específica de las ciencias sociales, pueden resultar aportes significativos que, junto al de otras disciplinas, cooperarán para ampliar las bases del conocimiento actualmente existente en materia de diseño.-

Referencias bibliográficas

- Lipovetsky, Gilles (1994) *El imperio de lo efímero*. Barcelona: Anagrama.
- Moles, Abraham (1975) *Teoría de los objetos*. Barcelona: Gili.
- Simmel, George (1988). *Sobre la aventura. Ensayos filosóficos*. Barcelona: Península.
- Tortorelli, Alejandra y Acosta, Carlos (1999) “La publicidad no es maldita”, Entrevista a Gilles Lipovetsky en revista *Reporte Publicidad*.
- Veblen, Thorstein (2004), *Teoría de la clase ociosa*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Wright Mills, Charles y otros (1981), “El hombre en el medio: el diseñador” en *Poder, Política y Pueblo*. México: Fondo de Cultura Económica.

Propuesta de manual de estilo para Taller de Redacción

Matías Panaccio

Aclaraciones previas (para que el lector o la lectora no diga que no fue prevenido como marca la ley, si es que la ley establece algo al respecto, como efectivamente debería hacerlo)

Quien tenga la valentía, el tiempo y las ganas –condiciones *sine qua non* de carácter acumulativo– de leer las páginas que con estas líneas comienzan, se encontrará con un documento que coquetea entre la teoría y el ensayo. Se trata, por un lado, de un texto pensado para estudiantes de carreras de comunicación aplicada, disciplinas cuya práctica profesional supone el dominio de las técnicas de redacción periodística y un mínimo conocimiento de la gestión de la labor cotidiana dentro de los medios. Pero también, no le voy a mentir estimado lector o distinguida lectora, se encontrará con una toma de posición ideológica y, por qué no, también estética, con la cual no pretendo coincidir con usted, ni mucho menos convencerla de absolutamente nada.

Objetivo

Este documento apunta a cumplir un doble objetivo. En primer lugar, intenta funcionar como una guía rápida de respuestas a las dudas más comunes que se plantean en el redactor o la redactora a la hora de escribir y editar textos periodísticos, enumeradas de manera arbitraria, claro está. Y más que rápida, probablemente deberíamos calificarla de fugaz, ya que se procuró reducir una enorme gama de posibles dilemas a un didáctico, directo y recordable catálogo de veinte sugerencias.

En segundo término, esta suerte de doble decálogo de pecados capitales de la prensa gráfica, y a los fines más pragmáticos imaginables en una asignatura universitaria, esto es, los de la acreditación del curso, el siguiente padrón de veinte reglas se articulará como guía de corrección de los trabajos prácticos y, paralelamente, como una grilla de evaluación, en los términos que se detallarán en el Anexo I, adjunto a este documento.

Concepto

Un manual de estilo supone una especie de acuerdo. Un acuerdo ya hecho, por supuesto, en el que muy probablemente no hayan tenido ni voz ni voto las personas que se someten a sus principios, obligaciones, excepciones, permisos o sugerencias. No se trata de una democracia en la que se vota por sí o no a determinadas propuestas, por la sencilla razón de que los medios gráficos se escriben, corrigen, editan, imprimen, distribuyen, leen y perecen en la más irreversible obsolescencia en tiempos escandalosamente menores a los que requieren los consensos.

El acuerdo es, o mejor dicho, rige para todas las personas que trabajan –y por trabajar entenderemos escribir– en una misma publicación. Y justamente, este acuerdo pretende solucionar de la manera más expeditiva posible determinadas dudas que pueden plantearse a quienes se desempeñan como profesionales de los textos en la urgencia de terminar una tarea.

Es, en suma, un pacto, una suerte de contrato de redacción, ya que supone que todas las personas que trabajan para el mismo medio pueden tener idénticas dudas que, por una cuestión de coherencia editorial –y en muchos casos, esta coherencia debe entenderse desde el punto de vista ideológico–, tienen que presentar siempre una resolución pertinente.

