

# Los libros y manuales de estilo

Alberto Gómez Font

## Introducción

Junto con los diccionarios, las gramáticas y los libros de ortografía nos encontramos con otro tipo de guías de uso del español actual: los manuales de estilo. La mayor parte pertenece a los medios de comunicación, es decir, a la prensa, tanto escrita como oral; manuales que, en muchas ocasiones, están redactados o supervisados por expertos en la lengua y, en los demás casos, están copiados de los primeros. Así, pues, cualquier persona que se aproxime al estudio del español deberá tener muy en cuenta el uso que de este se hace en la prensa y deberá consultar los libros de estilo de periódicos, emisoras de radio y canales de televisión, en los que encontrará resueltas muchas de las dudas que se irá planteando a medida que avance en su conocimiento.

Casi todos los libros o manuales de estilo tienen las mismas características: constan de dos partes bien diferenciadas; la primera dedicada a establecer las normas y los criterios puramente periodísticos y la segunda es una guía para lograr que el español usado en las noticias sea lo más correcto posible. En esta segunda parte es habitual que se incluyan apéndices con listas de abreviaturas, siglas, topónimos y otros materiales específicos del medio de comunicación para el que se haya redactado el manual.

Otro tipo de manuales de estilo son los concebidos como un diccionario, es decir, sin las divisiones ni los capítulos tradicionales, sino en forma de lista de la *a* a la *z* en la que se incluyen explicaciones que apenas ocupan un renglón y otras que pueden abarcar varias páginas.

Debido al auge de los medios de comunicación en español en los Estados Unidos, donde surgen nuevos periódicos, canales de televisión y emisoras de radio en nuestra lengua, sea en Miami, en Nueva York, en Chicago, en Los Ángeles o en cualquier otra ciudad, aumenta también el número de periodistas procedentes de distintos países hispanohablantes que al sentarse a redactar sus noticias, en las mesas de redacción de sus medios, sienten inseguridad en el uso del español y necesitan emplear diccionarios y otras fuentes para resolver sus dudas.

## Manuales generales

Algunos de los manuales de estilo están escritos para ser usados por los periodistas hispanos de los Estados Unidos en general; son libros que no pertenecen a ningún medio de comunicación, libros generales firmados por sus autores o por la institución que los promovió. Los principales son:

*Un Manual de Estilo*. Escrito por Mario Llerena (†). De este libro hay dos ediciones; la primera es de 1981, hecha por el autor, en Miami, y la segunda es de 1999, de la editorial Logoi, también en Miami.

Mario Llerena, en la introducción del manual, dice que son necesarias fuentes de guía y consulta, accesibles y claras, adonde pueda recurrir todo el que desee hablar y escribir con propiedad y corrección, muy especialmente el que escribe para el público<sup>1</sup>. Su obra, según el autor, es un intento de responder a esa necesidad. Además, su propósito es ayudar a la deseable y necesaria unidad y armonía de las leyes que gobiernan el uso del idioma.



*La prensa libre o los crímenes del idioma*, Emilio Bernal Labrada.

*Estilo y referencia: manual para uso en los medios de comunicación en español.* Está escrito por Patricio Lertzundi. Editado en Princeton (Nueva Jersey) por Linden Lane Press en 1993.

Patricio Lertzundi, escritor chileno, graduado en Columbia University, se doctoró en Literatura en 1979 en el Graduate Center de la Universidad de la Ciudad de Nueva York (CUNY). Trabajó en la agencia United Press International (UPI). Más tarde formó parte de la plana mayor de los dos diarios hispanos más importantes de Nueva York, el *Diario La Prensa* y *Noticias del Mundo* (este último ya no se publica), donde se desempeñó como director de la edición metropolitana. *Estilo y Referencia* surgió cuando la Universidad Complutense de Madrid le pidió en 1990 que dictara un curso de verano sobre 'La lengua española en los medios de comunicación en los Estados Unidos'. Patricio Lertzundi reside actualmente en Nueva York, donde es director del Programa de Periodismo Multilingüe de Lehman College (CUNY).

*Manual de Estilo.* Escrito por César García Pons. Es la primera edición del *Manual del Centro Técnico de la Sociedad Interamericana de Prensa*, editada en Nueva York por Hobbs, Dorman & Co., Inc., en 1965.

La segunda edición, escrita por José Luis Martínez Albertos y Luisa Santamaría Suárez, se titula también *Manual de Estilo* y se editó en Indianápolis en 1993.

Si bien la Sociedad Interamericana de Prensa (SIP) no es un organismo estadounidense, se incluye en esta relación porque la sede central de la sociedad está en Miami. Sus autores son dos profesores españoles de redacción periodística de la Universidad Complutense de Madrid.

