

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

Ciencias de la Comunicación

Propuesta de Manual de Estilo para la Agencia Universitaria de Noticias Aunam de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales

TESIS

que para obtener el grado de
Licenciado en Ciencias de la Comunicación

PRESENTA

Esaú Efraín Ocampo García

Asesora: Carmen Avilés Solís



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

Agradecimientos

A Dios, porque sin ti nada soy

A mi madre, por enseñarme que con
hechos se ama y, esto, es para ti

Ale mi amor, por el ejemplo, la
entrega y la incondicionalidad

Adolfo, por todo, en ti se cumple la regla:
Dios puede bendecir a dos bendiciendo a uno

A mis maestros: Carmen Avilés, Lourdes Romero,
Guillermo Tenorio, Rigoberto López, Celia Toibe
Y Virginia Careaga, por enseñarme más que una clase

El lenguaje es un instrumento de la inteligencia...
quien lo domine podrá acercarse mejor a sus semejantes,
tendrá la oportunidad de enredarles en su mensaje,
creará una realidad más apasionante que la realidad misma

ÍNDICE

Introducción	1
Capítulo 1	
Hacia una teoría de las normas del lenguaje informativo	
1.1 De la puntuación en la escritura a las normas de redacción periodística	4
1.2 Las normas de redacción periodística como parte del lenguaje informativo	11
1.3 Estilo periodístico	16
1.4 Los manuales de estilo, dialectos del lenguaje informativo	19
1.5 Los CILE y la discusión del uso del lenguaje en los medios de comunicación	25
Capítulo 2	
Las normas de redacción periodística en los manuales de estilo	34
2.1 Manuales de estilo representativos de Estados Unidos, España y México	37
2.2 Estructura y contenidos básicos del manual de estilo	76
2.3 Funciones del manual de estilo	77
2.4 Algunas experiencias de medios de comunicación mexicanos en el uso de manuales de estilo	81
Capítulo 3	
La Agencia Universitaria de Noticias Aunam	
3.1 Origen	91
3.2 Objetivos	97
3.3 Organización	101
3.4 Proyección	104
3.5 Manual de Organización, Estilo y Código de Ética	105
Capítulo 4	
Propuesta de manual de estilo para Aunam	
4.1 El manual de estilo, herramienta para el aprendizaje y el desempeño profesional	112
4.2 Diagnóstico sobre los errores frecuentes de estudiantes de la opción terminal de periodismo al redactar una nota informativa	115
4.2.2 Resultados del diagnóstico	116
4.3 Revisión de materiales informativos de Aunam	120
4.3.2 Resultados	120
4.4 Propuesta: Manual de Estilo de Aunam	124

Conclusiones	179
Anexos	183
1	
2	
3	
4	
Bibliografía	208

INTRODUCCIÓN

Las funciones y responsabilidades que ejercen los profesionales de la comunicación, particularmente en el periodismo, implican la obtención previa de habilidades no siempre adquiridas al cursar la licenciatura. El conocimiento de la gramática no es suficiente para llevar a cabo las tareas informativas en un medio de comunicación. Es necesario el empleo de instrumentos que contribuyan a mejorar los materiales periodísticos.

Los medios han definido normas para la aplicación de su personal, lo cual responde a la necesidad de la prensa moderna de contar con instrucciones más precisas que las existentes para un uso particular del lenguaje informativo. Dichas normas han sido denominadas normas de redacción periodística o normas de estilo, presentadas en un manual para su consulta en el quehacer profesional diario. Son prueba de su actualidad e importancia su utilización en medios de prestigio como *The New York Times*, *Associated Press*, *The Wall Street Journal*, la *Agencia EFE*, el diario español *El País*, la *Agencia Mexicana de Noticias Notimex*, el semanario *Proceso* y su servicio informativo *Apro*, los periódicos de *Grupo Reforma* y su servicio informativo *Infosel*, entre otros muchos medios televisivos, radiofónicos e impresos en el mundo.

En la Agencia Universitaria de Noticias (Aunam) de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales colaboran estudiantes de la opción terminal de periodismo de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación, es decir, de los últimos semestres, principalmente, desde las aulas, como practicantes profesionales o como prestadores del servicio social, aunque han participado alumnos desde cuarto semestre. Su inexperiencia profesional, en la mayoría de los casos, dificulta y hace compleja la labor de la agencia pues, por ser profesionistas en formación, presentan errores comunes en la corrección de originales.

La Agencia fue creada para apoyar los objetivos de la opción terminal de Periodismo del actual Plan de Estudios de la citada carrera. Se pretende que los alumnos obtengan la experiencia de laborar en una agencia informativa al desempeñar funciones y responsabilidades similares a las que hallarán en el campo profesional.

Esta tesis es una propuesta de manual de estilo diseñada para los integrantes de Aunam, sustentada en una investigación teórica y de campo para abatir los errores más frecuentes así como aquellos aspectos relacionados con la uniformidad y el cuidado del idioma que coadyuvarían, junto con la creatividad y el instinto periodístico, a elevar la calidad de los materiales informativos.

Pero, ¿por qué Aunam? ¿Por qué no una propuesta de manual de estilo para un medio de comunicación ya consolidado? La presente propuesta pretende apoyar los objetivos del Plan de Estudios en el mismo sentido que Aunam para colaborar con la misma orientación. Además, intenta verter la experiencia del autor de este trabajo.

El primer capítulo comienza relacionando la necesidad primitiva de emitir reglas en la escritura para facilitar su comprensión, con la necesidad de fijar normas de redacción más precisas que las existentes con el propósito de facilitar la comprensión del lenguaje informativo. Se explica qué son las normas de redacción y los manuales de estilo, su importancia, actualidad y trascendencia en los ámbitos periodísticos, lingüísticos e idiomáticos.

El segundo capítulo es una revisión de algunos manuales de estilo para conocer los contenidos que aparecen constantemente (estructura) y cómo son tratados (contenido). El objetivo es sintetizar el conocimiento práctico plasmado en los manuales de estilo. Por último, se expone cuál ha sido la experiencia de miembros de medios de comunicación mexicanos en el empleo de las normas de redacción.

El tercer capítulo expone qué es la Agencia Universitaria de Noticias Aunam, cuál fue su origen, sus objetivos, sus proyectos y logros, cómo está organizada, así como en qué consiste su manual vigente.

El capítulo cuarto explica la necesidad de un nuevo manual para Aunam. Presenta cómo se llevó a cabo el diagnóstico de los errores más frecuentes de alumnos de la opción terminal de periodismo al redactar una nota informativa y sus resultados. También se presentan las conclusiones de la revisión de una muestra de materiales informativos de la Agencia. Por último, se desarrolla la Propuesta de Manual de Estilo.

La propuesta es producto de la reflexión acerca de la dinámica cotidiana de trabajo en el uso de citas, mayúsculas, abreviaturas, siglas, acrónimos, comillas, números, cursivas, cargos, fechas, usos del lenguaje, de las dudas frecuentes, de los errores de hecho, de las atribuciones y aspectos conflictivos, en general. El reportero, por desidia o por prisa, omite consultar diccionarios y fuentes autorizadas para realizar su trabajo. Cabe mencionar que un manual de estilo no despeja todas las dudas ni resuelve todos los problemas, aspira a convertirse en un libro de consulta rápida de utilidad.

CAPÍTULO 1

1. HACIA UNA TEORÍA DE LAS NORMAS DEL LENGUAJE INFORMATIVO

1.1 De la puntuación en la escritura a las normas de redacción periodística

La escritura a lo largo de la historia se ha diversificado en múltiples posibilidades de expresión, desde los códices, jeroglíficos y calendarios, los ideogramas orientales, los tratados históricos, escritos sagrados, mitológicos, la literatura y los libros científicos así como los técnicos, hasta las publicaciones de sucesos y noticias en gacetas y periódicos. Como sabemos la escritura y las normas de redacción no llegaron juntas, le sucedieron a la primera siglos para incluir en su estructura algunas normas para facilitar su lectura y su comprensión.

En el entendido de que la Historia —con mayúscula— es una concatenación de hechos, debemos comprender que fue necesario un sistema de producción, aunque fuera en la rudimentaria imprenta artesanal de mediados del siglo XV, para dar paso al perfeccionamiento en la comprensión de la lectura mediante una escritura sistematizada. El acceso de grandes segmentos de la sociedad a la ciencia, a la teología y a la literatura principalmente, empujó lentamente a los autores a hacer más comprensibles sus obras. La ilustración, el enciclopedismo y el renacentismo motivaron grandes campañas de alfabetización en Europa lo cual significó que los libros llegaran a toda la población y no sólo a los privilegiados monjes y más tarde a los ricos, las familias nobles y educadas.

Sin embargo, continuó la ausencia de una convención de reglas y normas gramaticales, ortográficas y de puntuación durante la Baja Edad Media. Es un proceso. No habiéramos llegado al papel como soporte físico del libro sin haber

pasado por las tablillas de barro cocido o enceradas, por los papiros y otros materiales que sirvieron como soportes de la escritura, hasta mediados del siglo XV, cuando en 1455 Gutenberg y sus socios crean el concepto moderno de la imprenta.

El perfeccionamiento de la escritura por medio de la emisión de reglas y normas que estandaricen su uso y permitan a las ideas escritas ser más comprensibles para los hablantes de una misma lengua va ligada a la insuficiencia de la escritura de tiempos pasados y de los pueblos antiguos para comunicar eficazmente.

De la misma forma como los antiguos idearon las técnicas y los materiales idóneos para conservar sus escritos, como cortezas de árboles, ceras y materiales de la naturaleza como la piedra, la arcilla y la madera¹; los impresores en su condición más primitiva buscaron las técnicas y las herramientas más propicias para mejorar la presentación de un libro y su comprensión.

La profesora Lourdes Romero, adscrita al Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, reconoce la importancia de la escritura como "*el vehículo más apto para la conservación del pensamiento y la transmisión del conocimiento*"²; además apunta: "*La trascendencia de su finalidad implica un mayor cuidado en la elaboración del mensaje escrito. El autor de un texto no debe conformarse con transcribir un mensaje oral; su producción exige considerar las características propias de la escritura, muy distintas a las del habla*"³.

¹ Jorge E. de León Penagos, *El Libro*, p. 81

²Este planteamiento es desarrollado en el artículo "*Lo individual y lo colectivo de la puntuación*" de Lourdes Romero, en el cual se propone demostrar la particularidad del lenguaje escrito y su trascendencia, *Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales*, No. 144, Año, XXXVI, abril-junio, p.144.