Así, las pautas que emanan del manual de estilo tienen, o por lo menos deberían tender, a que la estructura global –esto es, en cuanto a los textos publicados número a número por un mismo medio– sea percibida por los lectores como un elemento de identidad, un corpus homogéneo que trasluce de manera consciente la intención comunicativa, la percepción de los hechos, la contextualización de los datos. En suma, la construcción de la realidad a través de un prisma que los mismos medios etiquetan de bajo un rótulo más que discutible: el de actualidad.

Objeto

El lector o la lectora que indague en la lista que conforma las reglas de redacción de este curso se aproximará a los dilemas ante los que puede encontrarse una persona al redactar un texto para ser publicado en un soporte

de las características de un medio gráfico. Gracias a ese acercamiento, tal vez perciba que las palabras jamás son neutras de ideología, y que los procedimientos, más o menos conscientes, con los que se las escoge y se las desecha configura una praxis que colisiona con aquella vieja consigna periodística, más parecida a un eslogan publicitario que a un valor cotidiano: la “objetividad”. Pero, ¿Qué es la objetividad periodística? ¿Se trata de una esencia que ha permanecido inmutable a lo largo de la historia de la profesión? Aunque sencillas, no son malas estas preguntas, a la luz de las coberturas a las que nos han acostumbrado las empresas periodísticas. Tal vez, las respuestas a estos planteos no deberíamos buscarlas en los grandes libros doctrinarios, ni en los fundamentos del derecho, ni en los heroicos discursos con los que los periodistas aceptan sus premios, ni mucho menos en los lemas comerciales de los medios de prensa. Nada de eso. Las respuestas deberíamos buscarlas en los más sanos ejemplos que se puedan localizar en la práctica diaria de los periodistas profesionales. Ése sería un buen lugar para comenzar la búsqueda.

Sin embargo, descansar el análisis en la sola responsabilidad de los periodistas –atributo que es un innegable parámetro de profesionalismo pero reduce el razonamiento a la casuística– redundaría en conclusiones o vagas, o tuertas, o imprecisas, o peor aún, maliciosas. Vale decir, no se puede responsabilizar de velar por la objetividad periodística sólo a los periodistas, esto es, a personas subordinadas a una cadena jerárquica que acaba en un censor, o a sistemas de control más amplios en los que operan métodos de supervisión tanto más sutiles como tristemente eficientes y en donde, por ejemplo, la censura ha sido reemplazada por un mal muchísimo más grave, que es la autocensura.

Una saludable meta de un manual de estilo sería establecer pautas de trabajo que obliguen al medio, a través de la pluma de sus periodistas, sincerarse con sus lectores. De idéntico modo, los manuales de estilo deberían hacer hincapié en la separación, tanto textual como gráfica, de la información llamémosla “más pura” (o más *objetiva*) de la opinión o análisis que pueda hacer una persona.

En un taller de redacción periodística, estas cuestiones que forman parte del quehacer profesional no deberían dejar de figurar. Sin embargo, como al sufijo “periodística” le precede “taller de redacción”, debería además establecer dos tipos de pautas más: unas que tengan por objeto ayudar a superar los problemas de redacción que algún estudiante puede traer de niveles educativos anteriores, y otras que persigan un fin superior, que es el del encuentro del autor con un estilo propio.

Normas del manual de estilo de la cátedra

- Sin descuidar la ortografía (y la acentuación no es una mera cuestión estética)
- Sin descuidar la puntuación
- Sin escribir en primera persona, ni del plural ni del singular
- Sin opinar en textos informativos
- Sin gerundios
- Sin abusar de los pronombres
- Sin mayúsculas en los nombres de los días o de los meses ni en los gentilicios

- Sin mayúsculas en los cargos
- Sin escribir la palabra “horas” al escribir una hora exacta, ni “días” al citar una fecha
- Sin cacofonías; sin vicios del *chat* o del SMS
- Sin errores de ortografía en los nombres propios
- Sin incoherencias: a) de género; b) de número; c) temporales
- Sin vueltas y sin dejar de escribir lo más fuerte cuanto antes
- Sin dejar de abrir y cerrar las subordinadas con comas
- Sin lugares comunes
- Sin escribir como se habla, pero sin escribir como no se habla
- Sin inventar
- Sin registros de otras profesiones; sin repetir palabras o fórmulas

Contenido conceptual de cada norma

Sin descuidar la ortografía (y la acentuación no es una mera cuestión estética)

Se sugiere firmemente:

- Consultar el diccionario de la Real Academia Española (disponible gratis en www.rae.es).
- Desactivar los correctores automáticos ortográfico y gramatical del procesador de textos.
- No escribir la palabra sobre la que se duda para después consultar. Consultar primero, escribir después.
- Repasar las reglas de acentuación si se tienen dudas o si se reconocen debilidades.