El libro, como casi todos los de su tipo, está dividido en dos partes (además de algunos apéndices), una dedicada a normas gramaticales, a cargo de Luisa Santamaría Suárez, y otra sobre normas de estilo periodístico, elaborada por José Luis Martínez Albertos.

*Guía de estilo para periodistas.* Ha sido escrito por Gerardo Piña Rosales (director de la Academia Norteamericana de la Lengua Española) y Rafael Corbalán, y editado por la Hispanic Cultural Foundation of the United States, Nueva York, 1997.

*Manual de Estilo* de la National Association of Hispanic Journalists (NAHJ). Editado en Washington por Knight Ridder, en 2004.

Se trata de un manual de estilo de español escrito con el propósito de servir de guía para los periodistas que redactan en español internacional en los Estados Unidos, el país donde más laboratorios ha habido y sigue habiendo en los que se crea a diario el español válido para todos los hispanohablantes consumidores de información a través de los medios de comunicación que se escriben o se transmiten en nuestra lengua. La National Association of Hispanic Journalists (NAHJ), en la que se agrupan los principales periodistas de televisión, radio y prensa escrita de ese país, creó un grupo de trabajo formado por periodistas de distintos medios y distintas nacionalidades y les encargó la redacción de un manual de estilo común para todos ellos. El equipo estuvo dirigido por Alberto Gómez Font, de la Fundación del Español Urgente (Madrid), y en la redacción participaron Raúl Caballero, Benito García, Ruth Merino, Lilia O'Hara, Francisco Pérez Rivera, Gabriel Vélez Suau y el propio Gómez Font.

En el prólogo, firmado por Javier Aldape y Liza Gross, se explica que el manual trata de atender las circunstancias particulares de los periodistas que trabajan en medios de comunicación en los Estados Unidos y Puerto Rico y que deben enfrentarse todos los días con la omnipresente influencia del idioma inglés.

El manual aclara dudas y ofrece recomendaciones para desarrollar un estilo de redacción claro y preciso, que no solo sea fiel a los fundamentos del idioma español sino que, simultáneamente, recoja e incorpore las idiosincrasias idiomáticas que surgen en el entorno anglohablante.

*El Manual de Estilo* de la NAHJ está organizado de modo similar a los manuales de otras asociaciones, agencias de prensa y medios de comunicación. Allí se habla de problemas ortográficos y gramaticales, se establece la forma adecuada de siglas y abreviaturas, omnipresentes en todos los ámbitos de la información, se aclara la denominación y transcripción de decenas de nombres de personas y de lugares, propios y extraños, además de listar los símbolos, medidas y magnitudes más utilizadas en la prensa hispana.

Ahora bien, este manual tiene algunos apartados que afectan específicamente al trabajo del periodista en los Estados Unidos: el que se dedica al llamado *espanglish*, el de los errores más comunes del estilo periodístico y el de las normas de pronunciación.

*El Manual de Estilo* fue auspiciado por la corporación Knight Ridder. Liza Gross, por entonces editora gerente de presentaciones y operaciones de *The Miami Herald*, y Javier J. Aldape, a la sazón vicepresidente del *Fort Worth Star-Telegram* y editor del *Diario La Estrella*, fueron los coordinadores de la publicación.

La NAHJ es la asociación más grande para periodistas hispanos del país, con casi 2.000 miembros. Fundada en 1984, la misión de la asociación es aumentar el número de periodistas hispanos que trabajan en las salas de prensa de los Estados Unidos y mejorar la cobertura de noticias de esa comunidad.

### Manuales de medios de comunicación

Otros libros y manuales de estilo están escritos para ser usados por los redactores de determinados medios de comunicación, es decir, son libros que sirven de guía (sobre periodismo y lenguaje) para una empresa y son de obligado cumplimiento para quienes trabajan en ella. Veamos algunos, por orden de aparición:

*Manual de Selecciones (Normas generales de redacción)*, preparado bajo la dirección de Jorge Cárdenas Nanneti y publicado el año 1959 en La Habana por *Selecciones del Reader's Digest*, S. A.

Es el primer libro de estilo de un medio de comunicación en español en los Estados Unidos (y en el mundo) del que tenemos referencia. Está destinado a lograr una buena traducción del inglés —idioma original de la revista— al español y contiene además una serie de normas gramaticales y ortográficas de gran utilidad, que coinciden casi totalmente con las que años después aparecerían en el *Manual de Estilo* de la Agencia EFE (Madrid: Castalia, 1978) y en otros libros similares, tanto en los Estados Unidos como en Hispanoamérica y España.