³ *Idem.*

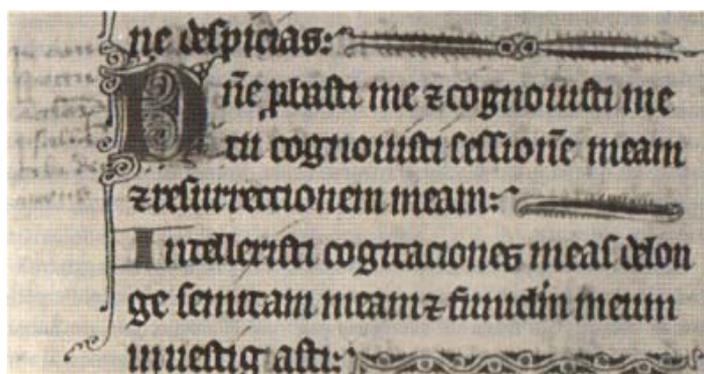
La necesidad de reproducir en un lenguaje escrito las características del lenguaje oral, su dimensión auditiva que se vale de matices, referentes a un estado de ánimo, alarma o simplemente para pausar de acuerdo con la respiración, se tradujo en la elaboración de características propias, de manera que la escritura posee su propio código para representar algunas de las posibilidades del habla con el fin de transmitir un mensaje lo más fidedignamente posible.

La inclusión de signos de acentuación y de puntuación tuvo como objetivo representar los elementos acústicos del habla para expresarlos fonéticamente. Así el signo (entiéndase rasgo ortográfico o puntuación) representa una pausa, un sonido, una entonación, un énfasis, un matiz o un silencio en algunos casos.

La invención de los primeros signos de puntuación se le atribuye a Aristófanes de Bizancio en el siglo II a.C. Intentó separar las palabras mediante el uso de tres signos: el punto bajo, equivalía a la coma moderna; el punto medio, equivalía al punto y coma o los dos puntos; y el punto perfecto o punto arriba, el cual equivalía al punto final. Este sistema no encontró eco en la práctica y desapareció. Sin embargo, permaneció la utilización de los puntos para separar cada palabra o párrafos, luego distintos signos y otras herramientas como el diseño de capitulares o el uso de tipografías distintas.

Como lo describe Jorge de Buen: *"Al principio, algunos amanuenses escribían todo a renglón seguido, introduciendo un signo, una viñeta o una inicial roja para indicar el inicio de un párrafo; otros completaban con dibujos la última línea"* ⁴.

⁴ Jorge de Buen, *Manual de diseño editorial*, p.28.



Manuscrito del siglo XIV.

Imagen tomada del Manual de diseño editorial de Jorge de Buen

La imprenta y, particularmente la popularización del libro, empujaría el desarrollo mismo de la puntuación para facilitar la lectura y la comprensión. Por ejemplo, la impresión de la Biblia —producto de la reforma protestante—, su traducción al alemán vulgar y posteriormente a otras lenguas provocó que en una sociedad como la europea del siglo XVI, envuelta en confrontaciones políticas y religiosas, aunado a la divulgación del conocimiento por el Renacimiento, el libro impreso adquiriera mayor eficacia en la transmisión del mensaje. El interés por la lectura fue exponencial, para el año 1500 el uso de la imprenta de tipos móviles se había extendido ya a más de 180 ciudades europeas⁵.

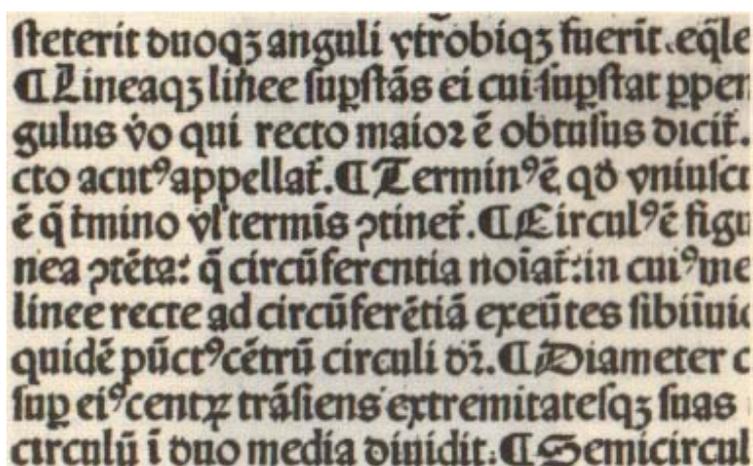
La transmisión de un mensaje debe ser en las mejores condiciones y ello implica cumplir con una serie de reglas. Una de esas normas de riguroso cumplimiento es la puntuación. Por más obvio que parezca, el sentido del mensaje puede ser alterado si los signos de puntuación no se encuentran donde deben y, a su vez, la gramática establece las reglas de la puntuación.

La escritura y sus normas emplean como materia prima el lenguaje. La búsqueda para hacer un mensaje inteligible, comprensible, claro y legible a cualquier lector comienza con la estructuración del mensaje escrito y termina con las cuestiones formales del diseño editorial, según el editor Juan de Buen. En cuanto a estas últimas, explica, las aplicaciones para conseguir legibilidad comprenden *las formas*,

⁵ Juan Brom, *Esbozo de Historia Universal*, p.189

*las familias tipográficas, ordenamientos del texto —que incluye el análisis preliminar del manuscrito o borrador que es la corrección de estilo o de originales—, diseños de párrafos, arreglos de tipos, ilustraciones, signos, materiales de impresión y equipos que son elegibles en consonancia con la obra.*⁶

Retomando el uso de la puntuación, en la siguiente imagen se presentan puntos y signos para separar oraciones.



Detalle de los Elementos, de Euclides. Las oraciones apenas son separadas por signos como el punto, que a su vez forman párrafos separados con calderones. (Imagen del Special Collections and University Archives, San Diego State University tomada del Manual de diseño editorial de Jorge de Buen, p.177)

Hoy no podríamos leer un escrito sin signos de ortografía y puntuación dispuesto como en un gran párrafo. Por otra parte, si en un párrafo, por ejemplo, encontramos una idea muy rebuscada y no hay claridad, no comprenderemos lo que su autor pretende decirnos.

El concepto editorial moderno adquiere significado cuando se revolucionan las técnicas en las imprentas y se cuidan las formas de presentar el libro, desde sus capitulares hasta el colofón, las cajas, los párrafos, la portada y la contraportada, pero principalmente, el contenido.

⁶ Jorge de Buen, *op.cit.*, p.41

El lenguaje escrito en la historia de la humanidad, en particular el libro, significa además del cuidado de la impresión como el soporte físico de una lengua en un lenguaje general o especializado, la necesidad inherente al ser humano de transmitir ideas y perpetuarlas con claridad y precisión, con las normas gramaticales ortográficas y de puntuación establecidas para lograr que la comunicación del pensamiento sea posible.

Cuando aparecen las primeras normas de redacción o, más bien, los primeros convencionalismos al respecto, es muy probable que haya surgido también algo similar a lo que conocemos como la corrección de originales. Esto tuvo que esperar muchos años después de la invención de la imprenta pues, como registra Emil Ruder, los editores de los siglos XV y XVI no entendieron que la producción de libros traía modificaciones sustanciales: *"Las primeras obras impresas imitaban la escritura manual y demuestran que los impresores de la época ignoraban que la forma impresa posee sus propias leyes y un auténtico valor por derecho propio"*⁷.

Para la subsistencia de las imprentas, el cuidado y el trabajo de corrección de los originales tuvo que principiar con el propósito de responder a las expectativas y necesidades de un sector creciente: la población alfabetizada.

Pareciera imposible identificar un periodo histórico en el cual hayan surgido las primeras normas aplicadas a la corrección de originales debido al vacío bibliográfico en el tema. Los libros sobre edición y corrección de originales son predominantemente técnicos por la ausencia de datos y de registros históricos. Pero a pesar de este hecho, la observación de libros antiguos permitirá concluir que los textos impresos poseen y comparten características muy definidas en cada etapa histórica, siglo, país o cultura. Al leer libros elaborados por copistas, por ejemplo, con todo y la carencia de regla básica alguna para la escritura más que la utilización de los signos alfabéticos, podríamos distinguir cierta uniformidad en sus

⁷ *Íbidem, Loc. Cit., p.26*

trabajos, compartían una serie de características como la ausencia de pausas, oraciones y párrafos.

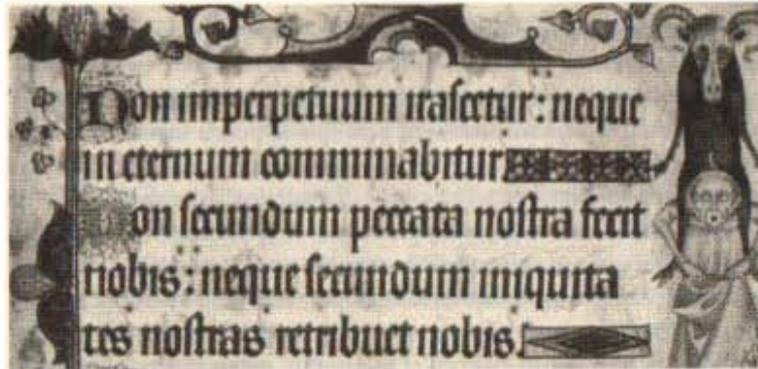


Imagen tomada del Manual de diseño editorial de Jorge de Buen

El papiro, los pergaminos, códices y el libro manuscrito, entre otras variantes de soportes de la escritura que existieron, contienen y comparten con los documentos de su género normas de redacción y estilísticas que hacen posible su clasificación además del material con que fueron fabricados. Se puede apreciar en la tipografía, el uso de letras capitales y la restricción de su aplicación, las versales y las versalitas, la extensión de los párrafos, las ilustraciones o el uso de grandes letras iniciales o capitulares, así como de colofones.

El lenguaje informativo no escapó a la adopción de normas de redacción muy particulares lo cual redundó en la conformación de un género distinto con su propio estilo, con sus propias cualidades y subgéneros como son la nota informativa, la crónica, la entrevista, el reportaje o los artículos de opinión.

En el siguiente apartado veremos cuáles son las características del lenguaje informativo, cómo son agrupadas las normas de redacción y en qué consiste el estilo periodístico.

1.2 Las Normas de Redacción Periodística como parte del lenguaje informativo

Las normas gramaticales sistematizaron el lenguaje escrito como un código distinto al lenguaje oral. No obstante, el lenguaje informativo ha producido códigos propios para transmitir mensajes y ha documentado detalladamente, que no de manera abundante, en qué consisten las normas de redacción y lo que constituye el estilo en los medios de comunicación.

La razón del origen de las normas de redacción en los medios es que en el lenguaje informativo, se requiere de normas más precisas para evitar confusión en las redacciones en los medios de comunicación debido a que existen particularidades que no pueden ser resueltas por la gramática, por ejemplo.

Al respecto, existe un enorme vacío bibliográfico y de reflexión reconocido ya por verdaderas autoridades como el catedrático de periodismo José Luis Martínez Albertos, el académico José Fernández Beaumont y el filólogo miembro del Departamento de Español Urgente Alberto Gomez Font, entre otros teóricos y periodistas iberoamericanos. Por ello, el objetivo será establecer un marco de referencia y conceptual.

Las normas redaccionales son un amplio repertorio de reglas acerca de la redacción de noticias, de ortografía y puntuación; gramaticales como las normas sintácticas y de concordancia; y entre otras, algunas más particulares como el uso correcto de algunas palabras. Gran parte de ellas son arbitrariedades promovidas por el medio de comunicación en cuanto a la escritura de mayúsculas, cantidades, abreviaturas y siglas.