Sin descuidar la puntuación

En redacción periodística, los signos de puntuación más utilizados son el punto y la coma. El punto y coma prácticamente no se utiliza.

Es importante resaltar que en la cabeza informativa tradicional no se escriben puntos seguidos, ni punto y coma ni dos puntos: esto significa que la cabeza informativa debe ser una oración sola, sin pausas fonéticas “hacia abajo”, es decir, las asociadas a los signos mencionados más arriba.

La utilización del resto de los signos de puntuación se refiere a los siguientes usos:

- Guión: encabeza diálogos.
- Paréntesis: intromisión del redactor en medio de un diálogo o un textual de un entrevistado o un testigo.
- Corchete: intromisión del editor en medio del texto del redactor.
- Dos puntos:
 - Luego de anunciar una enumeración.

Ejemplo: “Al encuentro vinieron participantes de tres países: Perú, Chile y Ecuador”.

- En sentido inverso, para cerrar una enumeración.

Ejemplo: “Perú, Chile y Ecuador: de allí vinieron los participantes del encuentro”.

- Para preceder citas textuales. En esos casos corresponde el encomillado y escribir la inicial de la primera palabra en mayúscula.

Ejemplo: El testigo declaró: “Soy inocente”.

- Relación causa-efecto. Corresponde la inicial de la primera palabra en minúscula. Ejemplo: Desoyó las indicaciones del técnico: no jugará el domingo.

- Expresar la conclusión de la oración anterior. Corresponde la inicial de la primera palabra en minúscula.

Ejemplo: Negociaciones en el Ministerio de Trabajo: no habrá aumentos este año.

- Para ejemplificar la oración anterior. Corresponde la inicial de la primera palabra en minúscula. Ejemplo: Participarán sólo quienes consiguieron arriba de 20 puntos: el caso de Rafael, por ejemplo.

• Punto y coma: en redacción periodística se utiliza cuando se pretende separar estructuras o enumeraciones complejas en las que cada unidad lleva de por sí una coma. Ejemplo: Participaron del encuentro la ingeniera Ana Delgado, de Perú; el licenciado Romeo Altúnez, de Chile; y el doctor Esteban Prieto, de Ecuador.

• Usos injustificados de la coma.

- Cuando separa al sujeto del verbo que lo conjuga.

Ejemplo: El sábado por la noche Juan, fue al cine.

- Antes de “y”.

Ejemplo: Los beneficiados fueron Pérez, Bernárdez, y Piccolo.

- Excepciones: Cuando “y” encabeza una subordinada: El ex técnico de Boca, y también de Vélez, se reunirá con dirigentes italianos.

Cuando “y” precede a una subordinada: Cuando, por la extensión de la frase, el autor considera necesario hacer una pausa.

A la reunión irán Carlos Bianchi, ex técnico de Boca, y el presidente de Vélez.

- Cuando fonéticamente es un punto (falsa coma).

Ejemplo: A la reunión irá Carlos Bianchi, el ex técnico de Boca quiere volver a dirigir este año.

Sin escribir en primera persona, ni del plural ni del singular

En periodismo, la primera persona del singular está reservada para tres casos: Para las notas de opinión, para los textuales de los entrevistados o los testigos y para las crónicas *gonzo*.

La primera persona del plural (muletilla casi obligada de los móviles de exteriores en la prensa audiovisual al estilo de “estamos en la puerta de la Rural y...”) estaría reservada para los editoriales, cuando, por razones justificadas, se hace alguna declaración conjunta de principios del medio (“En La Nación creemos firmemente que...”).