En la introducción, el autor indica claramente los objetivos del libro:

La absoluta corrección gramatical y el empleo exclusivo de giros típicamente castizos son indispensables. Debido a su inmensa circulación, *Selecciones* tiene en este punto una responsabilidad mucho más grande que la de cualquier otra revista en español. Rogamos prescindir de toda clase de anglicismos y galicismos. Tampoco convienen los regionalismos que no se entienden fuera del país de origen, por ejemplo: *vitrina* por *escaparate*, *casquillo* por *herradura*, *pibe* por *niño*, *ameritar* por *merecer*, etc.

Además, el autor abre una puerta a las palabras nuevas —los neologismos— e indica que hay muchas que son indispensables aunque la Academia no las haya recogido aún en su diccionario.

Uno de los capítulos más interesantes es el titulado 'Palabras engañosas', que consiste en una lista de palabras inglesas que aparecen con frecuencia mal traducidas, con la correspondiente explicación para cada una.

*Manual de estilo y referencia* de United Press Internacional (UPI), escrito por Abel Dimant (†) y publicado en Nueva York, por UPI, en 1981.

La primera edición tiene 64 páginas y está ordenada alfabéticamente. La segunda edición, publicada en 1988, está fechada en Washington y tiene dos anexos: 'Procedimientos de UPI' y 'Nombres de países, territorios y gentilicios', además de un glosario de 71 páginas.

En la introducción de la primera edición, Dimant explica que, en la parte estilística, se ha intentado armonizar lo teórico con lo práctico, tomando como base textos de la Real Academia Española y asimilando al mismo tiempo los vocablos, expresiones y giros idiomáticos que el uso diario ha consagrado como los de mayor aceptación. El manual contiene recomendaciones para evitar errores de construcción, anglicismos, galicismos, latinismos y solecismos. Establece que el término *hispano*, debido a su extendido uso, se usará como adjetivo y sustantivo para designar a los residentes de los Estados Unidos de origen y habla hispana.

*Manual de Noticieros de Televisión en Español* de Univisión, escrito por Javier Sierra y distribuido (en copias mecanografiadas) en 1991.

El *manual* de Univisión consta de una introducción y 145 páginas, estructuradas en orden alfabético. Contiene aclaraciones sobre el uso apropiado de términos geográficos en español, anglicismos frecuentes que se presentan en los Estados Unidos y la traducción de los nombres oficiales de las instituciones gubernamentales.

El glosario incluye vocablos vinculados con la temática de los hispanos en los Estados Unidos y la terminología propia de la producción de noticieros.

*Libro de estilo* de Telenoticias. No llegó a editarse como libro, pero se repartieron ejemplares fotocopiados (hojas escritas por una cara en computadora).

En 1994 se organizaron unos cursos de formación en el canal de televisión Antena 3 TV, en Madrid, y allí se presentó un experimento relacionado con el 'español internacional': mostraron los originales de lo que iba a ser el *Libro de estilo* de Telenoticias, que es una cadena de información general participada por Antena 3 cuya sede de producción y transmisión está en Miami, y explicaron que al redactarlo habían tenido como principal objetivo conseguir que en sus programas se utilizase un 'español neutro', válido para cualquier telespectador de cualquier país hispanohablante. Y en efecto, en el libro se menciona ese propósito en un apartado titulado así, 'Español neutro (términos y acentos, dicción, ritmos)', donde se explica que 'al ser Telenoticias una cadena de televisión que pretende ofrecer noticias a todos los hispanohablantes está obligada a realizar un esfuerzo muy importante para conseguir que su producto sea recibido por todos en las mejores condiciones posibles'. Y para ello en el libro se establecen unas normas tendentes a unificar con el objetivo de conseguir un español inteligible y aceptable por todos: normas fonéticas, un diccionario de términos tabúes y una lista de palabras (83 términos), que podríamos calificar de localismos, con su equivalente en 'español general'. Se trata, pues, de un manual de estilo enfocado al 'español internacional'.

Pocos meses más tarde, en diciembre de 1994, comenzó a funcionar un canal de televisión en español especializado en información, con el nombre de TeleNoticias. Se emitía desde Miami y eran socios la cadena española Antena 3 TV, la Agencia Reuters, la cadena estadounidense Telemundo y el grupo argentino multimedia Clarín.

*Borrador de Manual de Técnica y Estilo* de ECO Latinoamérica, editado en Miami por el Buró de Asignaciones de ECO. Participaron en la redacción los siguientes periodistas: Yvette Avilés, Eileen Cardet, María González Sieira, Martha Inés Orozco, Fabiola Ortiz, Verónica O'Shea, Karen Poniachik, Rafael Prieto Zartha y Sisita Súnéz.