Cada medio de comunicación elige de ese repertorio las que mejor le parecen para transmitir sus mensajes, a partir de las cuales elaboran compendios o manuales

para darlas a conocer a su personal. Los medios más prestigiosos las acompañan de una justificación ética, profesional y gramatical, por lo general⁸. Esto con el fin de establecer criterios que contribuyan a un mejor desempeño por parte de quien elabora el mensaje informativo para optimizar su entendimiento por parte del lector.

La elaboración de manuales es un fenómeno creciente. Las empresas informativas, cada vez en mayor medida, definen las reglas y la forma de escribir que desean, medios como *La Vanguardia y ABC* en Barcelona, *Diario 16* en Madrid y televisoras como *TVE, Canal Sur Televisión* en Sevilla, *Telenoticias de Antena 3* en Madrid y por lo menos 8 medios televisivos, radiofónicos e impresos más en España; además de medios americanos como los periódicos *La Voz del Interior, El Clarín, La Nación* y la *Agencia Telam* en Argentina, *Agencia Colprensa y Radio Caracol* en Bogotá Colombia, *Agencia Venpress* en Venezuela, *El Panamá América y La Prensa* en Panamá, *El Peruano* en Perú, *El Universo y Hoy* en Ecuador, *Inter Press Service* en Costa Rica, *Prensa Latina* en Cuba, también medios de Estados Unidos como *The New York Times y Associated Press*, ingleses como *Reuters* y en México medios como *Reforma, Notimex, Proceso, El Financiero y La Jornada*.

Los medios citados, con excepción de los ingleses y estadounidenses, participan en un esfuerzo por evaluar la posibilidad de unificar las normas de redacción en los países de Iberoamérica denominado el Proyecto Zacatecas⁹. La iniciativa la tuvieron algunos académicos y filólogos particularmente de España en el Primer Congreso Internacional de la Lengua Española cuya sede fue la ciudad de Zacatecas, México, en 1997¹⁰. Probablemente existan actualmente más medios que hayan diseñado sus propios manuales de estilo en toda la región.

⁸ *EFE* y *NYT*, son medios que llevan a cabo dicha justificación en la introducción de sus manuales. Otros medios seguramente lo hacen del mismo modo pero no serán revisados en este trabajo.

⁹ La lista de los medios se encuentra en el Apéndice 2 del libro del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española, editado por la editorial Siglo XXI, la SEP y el Instituto Cervantes.

¹⁰ Dicho congreso fue convocado por la Real Academia Española y sus academias, el Instituto Cervantes y los gobiernos de España y de México.

Fijar normas de redacción para algún medio generalmente es, como apuntó quien fuera director de *El País*, Joaquín Estefanía, definir quiénes son y cómo trabajan¹¹. Aquí intervienen dos factores que pareciera son resultado de la emisión de normas de redacción: 1)La diferenciación y 2)La función social. Ambas esenciales, insertas en dos contextos, el de las empresas periodísticas que compiten y buscan *la nota*, es decir, ganar la exclusiva o la mejor y más profunda información donde la venta de noticias impacta en sus ingresos mediante la publicidad; y el de agentes sociales cuya función es mediar los acontecimientos mundiales a los miembros de una comunidad.

Debe evitarse la idea errónea de que el lenguaje informativo, comprendido por normas de redacción ya sean explícitas o no, tiene como función *clonar* la información que leemos en los impresos para restarle la creatividad propia de cada periodista. Es, por el contrario, cuidar la forma de comunicar, no el contenido. No obstante hay muchas formas de enviar un mensaje y es necesario hacerlo lo más efectivamente.

Para ello el periodista usará las normas básicas establecidas por el medio para que con su manera particular de realizar su trabajo haga uno propio pero uniforme a los demás del mismo medio, esto significa que el conjunto de trabajos periodísticos le dará un estilo al medio, una personalidad y distinción; asimismo, si el periodista menciona alguna institución, una palabra no castellanizada o el nombre de una persona y se encuentra escrita de la misma forma, se evitará confundir al lector.

Para evitar controversias estériles debemos entender la palabra *estilo*, a la cual se hace referencia, no como un adjetivo sino como un sustantivo. Aunque parezca claro, normas de estilo y normas estilísticas no son lo mismo. Las primeras son aplicadas a la redacción y las segundas al diseño editorial.

¹¹ Dicha afirmación aparece en el prólogo escrito por el entonces director del periódico español *El País* para la sexta edición del libro de estilo en septiembre de 1990.

En el nuevo modelo de libro impreso a partir del siglo XV surgió el concepto de estilo en las imprentas, donde se llevaba a cabo la edición y la corrección aunque no como las conocemos hoy ¹², era relacionado con el arte y el diseño y no con las normas de redacción y presentación de la información. Sucedió de igual manera con la prensa contemporánea que encontramos como gacetillas en ese momento.



Fragmento de la primera página de periódico alemán del s. XV

José Luis Martínez Albertos, catedrático de Redacción Periodística en la Universidad Complutense de Madrid, España, explica la aplicación del concepto de estilo como la claridad, la belleza y la justa proporción, aunque románticamente, nos lleva hasta las escuelas de oratoria de Cicerón y Quintiliano. Considera que el estilo se ha trasladado al periodismo al hacer referencia a la teórica Gloria Toranzo, quien en 1968 sostenía que el estilo no es exclusivo del lenguaje literario, sino también se expresa en otros lenguajes, como el periodístico ¹³.

¹² Información basada en Gabino Fernández Serna y Omar Vite Bonilla, *Evolución del libro. Breviario Histórico*, p. 76.

¹³ José Luis Martínez Albertos. *Redacción Periodística*, p.11. En esta edición (ver bibliografía) cita a Gloria Toranzo para sostener que existe un estilo periodístico, p.13

De manera coincidente y curiosa, se les ha denominado manuales de estilo a los compendios de normas de redacción. Lo anterior se explica al conocer que la agencia de noticias norteamericana *Associated Press (AP)*, una de las primeras en su tipo, fue pionera en la elaboración y uso formal de las normas de redacción periodística y tituló a su manual *The AP Stylebook* (El Libro de Estilo de AP, 1970).

Desde entonces existe una coincidencia teórica entre los términos *normas de redacción* y *normas de estilo* lo cual explica que los manuales que utilizan los medios informativos, sean de redacción o de estilo, contengan lo mismo.

Las empresas periodísticas, quienes se encargarán de mediar los mensajes entre la realidad y el individuo, poseen objetivos particulares, sean sociales y/o privados. Sin embargo, ellas mismas son quienes han diseñado sus propias normas de redacción y, en algunos casos, deontológicas. Lo anterior da cuenta de que realizan sus libros o manuales de estilo como algo exclusivo, particular, de uso interno. No se pretende ofrecer una norma universal (para hablantes de una misma lengua) ni algo *oficial* como el Diccionario de la Real Academia Española.

Quienes se han dado a la tarea de elaborar los manuales de estilo se proponen guiar al periodista en su trabajo de acuerdo con el medio de comunicación donde realice su labor, es por ello que para conocer las características del lenguaje informativo es imprescindible observar qué normas toman en cuenta los medios en sus productos periodísticos para establecer y uniformar su propio lenguaje informativo. El resultado será un conjunto de normas básicas. Para lograrlo, primero, es necesario un acercamiento teórico a los conceptos y a quienes han reflexionado al respecto; segundo, a los manuales y libros de estilo de la prensa y agencias noticiosas de mayor autoridad en Estados Unidos, España y México; serán revisados para conocer cómo están elaborados y qué contienen¹⁴.

¹⁴ Los usos y aplicaciones del *estilo* en manuales serán descritos y analizados con mayor profundidad en el capítulo 2.

Daremos un repaso por la experiencia y reflexión de autores norteamericanos para entender mejor los conceptos. Sin embargo, en el plano teórico iberoamericano, el referente es España pues en México no se ha abordado el tema ni siquiera en los manuales como sucede en la península ibérica.

1.3 Estilo Periodístico

Los manuales de estilo están enfocados hacia la regulación de diversos aspectos de la información periodística en dos planos: forma y contenido. El contenido es la información, pero ésta es presentada con ciertas características que la visten, según ciertos criterios que le proporcionan *forma*. En últimas versiones de tales códigos redaccionales existe una preeminencia por la *forma*, no es que se haya ponderado sobre el *contenido*. La información es un cuerpo en el cual *forma* y *contenido* deben actuar en la misma dirección para llegar al público deseado o cumplir con las funciones sociales u objetivos comerciales del medio de comunicación. Esa *forma* podemos llamarla *estilo*.

La *forma* la encontramos en el modo peculiar de presentar los mensajes por el medio mismo. El estilo es conformado por un "*conjunto de rasgos de ideación y de expresión propias de una época, un género o una persona*"¹⁵, como ha definido Fernando Lázaro Carreter, miembro de la Real Academia Española (RAE) y quien escribió el primer libro de estilo en español titulado *Manual de Estilo* para la agencia internacional de origen español EFE.

Según el diccionario de la Real Academia Española (DRAE) es una manera de escribir o de hablar; un conjunto de características que individualizan la tendencia artística de una época; uso o práctica (...) ¹⁶. Podemos interpretar que de manera similar a la literatura, los textos científicos o la poesía, el periodismo cuenta con sus propios rasgos redaccionales, su manera de escribir y sus determinados usos y

¹⁵ Fernando Lázaro Carreter, *Diccionario de la Comunicación*, Tomo I, p. 68

¹⁶ Diccionario de la Real Academia de la Lengua Española, <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>

prácticas que lo individualizan y distinguen de otros lenguajes. Tales rasgos son en sí mismos el estilo.

Es sabido que, ya no la palabra, sino el concepto de estilo tiene varias connotaciones. Para resolver las confusiones que en torno se generan, Fraser Bond, catedrático de la Universidad de Periodismo en Nueva York, ha dicho que: *"...la palabra 'estilo' tiene una gran variedad de significados. Cuando el profesional habla de estilo se refiere a la manera más propia de escribir, a los giros y ritmos singulares que él, como individuo distinto a todos los demás, da a las palabras y a las frases que emplea (...) Para el director y el editor de un periódico... se refiere a asuntos tan prosaicos como la ortografía y la puntuación, al empleo de las mayúsculas y de las abreviaturas, y a las prácticas tipográficas de determinadas publicaciones".*¹⁷

En adición, el catedrático afirma que la uniformidad es parte de lo que debemos entender por estilo. Al respecto dice: *"La falta de uniformidad no sólo deja perplejo al lector, sino que provoca una serie interminable de confusiones. Esa falta de uniformidad hace más laborioso el trabajo del escritor, crea obstáculos al editor; estorba y demora al impresor... por lo tanto, que los directores y editores de periódicos insistan en que se respete estrictamente el estilo que han formulado o adoptado".*¹⁸

¹⁷ Fraser, Bond, *Introducción al Periodismo*, p. 67.

¹⁸ Idem, p.68

Según Raúl Rivadeneira Prada, el estilo se refiere a un conjunto de características comunes en el nivel formal de la comunicación noticiosa, en ésta interviene una selección de palabras para elaborar el mensaje donde existe una correspondencia entre lo que quiere expresarse y lo que se expresa con un vocabulario determinado¹⁹. Así es que el estilo se relaciona con una selección de palabras para elaborar un mensaje con un vocabulario determinado, volvemos de nuevo al factor *forma* donde el mensaje *en bruto* es la noticia y será uniformada con una serie de características que compartirán los trabajos periodísticos.