Sin opinar en textos informativos

En tanto no se trabaje específicamente con este género, la única opinión válida en este taller es la que tiene que ver con el proceso de valoración que deja afuera información. Este proceso, que es en efecto una profunda opinión que priva al lector de conocer algún dato más no incluido pura y exclusivamente por cuestiones de espacio –léase, no hablamos de una exclusión hecha con ánimos de tergiversación o manipulación–, es la única opinión permitida.

La inclusión de adjetivos debe limitarse lo máximo posible. Quedan expresamente prohibidos aquellos adjetivos (en boca del autor, no de un testigo o de un entrevistado, por supuesto) que son puramente subjetivos (“linda”, “sucio”, “eficiente”, etcétera). Los autores deberán intentar siempre reemplazar esos adjetivos por datos chequeados sustantivos que eliminen esa subje-

tividad y la transformen en un dato concreto. (“Linda” por “remodelada a principios de este año”; “sucio” por “aseado sólo tres veces por semana por la empresa Clean Baires”; “eficiente” por “certificado por normas ISO 9000 para servicios públicos”).

Sin gerundios

Los gerundios son los grandes enemigos de la redacción periodística, que los considera imprecisos, antieconómicos, cacofónicos entre sí. Hay manuales de estilo de medios gráficos castellanos que cuantifican la cantidad de gerundios permitidos (ejemplo: uno cada 200 palabras). Su imprecisión está relacionada con el carácter continuo de su sugerencia, cuando en los medios gráficos se sugiere hablar de datos y momentos ciertos. No es lo mismo decir que el personaje “iba caminando” que “caminaba”. Por otro lado, su componente antieconómico es que los gerundios necesariamente se escriben junto a otra palabra. “Va siendo hora de que...” sugiere un regodeo mayor a “es hora de”.

Finalmente, hay tres usos habituales de los gerundios y uno de ellos es gramaticalmente incorrecto.

• Cuando el gerundio expresa una acción anterior a la principal. Correcto.

Ejemplo: Vino a Buenos Aires a buscar a sus parientes, habiendo todos fallecido hace años.

• Cuando el gerundio expresa una acción simultánea a la principal. Correcto.

Ejemplo: Subió las escaleras corriendo.

• Cuando el gerundio expresa una acción posterior a la principal. Incorrecto.

Ejemplo: Cayó el avión, muriendo todos sus pasajeros.

La redacción correcta sería: Cayó el avión y murieron todos sus pasajeros.

Sin abusar de los pronombres

En términos de redacción para medios gráficos, la no repetición de palabras sería algo deseable. Esto vale también para los protagonistas de las noticias que, probablemente, aparezcan más de una vez repetidos en todo el cuerpo de la nota. Pero aún así, hay ciertas formas de reemplazar al núcleo del sujeto que resulta innecesaria, anti periodística o anti estilística.

Innecesario sería el caso del pronombre utilizado porque nos enseñaron que está mal repetir las palabras, que al nombre hay que reemplazarlo por un pronombre. Así, escribimos que “el alumno se quejó airosamente con la maestra y *ésta* lo retó”. Este tipo de giros aparece en textos estudiantiles o, peor aún, profesionales. La necesidad de incluir un pronombre porque nos dijeron que “está bien”. La pregunta sería: en una frase de la sencillez de la planteada más arriba, ¿urge el reemplazo del sustantivo “maestra”?

El uso anti periodístico del pronombre sería para el ejemplo contrario, es decir, para oraciones mucho más largas, en las que el nombre a reemplazar queda visiblemente lejos. En ese caso, el pronombre tampoco funciona correctamente, ya que si reemplaza a una palabra escrita dos o tres líneas más arriba, probablemente obli- gue al lector o la lectora a releer la oración. Y esto, en textos periodísticos, es un pecado capital, puesto que es más probable que esta persona abandone por com-

pleto la lectura del artículo a que relea un párrafo tantas veces como sea necesario para entenderlo. En esta ocasión, lo saludable sería cortar la frase en dos: si se pretende utilizar un pronombre es porque se han conjugado, por lo menos, dos verbos. Es preferible poner un punto seguido, buscar un sinónimo de la persona que se pretende reemplazar (habitualmente se utilizan gentilicios, títulos, premios obtenidos, pseudónimos famosos o referenciados al círculo que así lo llama, y de paso se le acerca al público un dato más de la persona) y así dejar dos oraciones completas: dos sujetos, dos verbos, dos predicados.