En el capítulo titulado 'Lenguaje', después de indicar que no se deben usar localismos, extranjerismos (como expresiones en *espanGLISH*), arcaísmos o barbarismos, se recomienda que se acuda a los diccionarios, para resolver las dudas terminológicas o de traducción, y se

anuncia lo siguiente: ‘Estamos trabajando en la elaboración de un manual con la traducción y usos de muchos términos y palabras que utilizamos frecuentemente (por ejemplo: se utilizará ‘automóvil’ y no *carro, coche* o *auto*; también se utilizará ‘inversionistas’ y no *inversores*).

ECO Latinoamérica fue una división de ECO, un servicio internacional de noticias de televisión de la empresa Televisa de México. Se creó en abril de 1994 y funcionó desde Miami hasta 1999 con el propósito de asignar las historias, unificar criterios en la producción de los reportajes y el lenguaje de los 19 corresponsales, que trabajaban en Suramérica, Centroamérica y el Caribe.

En 1995 ECO Latinoamérica se hizo cargo de la supervisión de los 14 corresponsales en los Estados Unidos y Canadá, que estaban en Nueva York, Los Ángeles, Miami, Chicago, Washington, Vancouver, Quebec y San Antonio.

La Empresa de Comunicaciones Orbitales (ECO) fue el primer servicio de noticias de televisión en español de 24 horas al día. Comenzó sus operaciones el 1 de septiembre de 1988 y dejó de existir el 1 de mayo de 2001. Después de ECO funcionaron con el formato de información todo el día el Canal de Noticias NBC, CBS Telenoticias y CNN en Español. Este último es el único que continúa emitiendo.

*Manual de Estilo* de Reuters (2.ª edición). Escrito por Alberto Arévalo y publicado en Miami en 1995.

El libro, de 180 páginas, está dividido en dos partes ordenadas alfabéticamente: glosario de normas y recomendaciones y glosario de estilo y normas para cobertura de deportes.

Arévalo dice en la presentación: ‘El idioma no se aprende por ósmosis y mucho menos leyendo los diarios. Es fundamental leer a los grandes autores de la lengua. El periodista debe cuidar el idioma porque es el material con el que trabaja’.

*Prontuario* de *El Nuevo Herald*. Números 18, 19 y 20. Miami, 1995-96. Folletos de periodicidad irregular (de tres a seis meses entre cada número) en los que se aconseja sobre el uso correcto de palabras, frases y expresiones dudosas, especialmente del inglés. También hay listas de faltas de ortografía detectadas en el diario y explicaciones sobre el uso de las mayúsculas.

*Manual de Estilo y Escritura para El Nuevo Herald*, escrito por Antonio Bosch y Tony Especia y editado en Miami por *El Nuevo Herald* en 1996.

*Manual de Técnicas de Redacción Periodística* de Associated Press, escrito por Jorge Covarrubias y editado en Nueva York por Associated Press, 1996.

El autor, periodista y filólogo, contó con la colaboración del periodista José D. Abreu, editor del Departamento Latinoamericano de AP. Jorge Covarrubias, profesor de periodismo, literatura, traducción y buen uso del español en la prensa en varias universidades de los Estados Unidos, trabaja en AP desde 1973.

El libro es un compendio de normas propias de la redacción periodística y de la gramática y destaca la importancia de una redacción precisa para transmitir el significado de los acontecimientos de un modo accesible al lector, respetando a la vez las reglas gramaticales y estilísticas.

La última parte se titula ‘Gramática y estilo’ y en ella se explican los errores más habituales en la redacción de noticias en español en el entorno anglohablante de Associated Press.

*Manual de estilo y referencia* de CNN en Español, edición a cargo de Enrique Durand, editada solo para uso interno del canal de televisión en Atlanta, en el año 2002.

Es la segunda edición impresa del *Manual de estilo y referencia* que sigue los pasos de la obra preparada por Abel Dimant en 1999 y tiene por fin promocionar una guía práctica de

normas y términos a todos los profesionales que trabajan en el quehacer informativo de CNN en Español.