Regresemos al profesor Martínez Albertos, pues concibe que el estilo tiene que ver con dos elementos en el trabajo periodístico: *legibilidad* y *comprensibilidad*. De hecho, afirma, se relaciona directamente con la segunda que, según el catedrático español, es *la claridad de la exposición, libre de inútiles pompas de erudición o de preciosismos en la elección de las palabras y fundada principalmente en frases y períodos breves y claros*²⁰. La *legibilidad* hace referencia a aspectos formales del escrito, editoriales, tipográficos, gramaticales, etc. De nuevo, forma (legibilidad) y contenido (comprensibilidad). La uniformidad incluye ambos elementos. Es interesante recalcar que incluso la elección de las palabras proporcionará un estilo.

La brevedad y la claridad mencionadas por el profesor español, se relacionan también con cuestiones de edición en los periódicos, concretamente con la falta de espacios. Fraser Bond, por su parte, señala que es parte del estilo el uso de mayúsculas y minúsculas. Tal tendencia se debe, según Bond, a que la mayúscula ocupa mayor espacio en la composición. Este argumento intentó aplicarse a las siglas, acrónimos y abreviaturas, sin embargo periodistas mexicanos con larga trayectoria y experiencia en el uso de manuales de estilo, entre ellos los editores María de Jesús García (*Reforma*) y Sergio Loya (*Proceso*) afirman que más bien se trata de facilitar la rapidez en la lectura.

¹⁹ Raúl Rivadeneira Prada, *Periodismo*, p.205

²⁰ José Luis Martínez Albertos, *Op. Cit.*, p.23

Para tener más claro qué normas, características, criterios o rasgos son definitorios en la constitución de cierto estilo periodístico expongo a continuación algunas definiciones del libro de estilo de autoridades en el tema por su participación en el diseño de libros y manuales de estilo o por su experiencia en su empleo.

1.4 Los manuales de estilo, dialectos del lenguaje informativo

Es cada vez más evidente el auge que tienen los manuales de estilo en el mundo desde que los medios de la prensa norteamericana hicieron tal aportación al periodismo. Anteriormente fue expuesta una lista de medios —no actualizada— que da cuenta de la utilización de los manuales en toda Iberoamérica. Aún son numerosos los medios *indiferentes* a su aplicación y genera resistencia en donde es implementado, como reconoce el editor Sergio Loya del semanario *Proceso*²¹.

Realizar una revisión del concepto y papel de los manuales de estilo en una época en la cual, por lo menos en México, se pretende negar la existencia de las políticas editoriales en aras del periodismo independiente y plural, puede ser de utilidad para entender qué tipo de periodismo se lleva a cabo actualmente. Los medios de comunicación discurren acerca de la objetividad y abanderan los principios de la pluralidad política. Desechan los principios de la geografía política y ostentan no tener preferencias ideológicas ni partidistas para conseguir credibilidad, procuran exhibir como en aparador a pensadores e intelectuales de diversas corrientes.

Cuando se ha preguntado a directivos o miembros de algún medio de comunicación respecto a la tendencia política o ideológica de su política editorial

²¹ Sergio Loya fue entrevistado el 27 de marzo de 2003 en las instalaciones de *Proceso*. Más información respecto a las implicaciones del uso de su manual de estilo será desarrollada posteriormente.

como a Alejandro Junco de la Vega²², director de *Grupo Reforma*, responden que no existe tal, sus objetivos se enfocan al equilibrio de la información, a darle voz a todos. Con esto se pretende ejemplificar que la tendencia, desde por lo menos hace una década en México sin calificarla como positiva o negativa, es desideologizar a la prensa, al parecer, por la dependencia con el gobierno que sostuvieron gran cantidad de medios y, otros pocos, por su lucha histórica al defender su libertad constitucional de expresión y el derecho a la información. Así, de manera coherente, el diseño estructural y normativo de un manual de redacción debe tender hacia la profesionalización y no hacia la ideologización del periodismo.

Sin embargo, debido a la relación tan privilegiada que la política ha ocupado en la prensa, incluidos los servicios de las agencias de noticias, la distancia entre el medio y el gobierno o grupos ideológicos se tradujo en ocasiones, a través de la práctica periodística, en normas redaccionales y estilísticas muy concretas y claras. Desde la presentación de diversas versiones de un hecho o la falta de equilibrio en la noticia y la cantidad de datos que se presentan de cierto suceso, hasta la forma como está escrita gramaticalmente la información en cuanto el uso de adjetivos, adverbios y hasta las mayúsculas. Un caso muy conocido es el de *Unomásuno* en la década de los ochenta, cuando un grupo de editores encabezado por Sergio Loya, decidió escribir presidente con minúscula en lugar de la mayúscula usada entonces por todos los medios, lo cual era traducido como cierto respeto, cercanía con el poder y hasta complicidad. A dicha mayúscula le llamaban *reverencia*²³. Todo ello habla de la presencia de criterios redaccionales.

Las normas redaccionales o de estilo tienen funciones variadas, no sólo políticas o ideológicas. Incluso a partir del Congreso de Zacatecas existe cierto debate en España, que se extiende a la región Latinoamericana, en cuanto a cuál es su

²² Entrevista con Alejandro Junco de la Vega el 21 de agosto de 2001 en sus oficinas del periódico *Reforma* en la Ciudad de México.

²³ Información obtenida en entrevista con Sergio Loya el 27 de marzo de 2003. Actualmente es editor en *Proceso* y quien elaboró su manual de estilo vigente en 1999.

impacto y función dentro de los medios de comunicación y hacia la sociedad. En ese debate existen dos posiciones, quienes dicen que las normas de redacción periodística tienen fundamentalmente funciones ideológicas y quienes sostienen que son lineamientos generales para armonizar el estilo de manera que el medio en particular que los establece tenga características propias, identidad. Esta última posición es la más compartida, según consta en los libros de actas del primer y del segundo congreso internacional de la lengua española.

El manual de estilo podrá ser un reflejo ideológico del medio de comunicación, pero el acuerdo es mayor con el argumento de que su utilización es para otros fines como establecer posturas éticas, la defensa de la lengua, disipar dudas de escritura y de significado así como de palabras cuya indeterminación por la Real Academia Española (RAE) hacen confuso su uso, por ejemplo, si llamar terroristas o extremistas a un grupo que lleva a cabo acciones violentas; en un contexto más cercano, algunos periodistas dudan si llamar parista o huelguista a un integrante del consejo general de huelga (CGH). Más allá de la postura política, debe de considerarse la ética y definir si el uso de su lenguaje tiene connotaciones morales o son lo más neutrales posibles, objetivas.

El uso de manuales en los medios se convierte en ventaja en la competencia por el mercado de noticias y clientes de información. El lector agradecerá encontrar uniformidad y mayor claridad en la información. Por ello el medio, al ejercer su función social de informar debe hacerlo usando correctamente las reglas gramaticales, ortográficas y de puntuación. No obstante que están expuestas en libros el lenguaje de los medios es el informativo, cuyas características e inmediatez exigen la definición de normas aún más precisas. Como un caso concreto, recordemos quién publicó la primera omisión de los puntos en siglas, particularmente en las de oficinas de gobierno, fue el *New York Times*, no secundada por todos pero con gran popularidad en México. Hoy día el diario neoyorquino combina ambos criterios, según sea el caso (SARS, U.S. V.I.H. DNA).

A ello se suma la existencia de numerosas cuestiones no definidas por la Real Academia Española ni por la Academia de la Lengua Española en México que por la ausencia de una postura inmediata en el uso o desuso de palabras y neologismos o la emisión de una regla en cuanto a su escritura, los medios determinan en sus redacciones la manera correcta, cómo se han de escribir los extranjerismos o si castellanizarlos. Esto podría ser una función característica de un manual de estilo porque al estar frente a la situación anteriormente descrita y al adoptar un criterio, se difunde el nuevo uso del término, palabra o expresión, generalmente, a través del manual de estilo, lo cual se reflejará en la siguiente edición.

La RAE define a los libros de estilo como el conjunto de normas que regulan los usos expresivos de un medio de comunicación²⁴, no obstante, tienen en la práctica más funciones. Pueden ser útiles en la búsqueda de identidad y diferenciación con otros medios también, como la definición de estilo apunta, características que individualizan.

José Martínez de Sousa, teórico especialista en terminología periodística, define al manual de estilo como "*un conjunto de normas para la redacción periodística de noticias*"²⁵. Podríamos partir desde aquí para plantear que son normas para la redacción periodística de noticias todas aquellas dispuestas desde el medio y para el medio para presentar su información.

José Luis Martínez Albertos por su parte concluye que es "*...un conjunto de normas internas de cada periódico que establecen un modelo genérico de cómo debe escribirse en particular para ese medio informativo*".²⁶ Significa que es una realización particular y exclusiva, al mismo tiempo que pertenece a un universo de normas más o menos coincidentes.

²⁴ <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>

²⁵ Martínez de Sousa, José. *Diccionario general del periodismo*, p.291.

²⁶ José Luis Martínez Albertos, *Redacción Periodística*, p. 83

Como ejemplo, anexo hojas de estilo²⁷ de mediados del siglo XX. Fueron elaboradas en universidades de periodismo de Estados Unidos con el objetivo de proporcionar reglas que uniformaran la presentación de originales: tareas y trabajos periodísticos escolares; además de mejorar la redacción de los estudiantes con criterios homogéneos. Las hojas de estilo son prototipos de los actuales libros y manuales debido a que presentan los principios básicos: Puntuación, ortografía, abreviaturas, mayúsculas y minúsculas, cantidades, títulos, además de palabras dudosas e incorrectas.

La elaboración de los libros de estilo ha desempeñado un papel fundamental en el diseño de periódicos como es el caso de *El País* en España, *El Norte* y *Reforma* en México. José Fernández Beaumont explica en su libro *El lenguaje en el periodismo moderno*, los dos factores básicos que, según Juan Luis Cebrián, fundador y director de *El País* en 1976, fueron tomados en cuenta para diseñar el proyecto del periódico: el libro de estilo y la maqueta. Al respecto asegura: "*Los libros de estilo responden a la necesidad que ha tenido la prensa moderna de disponer de manuales de instrucciones precisas que hagan posible un uso eficaz del lenguaje informativo. Es evidente que si un periódico opta por tener un libro de estilo es porque quiere establecer unas normas muy precisas, más precisas de las ya establecidas normas generales de redacción periodística, con el fin de acotar todavía más su propia personalidad*".²⁸

Es muy claro, un libro de estilo es creación única del medio, para fines particulares. Es una cuestión funcional y a la vez distintiva.

Beaumont ofrece además una descripción de los contenidos de un manual: "*El libro de estilo más corriente se reduce a un repertorio casuístico de normas relativas a la utilización de mayúsculas, abreviaturas, normas sintácticas básicas,*

²⁷ Ver Anexo 1.