Para explicar el uso que atenta contra un estilo más preciosista, bien se puede retomar el primer ejemplo: “El alumno se quejó airosamente con la maestra y ésta lo retó”. Cabría preguntarse si es lo más feliz calificar de “éste” a un hombre o “ésta” a una mujer. Y la lista podría prolongarse de acuerdo con el paladar del editor al que se le dirigirá el texto con frases que reemplazan al nombre al estilo de “el mismo/la misma” o similares.

Sin mayúsculas en los nombres de los días o de los meses ni en los gentilicios

A diferencia de otras lenguas, los nombres de los días y de los meses no son nombres propios, por lo tanto, corresponde escribirlos en minúsculas. Idéntica situación ocurre con los gentilicios, es decir, con las palabras que indican procedencia o nacionalidad.

Sin mayúsculas en los cargos

Sobre este punto, la redacción periodística se contraponen con la redacción ceremonial, donde los cargos no sólo se escriben con mayúsculas sino que, además, se le agrega toda la fórmula protocolar. Así encontramos casos como, por ejemplo:

“El presidente de la Nación...” que podría figurar en un medio gráfico, o “Excelentísimo Señor Presidente de la Nación Argentina, Doctor...”

Por supuesto, el caso de la Primera Magistratura es emblemático, ya que existe la posibilidad de escribirlo con mayúsculas o minúsculas, diferenciación que manifiesta motivos ideológicos: cuando el cargo se lo equipara con el sinónimo de “Jefe de Estado”, se entiende como la máxima autoridad de un país.

Sin embargo, “presidente” puede ser sinónimo de “primer mandatario”, expresión derivada de mandato, figura contractual que emana del derecho privado en la que una parte, el mandante, contrata a otra, el mandatario, para que, en su nombre, gestione un número determinado de actividades puntillosamente tipificadas. En este caso, llamarlo “primer mandatario” sería sinónimo de considerar a quien está a cargo de la Presidencia de la Nación como la persona “más mandada” del país. Quienes lo asumen de esa manera, se permiten escribir “presidente” en minúsculas.

Con el resto de los cargos, en redacción periodística, no existe debate alguno: todos se escriben en minúscula, mientras que la inicial en mayúscula es invariable para la institución: Ejemplo: “Asistió a la conferencia el ministro de Educación, licenciado...”; “Luego de la reunión, el senador de la Nación por la provincia de Córdoba...”

Sin escribir la palabra “horas” al escribir una hora exacta, ni “días” al citar una fecha

Nos encontramos aquí en uno de los famosos dilemas de la redacción periodística, que la hacen chocar de frente con otras redacciones.

La escritura para medios supone un lector apresurado que puede hojear el diario en las más diversas situaciones y con la más absoluta falta de comodidad (puede llevarse para amenizar el viaje a su trabajo, por ejemplo, y leerlo parado mientras su cuerpo oscila al inercial ritmo de un colectivo o el subte en hora pico). Sobre esta base descansa un axioma clave de esta actividad: escribir directo. Y si bien sobre este tema se ahondará en otro punto de este manual, vale la pena hacer un apartado en un error muy común.

Si se escribe que “la presentación comenzará a las 15.45”, a ningún lector se le ocurrirá pensar que esos dígitos correspondan a otra unidad de medida que no sea el sistema métrico temporal utilizado en todo el planeta, de modo que sumarle a la oración la palabra “horas” opera como una redundancia similar a la de adicionarle la voz “día” a, por ejemplo, “18 de febrero”.

Y una aclaración más: como en los medios gráficos aparece la fecha en todas las páginas, el dato nos exonera de escribir:

- La fórmula completa para referirnos a un día cercano. (Ejemplo: 18 de febrero de 2007 si podemos poner “anteayer”, “el lunes”, etcétera.)
- El año, si nos referimos al que está transcurriendo.
- El mes, si no lo hemos traspasado
- Y, por supuesto, frases al estilo de “...del corriente mes/año”.

