

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 "contrapuntar", 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 "contrapuntar" 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.



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?

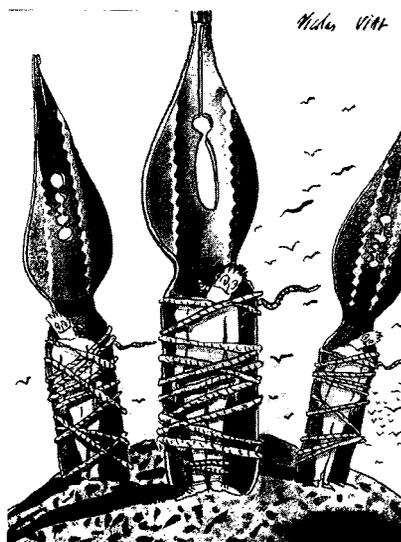
4 Las prácticas en el contexto comunicativo
Guillermo Orozco Gómez

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



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

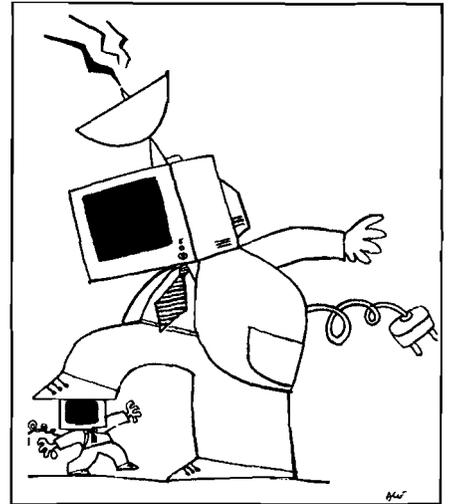


APUNTES

- 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

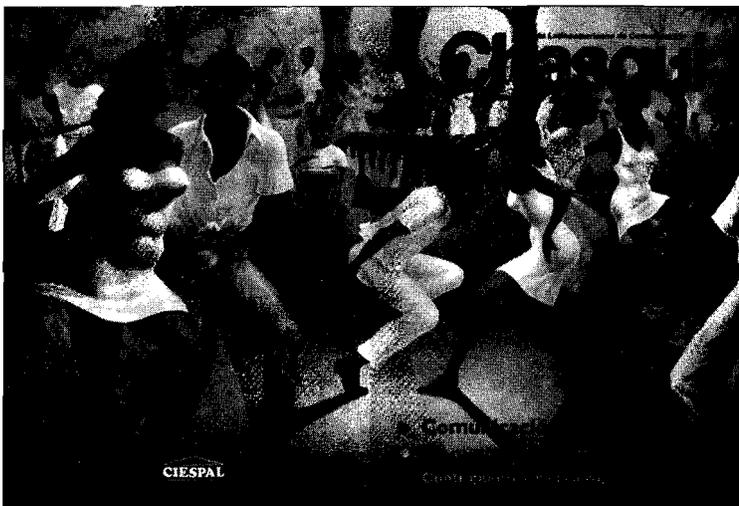


86 NOTICIAS

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

ABC: ¿un libro de estilo más?



En 1992 nace el Libro de Estilo de ABC que, no obstante la existencia de otros tantos, responde a la necesidad específica de ese medio. En principio, su propósito fue unificar criterios redaccionales e impartir normas claras y simples, de carácter obligatorio para sus periodistas. Hoy, y luego de varias ediciones, el manual ha trascendido este ámbito y es texto de consulta de quienes escriben y se preocupan por la expresión correcta.

En 1992, un año emblemático para la historia y el reencuentro cultural, la dirección del diario ABC decidió satisfacer una necesidad largo tiempo sentida: un Libro de Estilo que unificase criterios redaccionales e impartiese unas normas claras y simples al tropel de novicios periodistas que inundaban sus salas de redacción, tras el proceso expansivo del diario en la década de los ochenta. Se pretendía algo difícil de conciliar. De una parte, preservar la tradicional aureola literaria del periódico, en el que desde su fundación en 1902 habían colaborado las mejores firmas de la literatura y del periodismo español e iberoamericano. Y de otra entrenar a una nueva generación de periodistas, que acudían a la Redacción en unos momentos en que la informática ponía en sus manos un revolucionario instrumento de

trabajo, que sacrificaba en aras de la eficacia y la celeridad los controles que antaño ejercieran los viejos maestros, los equipos de editores y hasta los doctos regentes de los talleres de composición.

Un recordatorio de normas básicas

Por una carambola del destino, la preparación y coordinación del *Libro de Estilo* me fueron encomendados por el entonces director del diario, Luis María Ansón. Desde el principio comprendí que la tarea desbordaba mis modestas capacidades: sólo podía aportar como mérito mi experiencia de muchos años de dedicación al periodismo escrito y mi frustrada vocación docente en el ámbito de la lingüística. Pero tuve la fortuna de contar con un apoyo insustituible: el del director de la Real Academia Española, Fernando Lázaro Carreter, quien amablemente accedió, a instancias de nuestro director, a supervisar el proyecto, como años antes hiciera con el *Manual de Español Urgente* de EFE, primer texto de este tipo llevado a cabo en España.