²⁸ José Fernández Beaumont, *El lenguaje del periodismo moderno*, p.35

estandarización en la toponimia o en tratamiento a las personas, etc. Ejemplos concretos de cómo se debe escribir una determinada palabra. También puede ir acompañado por una explicación de la filosofía redaccional del periódico..."²⁹.

Como añadidura, los manuales de estilo son elaborados bajo un rigor y una lógica que responden a las particularidades del medio, como son su función social y su misión periodística. Ubicados en el contexto de su origen y objetivos, dotan de identidad al medio de comunicación que los utiliza. Luis María Ansón, quien escribió la introducción del Manual de la agencia que presidía, EFE, editado en 1978 por instrucción suya, explicó la razón de la obra: "*El deterioro progresivo que el idioma está padeciendo en los medios de comunicación, por un lado y, por otro, la expansión nacional e internacional de la agencia, y la necesidad de afianzar el aumento de su prestigio, aconsejan realizar un nuevo esfuerzo tendente a la deseada homogeneidad de criterios idiomáticos: Las Normas han sido ampliamente consultadas, y sus prescripciones y consejos están abiertos a la crítica de todos cuantos trabajamos en la agencia, para perfeccionarlas en sucesivas ediciones*".³⁰

En el mismo sentido, académicos, principalmente en España, proponen organizar a través de ellos una ofensiva contra los extranjerismos que se "cuelan" a la lengua española y suplantando palabras que poseen acepciones en nuestro idioma, incluso de uso cotidiano.

Su esfuerzo por castellanizar desde los medios palabras extranjeras usadas comúnmente es paralelo al de la Real Academia y al de los filólogos, en muchos casos conjunto. Ello se debe a que es cada vez más fuerte la convicción entre periodistas y académicos de que son los manuales de estilo de los medios de comunicación los que dictan la norma del uso y concepción de las palabras por su

²⁹ *Idem.*, p. 35.

³⁰ Luis María Anson en introducción al Manual de Estilo, Agencia EFE, 1978.

alcance y contenido, como lo expone en varios artículos uno de los filólogos del Departamento de Español Urgente, Alberto Gómez Font³¹.

Así es como se alcanza a vislumbrar *grosso modo* la función y misión del manual de estilo de la actualidad, porque a lo largo del siglo XX ha hecho las veces de diccionario, consulta léxico-lingüística o libro de consulta académica. La revisión de algunos manuales de estilo, cuyos resultados serán expuestos en el siguiente capítulo, pretende comprobar que los libros y manuales en sus ediciones más novedosas comparten normas de redacción como principios generales y otros más particularizados, como es el caso de *AP* y *EFE*.

1.5 Los Congresos Internacionales de la Lengua Española y la discusión del uso del lenguaje en los medios de comunicación

El objetivo de los congresos internacionales es continuar con uno de los aspectos que los Congresos de la Lengua Española han examinado rigurosamente: las perspectivas científicas del terreno lingüístico en el estudio de la lengua española, en particular su uso en los medios de comunicación así como su importancia social y económica.

Los Congresos Internacionales de la Lengua Española (CILE) han tenido como finalidad llevar a cabo acciones e investigaciones sobre aspectos del uso del idioma español en los medios de comunicación. La iniciativa de abrir las fronteras a la discusión de los problemas de la lengua española surgió en los actos de clausura de la celebración del Congreso de la Lengua Española en Sevilla, en 1992, cuando

³¹ Alberto Gómez Font, *Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: necesidad de un acuerdo*, p. 1

solicitaron que México fuera sede del Primer Congreso Internacional al entonces secretario de Educación Pública, Ernesto Zedillo Ponce de León, quien promovió se realizara en la ciudad de Zacatecas.

Así fue que en abril de 1997 se celebró el Congreso de Zacatecas gracias a sus organizadores, la Secretaría de Educación Pública de México y el Instituto Cervantes en España. Se reunieron allí más de 300 periodistas, lingüistas, escritores, empresarios de comunicación, editores, cineastas, técnicos en telecomunicaciones y profesores para discutir el tema central: «La lengua y los medios de comunicación»³².

Las temáticas fueron divididas en mesas, una por cada medio de comunicación: El libro, La prensa, La radio, El cine, La televisión y Las nuevas tecnologías, en esta última se incluyeron investigaciones respecto a la introducción y manejo de terminología especializada.

Algunas de las ponencias expuestas en el primer congreso³³ aportan ideas que bien pueden enriquecer este trabajo. Esos escritos muestran también los temas de mayor interés para los ponentes debido a su reiterada mención y su exhaustivo análisis, tales son:

- La invasión y/o contaminación lingüística provocada por términos ingleses científicos y tecnológicos, particularmente cómo denominamos las rutinas, instrucciones, actividades y procesos de interacción hombre-computadora, computadora-computadora y hombre-computadora-hombre en la vida cotidiana.

³² <http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/zacatecas/>

³³ Las expuestas en la mesa de La Prensa y la de Nuevas Tecnologías, además de la de Sergio Uzueta, entonces conductor del noticiario *Enlace del Canal Once*, otra ponencia de la mesa de Televisión, donde describe la necesidad y las circunstancias en las cuales elaboraron su Libro de Estilo, sus objetivos y resultados de la acción.

- Influencia del inglés con respecto al español y el debate sobre si se sufre o no una dependencia del inglés por ser éste el idioma predominante de la globalización y en la red, frente a que para finales del siglo XX los usuarios de internet de habla hispana superaron el millón.
- A mayor degradación de contenidos en los medios, mayor degradación de la lengua.
- Los matices del español no son respetados por muchos de los informadores (pertinencia).
- La facilidad de asumir los malos ejemplos de locutores, conductores, informadores, etc., puede convertirse en un fenómeno de mimetismo.
- La postura de las academias de la Lengua frente a lo anterior.
- El desinterés de las empresas periodísticas por poner al servicio de los periodistas en general los recursos necesarios para mejorar la calidad de su trabajo y para disipar las dudas.
- La situación del español en la ciencia y la tecnología, sus jergas (terminología) y el lector común así como la influencia del inglés como su vehículo de difusión.
- Acuerdos regionales (Iberoamérica) sobre el uso de siglas, transcripción de nombres de otros alfabetos, grafías de países, abreviaturas, mayúsculas y minúsculas, uso de cursivas, los neologismos y los barbarismos sobre todo relacionados con las nuevas tecnologías a través, probablemente, de una base de datos informática para consulta.
- Castellanización arbitraria de extranjerismos por los medios cuando aún no se ha pronunciado la RAE por alguna postura.
- Abuso por la utilización de acepciones extrañas a nuestro idioma.
- Propuestas y proyectos: Continuidad del proyecto RITerm (Red Iberoamericana de Terminología) para concentrar y difundir términos; proyecto de acopio y distribución de materiales lingüísticos, impulsado por el Instituto Cervantes, España, cuya finalidad es la recolección y distribución de materiales lingüísticos que reflejan el uso real del español en la prensa, la televisión y la radio en Iberoamérica.

El listado sintetiza los puntos de debate más importantes. Los ponentes que serán mencionados no son los únicos que pusieron los temas sobre la mesa, sino quienes los abordaron con mayor amplitud y aportaron más en la discusión. Con el fin de evitar ser repetitivos fueron enlistados con una sola mención. Los argumentos planteados a continuación pretenden ilustrar cómo se dio el debate de los temas.

El escritor Juan Gustavo Cobo Borda, quien fungía en 1997 como asesor cultural presidencial de Colombia, alertó sobre la ineficacia de acopiar términos, neologismos o localismos popularizados, lo que llamó la *concentración empobrecedora* si continuaba la tendencia de usar dos o tres mil palabras de las cien mil del Diccionario. Sin embargo consideró un riesgo lo que denominó como la *dispersión fragmentaria* donde cada quien se entiende con los suyos al utilizar un idioma compartido donde reina la confusión y se preguntó: "*¿Cuál es entonces la tierra de nadie del pseudoanalfabetismo semiilustrado que se abre entre cada uno de estos extremos?*"³⁴ Ahora permanece, según él, la frustración, luego de muchos intentos por erradicar la *inflación retórica* (demagogia), arraigada en amplios sectores de la sociedad, la cual consiste en hablar mucho y decir nada, cuyo resultado fue una devaluación de la lengua por exceso. Concluyó que ahora se devalúan las palabras por desuso ignorante.

También se trató la propensión de los medios a incorporar arbitraria y desmesuradamente términos, expresiones y palabras extrañas al idioma, lo cual impuso el reto a las Academias de la Lengua de meter en sus agendas la discusión de problemas como los neologismos. En su participación el puertorriqueño Humberto López Morales, miembro de la Real Academia Española y de las academias de Chile, Colombia y El Salvador, advirtió a los medios que existirá una demora obligada por las circunstancias y por la situación económica desfavorable de las academias, lo que podría acarrear consecuencias negativas como ya ocurre.

³⁴ La lengua española y los medios de comunicación, p.65.

Respecto a la preocupación por la influencia que las nuevas tecnologías de la información tienen sobre el lenguaje, las críticas recayeron sobre internet y sus contenidos predominantemente desarrollados en inglés. Por esto se dijo que la lengua española sufre cierta dependencia del inglés. José Manuel de Pablos, doctor en ciencias de la información por la Universidad Complutense de Madrid, identificó dos problemas: uno es la acción negativa en materia del lenguaje ejercida de por sí por las nuevas tecnologías y, otro, donde internet juega un papel decisivo.

El también catedrático señaló que dicha acción negativa se expresa en el empobrecimiento del lenguaje, *"...es una pena que en tantas ocasiones se presente un lenguaje aplanado, como si la expresión hubiera perdido esa característica tan enriquecedora (...) nos encontramos con tanta frecuencia con el torpe empleo de voces a las que se les quiere dar un significado diferente del que de verdad poseen, en una pirueta que lejos de enriquecer el idioma implica un desconocimiento nítido del léxico (...) Uno de los ejemplos lo encontramos en el uso de la voz "argumento" para referirse a "recurso" (...) leemos que un equipo de fútbol va a presentar sus mejores argumentos en el partido del domingo y los lectores, quedan obligados a interpretar lo que aquel profesional de la comunicación ha querido decir.*³⁵

En el mismo sentido, denunció de Pablos ligereza, mimetismo e ignorancia en la falta de diferenciación de matices, como el caso de hablar de epidemia cuando los afectados son animales y citó un ejemplo del diario *ABC* donde se escribió acerca de una epidemia que afectó a caballos en vísperas de una exposición mundial. Asimismo adjudica a las empresas periodísticas la falta de interés por facilitar los recursos apropiados para evitar la reproducción de errores.

Por otro lado, la situación del español en la ciencia y la tecnología se ha visto delicada debido al manejo, interpretación y traducción de la *jerga* por encontrarse

³⁵ Idem, p. 435.

regido por paradigmas teóricos y un sistema de difusión multilingüe donde la comunicación e intercambio de hallazgos tienen en el inglés su lengua vehicular. Por ello el aspecto inherente a la comunidad científica y tecnológica que suele preocupar a los interesados en cuestiones de la lengua es el de la terminología. Lucila Pagliai, promotora académica y científica en la Universidad de Buenos Aires, asegura que la globalización ha hecho su parte al tener un efecto colateral en los terrenos lingüísticos.