Finalmente, una última aclaración: la fórmula de los relojes digitales no cuenta para la redacción periodística y la hora se separa de los minutos con un solo punto. Por citar al ejemplo anterior: “La presentación comenzará a las 15.45.”

Sin cacofonías

En una inusual bocanada de aire fresco que la espabiló de su letargo nostálgico y pesimista, eternizado en millones de refranes que nos advierten de todos los posibles males que nos deparará la vida y los seres humanos sin excepción, la sabiduría popular se despachó con la siguiente máxima: “Me salió un verso sin esfuerzo”.

Vaya problema para los poetas que a la gente le salgan versos sin esfuerzo, a ellos que se pasan la vida desde sufriendo amores hasta gastando sus dineros en todo tipo de vicios que le regalen una frase profunda, universal y, a la vez, de una musicalidad original y armónica. Como guía, se sugiere tener en cuenta algunos ejemplos:

- No escribir palabras con sílabas que contengan “pr” o “tr” demasiado juntas.
- Atención con: Adverbios de modo, sustantivos abstractos, gerundios, infinitivos y participios.

Sin vicios del chat o del SMS

No está demás aclarar que en todo tipo de texto que traspase las más laxas barreras de la informalidad no permiten abreviaturas ni variaciones de las palabras.

Un texto no debería presentar un “xq” por “por qué” o “porque”, ni un “tb” por “todo bien” o “también”, indistintamente.

El uso repetido y consensuado tal vez permitirá su uso en el futuro. Mientras tanto, habrá que esperar que una institución que históricamente se maneja bajo cánones muy conservadores, como lo son los principios filosóficos de la Real Academia Española, formalice su uso.

Sin errores de ortografía en los nombres propios

No es sólo en la redacción periodística un error gravísimo el eludir la ortografía de los nombres propios, pero sucede que un nombre mal escrito puede hacerle dudar al lector o la lectora acerca del profesionalismo con el que fueron verificados el resto de los datos incluidos en su artículo. La norma de trabajo es sencilla: no se incluyen los nombres propios como se cree que se escriben: se chequea, se pregunta, se pide que se deletree y, recién ahí, se incorporan a los textos.

Las personas deben nombrarse de la siguiente manera:

- La primera vez que aparecen en el texto se escribe nombre y apellido.
- En adelante, sólo el apellido.
- Si el nombre de una persona aparece por primera vez en un textual de un entrevistado, pero sólo diga el apellido, el redactor debe incluir su nombre de pila antes del apellido y entre paréntesis. Ejemplo: “Me llamó (Julio) Grondona y quedamos en reunirnos”. En adelante, si el personaje vuelve a aparecer, sólo será necesario su apellido.

Idéntico procedimiento se debería seguir con los nombres de las instituciones, con el agregado que se puede chequear el nombre de la organización en el sitio web oficial.

Las instituciones deben mencionarse de esta forma:

- La primera vez que se nombra, denominación completa y, entre paréntesis, la sigla sin puntos. Ejemplo: Organización de las Naciones Unidas (ONU).
- No corresponde: Organización de las Naciones Unidas (O.N.U.)
- En adelante, sólo la sigla.

Sin incoherencias: a) de género; b) de número; c) temporales

Los casos a) y b) suelen ser problemas que suelen aparecer en oraciones muy largas, en donde el núcleo del sujeto ha quedado lejos de los adjetivos que lo modifican y se les cambia, muchas veces involuntariamente, el género o el número. También es un error que suele aparecer en aquellas oraciones que han sido escritas y corregidas varias veces, en donde el o cambia el sujeto o los adjetivos y el redactor olvida salvar alguna de las dos partes (es decir, cambia el número o el género del sujeto o del/los adjetivo/s y omite enmendar su contraparte).

Con respecto a la coherencia temporal, se debe prestar atención a las secuencias lógicas de los hechos, de modo que la cronología no rompa su exactitud.