Gracias a la colaboración de un equipo de filólogos y a las pautas establecidas por el manual de EFE, dimos a la luz en menos de un año un Libro de Estilo adaptado a las necesidades propias de ABC. Un recordatorio de las normas básicas de la gramática y del estilo periodístico en español, a menudo olvidadas en la tensión del trabajo informativo o en el apremio del cierre del periódico. Pues aunque el estilo periodístico resulta tan difícil de definir como fácil de apreciar su ausencia en las páginas impresas, en úl-

JOAQUIN AMADO, español. Periodista, subdirector del diario ABC (España) y director técnico del Curso de Master en Periodismo Profesional y Prensa de Calidad de la Universidad Complutense y ABC. E-mail: jamado@abc.es

tima instancia es lo que permite transmitir con claridad, corrección y propiedad las ideas de quien escribe. Para cumplir ese saludable propósito, conviene mantenerlo tan equidistante del lenguaje oral como del solemne y literario. En ese punto medio, cuanto más evite los defectos expresivos del uno y los excesos retóricos del otro, será capaz de trasladar con eficacia y exactitud las noticias de cada día o el comentario pertinente a la generalidad de los lectores.

El *Libro de Estilo* de ABC se dividió en tres partes bien diferenciadas. La primera se estructuró en cuatro capítulos, que versan respectivamente sobre los aspectos ortográficos y las recomendaciones gramaticales que el redactor pudiera ocasionalmente olvidar; las normas de redacción y estilo propias de ABC -entendido el estilo también como el tono general y la conducta informativa- y, por último, las instrucciones sobre presentación técnica de originales, imprescindibles para asegurar la uniformidad visual del diario. La segunda parte es un léxico

en el que se ordenan alfabéticamente numerosos términos de empleo o grafía dudosos y otras muchas expresiones tópicas de las que conviene depurar el lenguaje periodístico. Completa el libro un apéndice con informaciones prácticas, con cuya consulta se pretendió evitar a los redactores laboriosas o estériles indagaciones en fuentes a menudo dispersas.

Entre la necesidad y la necesidad

¿Un Libro de Estilo más? Ciertamente, porque no hay dos libros de estilo periodísticos idénticos, en la medida en que cada uno refleja el espíritu y las tradiciones del medio del que emana y al que se dirige. Sin caer en la presunción de estimar que nuestro criterio fuera el único aceptable, ni siquiera el mejor, sí opinamos, y así lo hicimos constar en la introducción, que en materias controvertibles es preferible disponer de una norma clara que no tener ninguna. Y tampoco hay que pensar que un Libro de Estilo sea eterno. La naturaleza cam-

biante del idioma obliga a ajustar nuestra expresión con relativa frecuencia a esos cambios, a modificar criterios, a separarnos, cuando resulte imperativo, de normas arcaicas, imprecisas o demasiado rígidas. Por ello trabajamos en la actualidad en una revisión completa del *Libro de Estilo* de ABC, para corregir prescripciones demasiado severas, adaptarlo a los cambios sutiles del idioma en estos años de tan cambiante naturaleza e incorporar una serie de datos novedosos para utilidad de los redactores.

Como recuerda Lázaro Carreter, el idioma español está sometido a conmociones desconocidas en épocas anteriores, y no es tan fácil contar con criterios seguros para andar por el tremedal. Cada día irrumpen docenas de vocablos, muchas veces por necesidad, pero, otras, por necesidad. "Muchos de los jóvenes redactores que nutren las redacciones -escribe el director de la R.A.E.- llegan de una vida apresurada; ellos mismos, en gran número, se sienten mejores si actúan sin sosiego y con poca disponibilidad para acatar reglas; provienen, además, de unos estudios que no les han infundido, más allá de la superficial teoría, la convicción fanática de que el idioma constituye su herramienta de trabajo y, casi seguro, de su posible triunfo. Ni los han persuadido de que expresarse con el designio de coincidir con los mejores usuarios del idioma no es simple asunto de estética, sino de trascendencia social".

Esta proyección social de nuestra profesión suscita una última duda. ¿Debe trascender un Libro de Estilo de sus usuarios inmediatos? El de ABC se concibió exclusivamente como manual de trabajo interno para la Redacción, como prescripción obligatoria para todos los redactores y recomendación encarecida para los colaboradores del periódico. Pero la dirección del diario y la Editorial Ariel opinaron que ese acervo de recomendaciones podía resultar también útil para la pluralidad de cuantos escriben y se preocupan de la expresión correcta. Así llegó a las librerías, con el indisimulado rubor de sus autores, un manual pensado, en su contexto y estructura, exclusivamente para consejo e ilustración de periodistas. El éxito alcanzado en sus múltiples ediciones parece confirmar lo acertado de aquella decisión. ●