Como ejemplo mencionó la aparición de diccionarios y glosarios inglés-español, portugués-español, español-portugués que ponen en relación términos ligados a la necesidad concreta de comunicarse entre productores y consumidores debido a los intercambios comerciales del Mercado Común del Sur (MERCOSUR). Sin embargo, dichos materiales favorecen a las nuevas tecnologías uniformando en los idiomas el léxico en inglés como *software*.

Pagliai concluyó que se formula un cuestionamiento: *"En el marco de las relaciones entre Estado nacional y empresas multinacionales, cabe preguntarse entonces a quiénes preocupan las cuestiones de glotopolítica (acción del lenguaje sobre la sociedad), dónde se está definiendo la política lingüística (la acción de la sociedad sobre el lenguaje) y, de plantearse una política explícita de la lengua, si este Estado (...) continuará siendo el agente privilegiado para impulsarla."*³⁶

Recuerda cómo la lengua se convierte en representante simbólica de la nación como una cuestión de identidad cuando la convivencia y la posterior confrontación con un portador de otra lengua y, por lo tanto de otra cultura, se traduce en una amenaza. En el caso de Francia y Estados Unidos, amenazados por una marea de inmigrantes, necesitaron afirmar en sus constituciones al francés y al inglés, respectivamente, como la lengua nacional de sus Estados.

³⁶ Ídem, p.1205

En este contexto surgen convocatorias en favor de la unidad del idioma, uno de sus principales representantes es Álex Grijelmo, periodista y redactor jefe del periódico *El País*, quien anima a los medios de comunicación de habla hispana a apoyar la iniciativa de llegar a acuerdos para uniformar las normas de redacción.

Fue en Valladolid, España, entre los días 16 y 19 de octubre de 2001 cuando la Real Academia Española y el Instituto Cervantes celebraron el segundo CILE con el título «*El español en la Sociedad de la Información*».

El Centro Virtual Cervantes (<http://cvc.cervantes.es>), extensión del Instituto Cervantes en internet, publica casi la totalidad de las ponencias en línea y ofrece, a la vez, cuatro debates virtuales en torno a las mesas de debate que lo constituyeron: «El activo del español», «El español en la Sociedad de la Información», «Nuevas fronteras del español » y «Unidad y diversidad en el español».

El Comité Científico estuvo formado por los directores de las veintidós Academias de la Lengua Española y los directores de El Colegio de México, el Instituto Caro y Cuervo (Bogotá), el Instituto de Filología Amado Alonso (Buenos Aires) y el Instituto Andrés Bello (Caracas).

Durante esta segunda edición del Congreso Internacional fueron puestos en la mesa de discusión temas diversos. Se estructuró en cuatro secciones: El potencial económico del español, El español en la Sociedad de la Información, Nuevas fronteras del español y Unidad y diversidad del español.

Primera sección— El potencial económico del español. La apuesta por la lengua española como lengua de futuro tiene una sólida base económica. Se analizaron cuatro sectores fundamentales:

La industria del español como lengua extranjera, La edición en español, La difusión de la música en español y La publicidad en español.

Segunda sección.— El español en la Sociedad de la Información. Se analizó el peso del español en la Sociedad de la Información, y los desafíos e implicaciones sociales, económicas y culturales que se derivan de la tríada: lengua, nuevas tecnologías y servicios.

La radio en español, El cine en español, La televisión en español, Internet y el español y La prensa en español.

Tercera sección— Nuevas fronteras del español. La creación científica y técnica ejerce una influencia notable, desde distintos ángulos, en las «fronteras conceptuales» de las lenguas.

La traducción en español, El español de la ciencia y la técnica, La universidad y las nuevas tecnologías y por último, Tres décadas de redacción: lengua y escritura en Internet.

Cuarta sección— Unidad y diversidad del español. El éxito del español estará condicionado por dos factores: el número de hablantes y la (relativa) homogeneidad lingüística.

El español en contacto con otras lenguas, El español de América, La norma hispánica, El español en Estados Unidos y Español y portugués: elementos culturales y socioeconómicos.

En esa ocasión el objetivo fue abarcar las posibilidades de estudio como los aspectos económicos, culturales-geográficos, la educación, y las nuevas tecnologías. De lo anterior no fueron incluidos temas relacionados con nuestro objeto de estudio, los manuales de estilo.

En el siguiente capítulo serán revisados algunos manuales de estilo de medios comunicación con prestigio para comprobar lo dicho por los teóricos y especialistas, es decir, para conocer cuál es su estructura y cuáles son sus contenidos. Como segundo objetivo y en congruencia con la naturaleza de este

trabajo, se expondrá la estructura y los contenidos básicos del manual de estilo con el fin de determinar qué tópicos son fundamentales al producir un manual.

También se persigue exponer cuáles han sido las experiencias en su utilización en los medios mexicanos seleccionados, todo ello para comprender las implicaciones de su práctica. Es posible que surjan nuevas inquietudes en el proceso y sólo serán incluidas aquellas que aporten elementos para diseñar la propuesta de manual de estilo, la cual es el motivo de este trabajo.

CAPÍTULO 2

2. LAS NORMAS DE REDACCIÓN PERIODÍSTICA EN LOS MANUALES DE ESTILO

La revisión de algunos modelos permitirá un acercamiento al contenido y a la estructura de ciertos códigos redaccionales. Para lograr el nada sencillo objetivo de conocer y sintetizar las características del lenguaje informativo y de las normas de redacción es necesario leer algunos compendios de reglas elaborados con el fin de trazar los lineamientos para el uso de los miembros de un medio de comunicación: Los Manuales de Estilo. Pero, ¿por qué voltear hacia ellos?

Ya hemos tenido un acercamiento a los conceptos y argumentos de teóricos y profesionales del periodismo, pero ahora toca revisar algunos de los manuales de medios con mayor autoridad y prestigio. En este caso el objetivo es conocer qué normas incluyen para establecer un marco de referencia al término de la revisión. Han sido escogidos dos medios de tres países: Estados Unidos, España y México. Los medios son un periódico y una agencia de noticias por cada país, excepto el caso de medios mexicanos en el cual son un periódico, una agencia de noticias y un manual que fue diseñado para una publicación semanal y una agencia de noticias. Una revisión de sus estructuras y contenidos nos pueden dar luz acerca de qué contempla un medio informativo al elaborar sus códigos redaccionales y cómo se adapta a los cambios vertiginosos del lenguaje en las áreas de la tecnología y la economía, por ejemplo.

Tanto los periódicos como las agencias en Iberoamérica han utilizado predominantemente los manuales de estilo, a diferencia de la radio y la televisión, según los resultados del Proyecto Zacatecas. Por otro lado, es más interesante y enriquecedor observar las tendencias de las agencias informativas y de los periódicos, pues hay variantes importantes y coincidencias dignas de retomar. Como argumento fundamental y para efectos del presente trabajo es de suma

utilidad pues la propuesta de manual de estilo expuesta aquí es elaborada para una agencia de noticias.

La revisión será efectuada en el siguiente orden, los medios son:

MANUALES MEDIOS	PAÍS	EMPRESA
The New York Times	Estados Unidos	Periódico
Associated Press	" "	Agencia de noticias
EFE	España	Agencia de noticias
El País	" "	Periódico
Notimex	México	Agencia de noticias
Proceso – Apro	" "	Publicación y agencia
Reforma	" "	Periódico y agencia

Tales medios informativos representan un modelo distinto respaldado por un manual de estilo. En algunos, la elaboración del manual fue imprescindible en el diseño del medio, según sus miembros y propios fundadores. En otros el manual significa una herramienta indispensable o su elaboración desempeñó un papel importante en su reestructuración.

La prensa de Estados Unidos es la pionera en la elaboración de manuales de estilo aunque de cierta manera tal fenómeno es reciente, desde mediados del siglo XX. El *The New York Times (NYT)* fue de los primeros diarios industrializados en el mundo, cuya vanguardia y credibilidad son reconocidos. La *Associated Press (AP)* es una de las primeras agencias de noticias, fundada en 1848, así como de mayor cobertura actualmente.

La *Agencia EFE*, pionera en Iberoamérica, ha hecho varios esfuerzos por la defensa del idioma español y la corrección de la lengua a través del Departamento de Español Urgente y de un equipo de filólogos y académicos integrantes de La Real Academia de la Lengua Española, lo cual se ve reflejado en su manual. El

periódico *El País* fue fundado en 1977 en un ambiente de libertad de expresión luego del término de la dictadura franquista y en el cual sus fundadores buscan hacer un manual de estilo, editado un año después.

En *Notimex* el manual de estilo forma parte de la reestructuración que experimentó la agencia para culminar el proceso de transición de ser la voz oficial del gobierno a ser un servicio informativo con credibilidad y objetividad, cosa nada sencilla. En cuanto al periódico *Reforma*, su objetivo es complementario al establecimiento de periódicos en las principales ciudades del país (Monterrey, Guadalajara y México, DF) a través de Grupo Reforma, administrador de *El Norte* en Monterrey, *Mural* en Guadalajara y *Reforma* en el Distrito Federal, así como *Palabra* en Coahuila. El proyecto, según su fundador y presidente, Alejandro Junco de la Vega, corresponde a un modelo estadounidense de prensa e incluye el manual de estilo.

Proceso no es sólo un semanario de política sino un servicio informativo cuyo alcance obligó a los editores a producir un manual de estilo para unificar criterios en sus trabajos.

Someteré a dos tipos de revisión dichos manuales de estilo. La primera describe sus índices para conocer qué tipos de normas de redacción son elegidas según el medio y cómo están organizadas (estructura); la segunda, desglosa las temáticas descritas para conocer cómo son planteadas las normas de redacción (contenido) y emitir algunas observaciones sobre su utilidad, considerando que algunas normas de misma temática incluyen o excluyen ciertos aspectos, según el criterio del medio. Recordemos que son normas de redacción elaboradas para un medio, por ello los contenidos podrán tener o no coincidencias.

De esta manera se podrá inferir cuáles son y qué funciones desempeñan las normas de redacción, en esta ocasión, en el ámbito práctico.

2.1 Revisión de Manuales de Estilo representativos en Estados Unidos, España y México

Libros de estilo de Associated Press. The AP Stylebook, 1970

La agencia Associated Press, considerada la de mayor cobertura y penetración en el mundo, con influencia y presencia mundial, fue fundada en 1848 por tan sólo seis editores de periódicos de Nueva York. Hoy día tiene más de 10 mil abonados en más de 100 países. Según José Fernández Beaumont a finales de la década de los ochenta contaba con un millón 200 mil kilómetros de líneas telegráficas y 40 mil kilómetros en Europa. Su actividad europea está dirigida desde una agencia regional ubicada en Londres. Tiene siglo y medio de existencia y fue una de las agencias pioneras en el mundo luego de Reuters (antes Havas) y la conocida actualmente como AFP. Su primer manual de estilo fue redactado en 1953. Es de hecho el primer compendio de normas de redacción con estas características del que se tenga memoria en un medio de comunicación. Es decir, es el primer Libro de Estilo en forma que aparece en escena³⁷.