- Atención con las distintas conjugaciones (por ejemplo, no es lo mismo decir “hizo”, que “ha hecho” que “había hecho”)
- Atención con el momento de publicación. Los redacto-

res de prensa gráfica (no así la prensa *online*) escriben con una diferencia temporal respecto del momento de su lectura. Por lo general se escribe de un momento para otro, de modo que el “hoy” del redactor es el “ayer” del lector.

Sin vueltas y sin dejar de escribir lo más fuerte cuanto antes

En los medios gráficos no se escriben novelas de suspense, en donde lo mejor lo dejamos para el final. Ocurre radicalmente lo opuesto: nadie nos asegura que quien lee termine toda la nota. De modo que lo importante se cuenta antes y los detalles se dejan para ampliar en los sucesivos párrafos. Eso es escribir con criterio de noticiabilidad.

Tampoco se condice la redacción periodística con el estilo monográfico: no hay tiempo ni para prólogos, ni introducciones de ningún tipo. Se va al punto sin demasiado trámite con una redacción lisa que no obligue jamás al lector a volver sobre las líneas porque probablemente las abandone y nunca vuelva.

Sin dejar de abrir y cerrar las subordinadas con comas

Las subordinadas son oraciones que agregan algún dato a la oración principal y que no modifican su sentido en caso de suprimirse.

Ejemplo: La tormenta, inusual para esta época del año, puso en peligro la cosecha de los campos afectados.

Corresponde enmarcarlas entre comas y estos signos de puntuación son obligatorios cuando la subordinada es una referencia única y obligatoria.

Ejemplo: “Al evento asistió el diputado Norberto Díaz acompañado de su esposa, Ana, y varios de sus asesores.”

El valor “su esposa” sólo puede ser cumplido por “Ana”, y si no se encerrara entre comas daría la impresión de que el diputado Díaz fue acompañado al evento por su esposa Ana y no por el resto de sus esposas.

Sin lugares comunes

Los lugares comunes son aquellas frases que en algún momento pueden haber coqueteado con la originalidad, pero que sus quince minutos de fama han pasado.

Su utilización resta estilo y logra en quien lee exactamente lo opuesto a lo que el redactor pretende con su inclusión en el texto.

El periodismo está repleto de lugares comunes. Pareciera que a la palabra “rubia” debería siempre seguirle el adjetivo “infartante”, que cada domingo les otorgara a los reporteros de fútbol una “tarde óptima para la práctica deportiva”, o que quienes cubren automovilismo, la única figura que encontrarán para reemplazar a la palabra “pista” fuera “cinta asfáltica”.

Sin escribir como se habla, pero sin escribir como no se habla

El juego de palabras que propone esta pauta se refiere a la necesidad de encontrar un equilibrio entre formalidad, estilo y naturalidad.

Un texto periodístico no debe presentar expresiones coloquiales, por lo menos en la voz del autor. Esta sugerencia se desestima para la inclusión de textuales. Las tendencias que la escuela del Nuevo Periodismo sugie-

re, en cuanto a no volver los artículos extremadamente discursivos sino, pedir prestadas ciertas herramientas más cercanas a la literatura, y crear ciertas atmósferas, establecer determinados climas que permitan omitir las definiciones que intentan reemplazar.

De todas maneras, si bien al redactor se lo aparta de lo coloquial, tampoco se sugiere que utilice fórmulas que no le son propias, construcciones grandilocuentes, expresiones temerariamente ambiciosas, giros que alejan a la redacción de un criterio de naturalidad, cuidada, claro está, recomendable para los artículos a ser publicados en los medios de prensa gráfico.

Sin inventar

En redacción periodística, al igual que en todos los géneros que no trabajan con la ficción, no inventan ni suponen absolutamente nada. El margen permitido para trasgredir esta norma es un rígido cero y si el redactor tiene problemas de cantidad de material para cubrir la pauta de espacio asignada, entonces el dilema no es qué inventar para completarlo, sino conseguir más material. Las consecuencias de la inclusión de datos falsos pueden llegar a dirimirse en tribunales, con variados corolarios que irán de una mera rectificación a fuertes sanciones económicas.