Esta edición, dirigida por Enrique Durand, refleja la propia evolución en el esfuerzo constante por mejorar la comunicación y se hace eco de la actualización del *Diccionario de la Lengua Española* (Real Academia Española), abriendo las puertas a términos que han pasado el filtro del uso popular o logrado las preferencias de los medios de comunicación. En la introducción se indica que se ha dedicado un esfuerzo especial a expandir la *Guía para traducciones*, para evitar el desplazamiento de palabras perfectamente correctas por anglicismos impuestos por la moda. Y se añade que en los medios nacionales se manifiesta la audiencia nacional, con una influencia atenuada del inglés y con una característica más localista y, sin embargo, en los medios internacionales se vislumbra una necesidad de comprensión a nivel mundial, con un lenguaje claro, simple, de uso general, evitando extranjerismos.

Los periodistas de CNN, corresponsales, redactores, editores y presentadores se sirven de instrumentos y estrategias para realizar un buen manejo del idioma: manuales de estilo, diccionarios, búsqueda de recursos en Internet, consultas entre colegas, mensajes de la audiencia, entre otros. Se sigue un proceso de depuración idiomática que comienza en la redacción, continúa en una revisión obligatoria y termina con la verificación de salida al aire.

Dentro del *Manual de estilo* se establecen normas de uso uniforme, por ejemplo: no se usa ni *americano* ni *norteamericano*, se usa 'estadounidense' como gentilicio de los Estados Unidos; se usa 'coche bomba' en vez de *carro bomba* o *autobomba*, 'presupuestario' y no *presupuestal*. También hay un manejo de conceptos nuevos como la *InfoCinta*, *ethnic profiling*, que sería la 'singularización racial', y el *soft money* o sea 'contribuciones indirectas'. El personal de CNN evita usar anglicismos en el vocabulario de redacción: *aggressive* como 'enérgico' y no como 'agresivo'; *act*, como 'ley' y no como 'acta'; *domestic*, como 'nacional' o como 'interno', pero no como *doméstico*. También en la gramática se toman las medidas pertinentes para evitar modificaciones de estilo.

## Hacia un acuerdo general

La mayor parte de los medios de comunicación en español, tanto en los Estados Unidos como en Hispanoamérica y España, que se preocupan por cuidar y mejorar el uso del idioma (muchos de ellos lo demuestran editando libros o manuales de estilo), sienten desde hace ya algunos años la necesidad de trabajar juntos para así evitar que se den soluciones diferentes a las mismas dudas de uso del español.

Muchos de esos medios de comunicación apoyaron un proyecto que se presentó en Zacatecas en 1997, en el I Congreso Internacional de la Lengua Española. En ese proyecto, patrocinado por el Instituto Cervantes, se invitaba a todos los interesados a trabajar juntos en la recopilación de materiales para la posterior redacción de un libro de estilo común para todos los medios de comunicación hispanohablantes. Más adelante la Asociación de Academias de la Lengua Española retomó el proyecto y finalmente vio la luz el *Diccionario panhispánico de dudas*, que actualmente es la obra de referencia para todos los que tratan de escribir mejor en español.

En la presentación de este diccionario, celebrada en Madrid en noviembre de 2005, en la sede de la Real Academia Española, estuvieron presentes algunos representantes de los principales medios de comunicación de Hispanoamérica, España y los Estados Unidos, que firmaron la siguiente declaración:

'Los representantes de los medios de comunicación reunidos en la Real Academia Española con motivo de la presentación del *Diccionario panhispánico de dudas*:

1. Valoramos de manera muy positiva el esfuerzo realizado por las veintidós Academias de la Lengua Española para ofrecer a todo el mundo hispanohablante una solución consensuada a las más frecuentes dudas lingüísticas. Creemos que con ello se presta un eficaz servicio a la fundamental unidad del idioma, dentro del respeto a su diversidad de realización.
2. Nos satisface comprobar que son muchos los textos periodísticos que han servido de base de documentación de la continua evolución de la lengua, y que el trabajo de nuestros libros de estilo y las observaciones que hemos formulado a las Academias, de manera particular y en reuniones específicas, han sido aprovechados con amplitud.
3. Por ello nos comprometemos a continuar esa colaboración aportando críticas y sugerencias que puedan enriquecer el texto y contribuyan a la permanente actualización de la obra.
4. Conscientes de la responsabilidad que en el buen uso de la lengua nos impone el poder de influencia de los medios, nos comprometemos a adoptar como norma básica de referencia la que todas las Academias han fijado en este *Diccionario panhispánico de dudas* y animamos a otros medios de comunicación a sumarse a esta iniciativa<sup>1</sup>.

Entre los firmantes de la declaración estaban representados los diarios estadounidenses el *Nuevo Herald*, de Miami, y *La Opinión*, de Los Ángeles.



*Diccionario panhispánico de dudas.*

**Nota**

<sup>1</sup> El escritor, periodista e intelectual cubano Mario Llerena falleció en diciembre de 2006 a la edad de 93 años.