Lo anterior lo constituye en el referente de libros, manuales y compendios estilísticos actuales. Los prototipos de este *Stylebook* son las numerosas hojas de estilo impresas en libros de periodismo editados por las universidades donde se imparte la profesión.

En 1970 fue editado en Nueva York para AP un libro de 51 páginas, la versión más parecida a la que conocemos hoy. En ese mismo año fue publicado su manual de estilo para Latinoamérica.⁴⁰

³⁷ José Fernández Beaumont, *El lenguaje del periodismo moderno*, p. 56.

⁴⁰ *Ibidem*, p. 57.

En 1977 se conforman los contenidos del libro de estilo de AP que se encuentra prácticamente vigente. Dicha edición ofrece algunos ejemplos y explica el uso de palabras que comúnmente generan dudas al emplearse, según la experiencia de sus editores, además de palabras compuestas, frases y palabras nuevas que se añaden constantemente al lenguaje popular y especializado.

Su estructura posee una sencillez que fueron perdiendo gradualmente muchos libros de estilo, pero esto lo constataremos luego de la revisión de los manuales propuestos. En suma, su contenido marca la pauta en lo sucesivo.

En su estructura:

Introducción. Se mencionan los objetivos del libro y se narra cómo fue elaborado así como quiénes han intervenido en su elaboración • Prólogo del director general • Normas de redacción • Glosario de palabras a manera de diccionario • Apéndice sobre algunas normas de corrección para el medio

OBSERVACIONES:

1. Es una estructura sencilla comparada con la actual (pag. 40) donde se pueden consultar normas para abreviaturas, siglas, escritura de números, mayúsculas, palabras dudosas y otras frecuentemente mal escritas o usadas incorrectamente en un diccionario de la A a la Z.
2. Contiene recomendaciones básicas para corrección y elaboración de originales.

En su contenido:

Mayúsculas y minúsculas • Cómo comenzar los párrafos en ciertos casos • Abreviaciones • Puntuación • Números • Principios ortográficos • Términos de finanzas y de economía • Religión • Deportes • Edición en Teletipos • Construcción de la noticia

OBSERVACIONES:

1. El contenido denota especialización en las temáticas de la información, como finanzas y deportes, lo cual significa que para *AP* el tratamiento de cada temática requiere normas particulares de redacción. También es necesario apuntar que son de las primeras reglas para la redacción diseñadas para un medio.
2. No existe distinción entre cuestiones de estilo o gramaticales.
3. La esencia de un manual o libro de estilo la encontramos aquí: Mayúsculas, abreviaturas, puntuación, números, ortografía y normas para lenguajes especializados.
4. Contiene términos geográficos, lo cual habla ya de una cobertura mundial al proporcionar servicios a diarios y medios de distintos países con lenguas distintas, evidencia latente de la necesidad de uniformar la presentación de materiales y la unificación del estilo.
5. Además de los ya mencionados, contiene un apartado de jerarquía militar en inglés y su equivalente en español, un glosario deportivo y en particular de béisbol.

La edición para Latinoamérica introduce en sus contenidos aspectos operativos referentes a la transmisión de la noticia, recomendaciones para evitar los errores de traducción y la naturaleza del manual cuyo fin es la claridad y la uniformidad en sus despachos.

Es preciso tener presente lo anterior para observar, en posteriores manuales, los contenidos que aparecen constantemente, pues son a los que llamaremos normas básicas de redacción.

The Associated Press Stylebook and Briefing on Media Law, ediciones 2000 y 2002

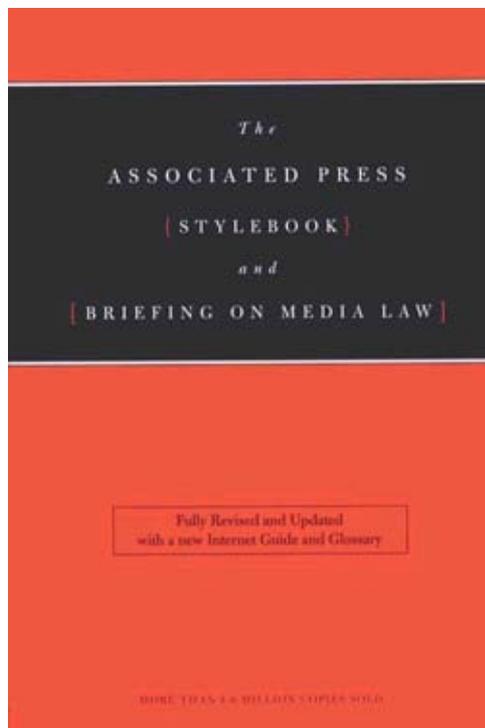
Esta es la penúltima edición, la del 2000. Se distingue por la utilización de un Comentario a la ley en medios de comunicación de Estados Unidos, la información sobre el libelo y recomendaciones para editores y reporteros.

Para Fernández Beaumont este manual constituye un modelo desde su primera edición debido a sus particularidades y por ser una norma no sólo para periodistas sino para estudiantes y académicos en el área de periodismo e incluso de otras profesiones en

Estados Unidos. Tanto él como Gómez Font señalan que el presente manual, así como los del *NYT* y *EFE*, son paradigmas pues los manuales subsecuentes tanto en inglés como en español han imitado, incluso copiado, sus estructuras y contenidos.

En su estructura:

Prefacio • Contenido del Manual de Estilo • Breviario de ley en medios de comunicación • Pie de fotografías • Edición • Corrección de errores comunes • Simbología de correcciones • Acerca de AP.- organización.



OBSERVACIONES:

1. Incluye, además de normas de redacción, ayudas útiles en la elaboración de textos periodísticos como el Comentario y la Corrección de errores comunes.
2. Pretende informar y orientar a su equipo de profesionales en la ley que regula su trabajo y las garantías de su libertad para escribir e informar.

3. Incluye normas para la edición de los pies de foto, redacción y sugerencias para encontrar su ángulo noticioso.
4. Incluye normas prácticas y técnicas sobre su sistema de edición.
5. Ejemplifica con casos concretos en su apartado *Corrección de notas* para evitar perder tiempo en la etapa de corrección y procurar que las notas presenten la menor cantidad de errores al turnarse al editor.
6. Proporciona información sobre la organización de la empresa.

Su estructura es integral ya que contempla aspectos redaccionales, legales, de edición, datos útiles para el periodista gráfico, ejemplos en la corrección de originales e información sobre la misma empresa.

El alcance de los materiales informativos de la Agencia *AP* es muy amplio, pues están expuestos permanentemente a plagios, así como los reporteros a demandas constantes, es por ello que es fundamental conocer la ley.

En su contenido:

Listado de la A a la Z de usos de.- mayúsculas, abreviaturas, deletreo de palabras, escritura de números y palabras frecuentemente mal empleadas o de uso conflictivo • Guía de internet • Guía deportiva • Guía de información financiera • Guía de puntuación • Bibliografía • Breviario de ley en medios de comunicación • Temas relacionados con edición de fotografías, edición de materiales periodísticos e información organizativa y operativa de AP

OBSERVACIONES:

1. Diccionario en orden alfabético⁴¹ en el que se da respuesta a dudas prácticas que permiten a los periodistas trabajar con mayor rapidez. Además, encontramos reglas de redacción y gramaticales como voz activa, voz pasiva, el

⁴¹ Ver siguiente figura donde se aprecia el desarrollo de los contenidos del Libro de Estilo de *AP*. Fragmento obtenido de la última edición.

- uso de artículos y pronombres, mayúsculas y deletreo, fundamental en la transcripción de nombres, apellidos, empresas organismos, instituciones, etc.
2. Contiene una guía de términos y asuntos relacionados con internet y de otras temáticas especializadas como deportes y finanzas. Da cuenta del esfuerzo por incorporar o desechar términos, palabras o expresiones de acuerdo con su actualidad, pertinencia y la frecuencia de su uso entre la sociedad.
 3. Contiene reglas particulares sobre puntuación para la elaboración de las citas.

Reproducción del índice de AP

CONTENTS	
FOREWORD	vi
STYLEBOOK	
Key	2
An A to Z listing of guides to capitalization, abbreviation, spelling, numerals and usage	3
Internet guidelines	125
Sports guidelines and style	281
Business guidelines and style	302
A Guide to Punctuation	323
Bibliography	337
BRIEFING ON MEDIA LAW	
Foreword	341
Introduction	342
What is Libel?	343
Liability for Republication	344
Privileges	345
Defenses	351
Supreme Court Decisions Regarding Libel Law	354
Summary of First Amendment Rules	359
Public and Private Plaintiffs	360
Miscellaneous	362
Applying the Rules	363
Points to Remember	365
Procedures for Handling Kills and Correctives	366
Access to Places of Information	370
The Right of Privacy	375
Copyright Guidelines	379
PHOTO CAPTIONS	
Caption Corrections, Additions, Eliminations	384
Photo Kills and Eliminations	385
NAA/IPTC Header Fields	385
Supplemental Categories	388
FILING THE WIRE	
Coding Requirements	390
Keyword Slug Line	392
Version Section	393
Reference Number Section	395
Format Identifiers	396
Special Note to Members	396
FILING PRACTICES	397
PROOFREADERS' MARKS	409
ABOUT THE AP	
Headquarters	411
U.S. Bureaus	412

La guía para términos especializados y usos de internet así como la presencia de comentarios, información y comentarios a la legislación en medios de comunicación en Estados Unidos, son los aspectos más sobresalientes y útiles para un reportero o editor en lo concerniente a la revisión de este manual. Se puede concluir que *AP* busca afrontar los retos del periodismo de nuestros días a través de su Manual de Estilo .

A

AAA Formerly the American Automobile Association. On second reference, the automobile association or the association is acceptable.

Headquarters is in Heathrow, Fla.

a, an Use the article *a* before consonant sounds: *a historic event, a one-year term* (sounds as if it begins with a *u*), *a united stand* (sounds like *you*).

Use the article *an* before vowel sounds: *an energy crisis, an honorable man* (the *h* is silent), *an NBA record* (sounds like it begins with the letter *e*), *an 1890s celebration*.

a- The rules of **prefixes** apply, but in general no hyphen. Some examples:

achumatic atonal

A&P Acceptable in all references for Great Atlantic & Pacific Tea Co. Inc. Headquarters is in Montvale, N.J.

AARP Use only the initials; it's the official name of the American Association of Retired Persons.

abbreviations and

acronyms The notation *abbrev.* is used in this book to identify the abbreviated form that may be used for a word in some contexts.

A few universally recognized abbreviations are required in some circumstances. Some others are acceptable depending on the context. But in general, avoid alphabet soup. Do not use abbreviations or acronyms which the reader would not quickly recognize.

Guidance on how to use a particular abbreviation or acronym is provided in entries alphabetized according to the sequence of letters in the word or phrase.

Some general principles:

BEFORE A NAME: Abbreviate the following titles when used before a full name outside direct quotations: *Dr., Gov., Lt. Gov., Mr., Mrs., Rep., the Rev., Sen.* and certain military designations listed in the **military titles** entry. Spell out all except *Dr., Mr., Mrs.* and *Ms.* when they are used before a name in direct quotations.