Sin registros de otras profesiones

Se denomina *registro* a aquellos códigos que se manejan entre círculos sociales. A no ser que se escriba para un medio destinado a determinado círculo, su uso estaría restringido. Y aún en los casos en que efectivamente el redactor o la redactora se dirigieran exclusivamente a ese grupo social en una publicación que lo tiene por público específico, tampoco se recomienda su inclusión.

Ejemplos:

- “El occiso fue encontrado sin vida en el interior de la finca sita en la intersección de las arterias Cabildo y Federico Lacroze de esta ciudad, por un femenino que habita la finca continua.”

La traducción policía-gente sería: “La víctima fue encontrada en la casa de la esquina de Cabildo y Lacroze por una vecina.”

- “Apenas llegó, le solicitó que lo pusiera en autos inmediatamente.”

Traducción abogado-gente: “Apenas llegó le pidió que le contara todas las novedades.”

Sin repetir palabras o fórmulas

Quien escribe debería prestar atención a no caer siempre en las mismas definiciones, estructuras, vocablos, inicios y conclusiones de frases.

Se recomienda contar con un diccionario de sinónimos, antónimos y parónimos.

Hacia una perspectiva indoeuropea en la enseñanza de idiomas. El porqué es recomendable un buen dominio del castellano si se desea aprender otras lenguas europeas

Pablo Pittaluga

Es habitual, predecible y esperable escuchar hoy en día la consabida norma empresarial acerca del dominio del inglés u otro idioma en tanto aspiraciones efectivas de los postulantes. Pocos puestos no exigen un nivel al menos básico a intermedio de tales conocimientos si se pretende acceder a un plan de carrera. Incluso algunas multinacionales de renombre requieren dos y hasta tres idiomas hablados fluidamente en ocasión de asignar tareas a cuadros gerenciales en el extranjero. Lógicamente, el campo del diseño y la comunicación no sólo no es ajeno a esta tendencia sino que fue de los primeros en reflejarla, a principios de la década de 1990, cuando la interrelación del comercio mundial tomó el curso actual, ayudada por la ya avanzada tecnología de comunicaciones.

Y mucho se ha dicho, también, sobre las dificultades de muchos hispanohablantes (o de lenguas romances en general) para adquirir los modos, conjugaciones y en ocasiones aparentemente imperceptibles sonidos vocales y combinaciones consonánticas de las lenguas de Shakespeare o Goethe. Y, paradójicamente, dentro de nuestro riquísimo y muy dinámico idioma yacen las claves para poder aprender con mucha más facilidad y practicidad que la mera memorización idiomas de otras naciones de Europa, que son hoy día internacionales y no están ya conminados al aislamiento de hace algunas centurias. Contrariamente a lo que uno pueda pensar, esas lenguas son parientes –aunque lejanas, pero parientes al fin– de la nuestra, alejadas en un proceso que ya lleva nueve mil años.

Las teorías más aceptadas por los lingüistas de hoy adscriben el *urheimat* del PIE (Proto Indo Europeo) a las llanuras de lo que hoy es Ucrania, alrededor del año 5000 AC. Estas gentes, de las que nada más se sabe, pues su lengua ha sido reconstruida y nunca fue escrita, llevaban consigo tres características que todos los pueblos desde Escandinavia hasta el norte de la India han heredado: dominio de los equinos (medio de transporte), ingesta de carne y alcohol (en India reservada a las castas arias, o iránias, es decir nobles), y adoración de trinidad. Todas las religiones indoeuropeas implican una trinidad. Su máxima divinidad, Dyaús Pháter, se refleja en Zeus, Júpiter, Dyeus, Odín, y toda denominación Euroasiática que implique deidad suprema, incluso en castellano actual. Y así, cambiando y transformándose, de región en región, llevaron su idioma, que se difundió por toda Europa y Asia hasta las sucesivas ramas diferenciarse tanto que resultaban ininteligibles entre sí. Pero eso no es todo.

Las lenguas indoeuropeas son hoy todas las comprendidas en la franja territorial mencionada (danés, español, alemán, ruso, hindi, farsi, etc.), con excepción de cuatro no indoeuropeas: vasco, estonio, húngaro y finlandés.