For guidelines on how to use titles, see **courtesy titles; legislative titles; military titles; religious titles;** and the entries for the most commonly used titles.

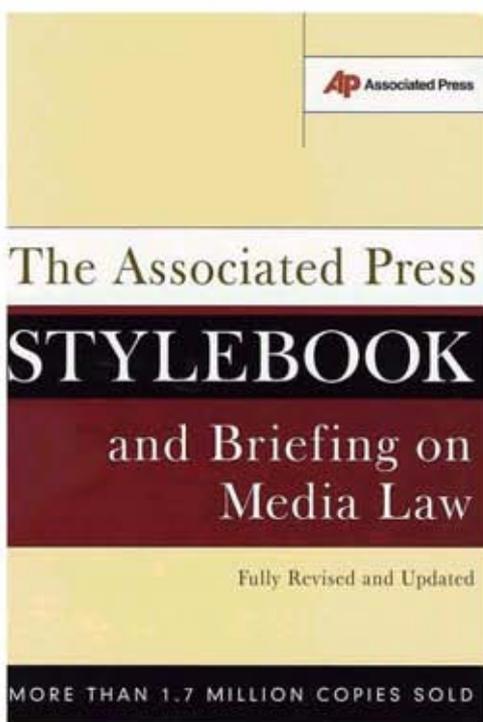
AFTER A NAME: Abbreviate *junior* or *senior* after an individual's name. Abbreviate *company, corporation, incorporated* and *limited* when used after the name of a corporate entity. See entries under these words and **company names**.

Copyrighted material

incorrección; guía para internet, sobra decir la utilidad de este apartado pues son ya la mayoría de los medios los que cuentan entre sus contenidos con secciones de tecnología donde, inevitablemente, ocurren desacuerdos respecto a la escritura de términos o acciones relacionadas con la utilización de nuevas tecnologías.

Lo anterior representa la primera evidencia respecto a la fijación de criterios en el uso de palabras o expresiones que se incorporan al lenguaje del periódico porque han sido interiorizadas en el lenguaje social. De hecho, los diarios que llevan a cabo tal dinámica recogen de los círculos académicos, policíacos, populares y empresariales, entre otros, ciertos usos lingüísticos con la finalidad de actualizar su lenguaje para mejorar la comunicación con los lectores. En realidad los periodistas ya los usan pero sin consenso en las grafías y significados, por ello la emisión de la norma.

Pretende abarcar todos los tópicos que teóricamente, como se pretende comprobar, debe esclarecer un manual de estilo, tanto los criterios básicos como lo son mayúsculas, abreviaturas y numerales, hasta la aplicación del estilo en temáticas informativas particulares, ejemplo: los deportes, donde frecuentemente hay imprecisiones gramaticales y usos incorrectos; negocios y finanzas, donde la terminología, tecnicismos, el uso de cifras, palabras extranjeras y términos nuevos causan confusión e



En junio de 2002 fue editada la última versión actualizada del manual de AP. Esta revisión ha vendido 100 mil copias más que la anterior, aunque el contenido es prácticamente el mismo pues tiene pocas modificaciones. Particularmente fue reducido el número de páginas y eliminados algunos apartados como *Pie de fotografías, edición y corrección de errores comunes*, para insertarlos en el diccionario para una consulta más sencilla.

Los cambios, además de los mencionados, se reflejan en la portada y en la actualización e inclusión de palabras y expresiones nuevas así como la omisión, por su desuso, de otras. La materia del manual se sigue centrando en gramática, deletreo de palabras complejas como apellidos y nombres propios tanto de individuos como de organizaciones e instituciones. Además, en puntuación, mayúsculas, abreviación y en distintos usos de los números.

A la derecha, el índice de la edición del 2002 donde se aprecia lo descrito anteriormente. La razón más lógica del por qué de estos cambios estructurales apunta a la simplificación para favorecer una consulta más rápida; por ejemplo, el apartado de los pies de fotografías pasó de la estructura a los contenidos del manual.

CONTENTS

FOREWORD	xi
BIBLIOGRAPHY	xiii
STYLEBOOK	2
Key	
An A to Z listing of guides to capitalization, abbreviation, spelling, numerals and usage	3
Internet guidelines	125
Sports guidelines and style	263
Business guidelines and style	304
A Guide to Punctuation	325
BRIEFING ON MEDIA LAW	
Foreword	340
Introduction	341
What Is Libel?	342
Liability for Republication	343
Privileges	344
Defenses	349
Supreme Court Decisions Regarding Libel Law	353
Summary of First Amendment Rules	358
Public and Private Plaintiffs	359
Miscellaneous	361
Applying the Rules	362
Points to Remember	364
Access to Places of Information	365
The Right of Privacy	369
Copyright Guidelines	374
PROOFREADERS' MARKS	376
ABOUT THE AP	
Headquarters	381
U.S. Bureaus	382

The New York Times Manual of Style and Usage, edición 1977

Antes de la segunda edición del libro de estilo conjunto de *AP* y *UPI* apareció en escena un manual elaborado en 1962, según el propio manual de estilo menciona. Se titulaba *The New York Times Style Book for Writers and Editors*.

Este periódico fue fundado el 18 de septiembre de 1851 y es considerado uno de los mejores del mundo, no sólo debido a los más de 40 premios Pulitzer otorgados a sus redactores y reporteros e incluso al periódico mismo, sino por la calidad con la cual está elaborada la información de sus páginas y el estilo particular de sus materiales informativos.

La credibilidad y el prestigio de un medio radica en la puesta en práctica de la ética periodística y de la diferenciación con otros medios en cuanto al estilo con que son presentados los trabajos del periodista al lector.

El *Manual of Style and Usage* de 1977 es un libro que incide predominantemente en aspectos gramaticales. Tiene una extensión que lo convierte en un libro de consulta, contiene 231 páginas.

Es el primer libro de estilo editado por el *NYT* en el cual aparecen ya aspectos éticos para el periodista, de hecho, el libro menciona que si en polémica o controversia no es posible contactar a la parte acusada o agredida para que proporcione su punto de vista, se aclare en la nota o artículo qué esfuerzos se hicieron y las razones por las que no se consiguió dicha versión⁴².

⁴² Información basada en comentarios de la editora Debora Baldwin del NYT y en *The New York Times, Manual of Style and Usage. The Stylebook used by the editors and writers of The New York Times*. Revisado y editado por Lewis Jordan, NY, NYT, 1977.

En su estructura:

Agradecimientos • Un prólogo donde se habla de la edición anterior, de las reglas de estilo y cómo las entiende el NYT (Aquí fueron incluidos algunos apuntes y ejemplos de posturas éticas) • Las normas de redacción ordenadas en la lógica del abecedario y simbología de corrección de originales.

OBSERVACIONES:

1. Presenta un modelo como el de *AP*, planteado alfabéticamente.
2. Presenta una guía de corrección de originales con simbología y una metodología.

El modelo de diccionario usado en *AP* y en el *NYT* es propio de los libros de estilo elaborados en Estados Unidos a diferencia de las hojas de estilo utilizadas en las universidades (ver anexo 1) cuya estructura es temática y en las cuales se agrupan las abreviaturas, aparte las mayúsculas, aparte las citas, etcétera.

En su contenido:

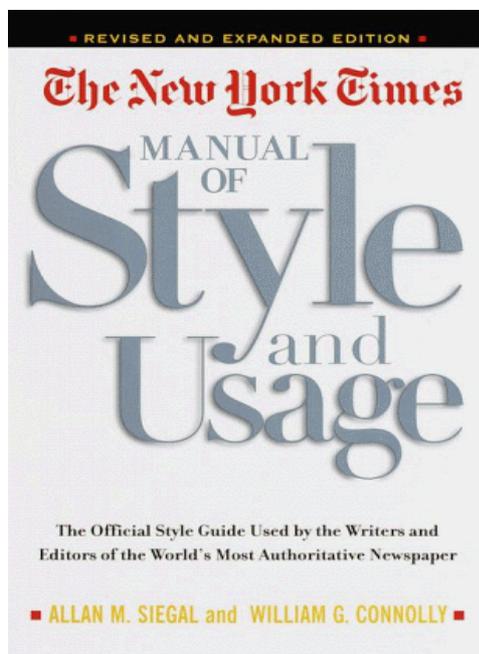
Está ordenado alfabéticamente como un diccionario • Contiene principios gramaticales de sintaxis, palabras, expresiones y construcciones gramaticales que juntas suman más de mil y otras normas cuya finalidad es unificar el estilo de escribir • Diccionario de palabras dudosas

OBSERVACIONES:

1. Sigue el modelo norteamericano y desarrolla sus contenidos en un diccionario.
2. También presenta principios gramaticales; normas de redacción como ortográficas, redacción de citas y puntuación; recomendaciones éticas y usos básicos de redacción periodística como la unidad del párrafo, extensión de notas, temas relacionados con las citas y escribir en voz activa, entre otros.
3. Contiene posturas respecto a usos incorrectos y palabras dudosas.

The NYT Manual of Style and Usage: The Official Style Guide Used by the Writers and Editors, edición 1999.

El título completo es "The NYT Manual of Style and Usage: The Official Style Guide Used by the Writers and Editors of the World's most authoritative Newspaper" y sus autores son William G. Connolly y Alan M. Siegel, ambos editores. Es la versión más actual del manual y posee una evolución, a diferencia del de *AP*, en el estilo y en las recomendaciones para sus reporteros.⁴³



El periódico es toda una autoridad mundial en el ejercicio periodístico y no precisamente porque su portada lo diga, sino de hecho por la calidad reconocida de sus reporteros, articulistas, editores y por supuesto, por su respetable circulación. Respecto a esto último, aunque al presentar cifras generalmente no existe precisión, es conocido que son mucho más de un millón de ejemplares los que circulan a lo largo de la unión americana.

Quienes afirman que el éxito y el prestigio del periódico y de sus reporteros es producto en parte del uso del manual, como Deborah Baldwin, editora de estilo del *NYT*, insisten en reconocer la larga tradición de periodistas sobresalientes y en recordar que las pautas de trabajo proporcionadas por su código redaccional nunca sustituirá a la inteligencia.⁴⁴

⁴³ Véase el capítulo V. An approach of style. El *NYT Manual of Style* es particular por la cantidad y profundidad de las sencillas recomendaciones para el reportero, es estilo puro pues se pretende uniformar los trabajos sin limitar la creatividad del periodista. William G. Connolly y Alan M. Siegel, *The NYT Manual of Style and Usage: The Official Style Guide Used by the Writers and Editors of the World's most authoritative Newspaper*, USA, 1999.

⁴⁴ Entrevista vía correo electrónico con la editora en febrero de 2003.

Ya son más de 40 premios Pulitzer los que han acumulado sus integrantes y el periódico mismo pues en 1972 el *NYT* ganó un Pulitzer por su edición sobre los archivos secretos del Pentágono.

Según el manual, el diario expresa su filosofía en las banderas del periodismo moderno: precisión y rapidez. En su prefacio menciona asuntos relacionados con la elaboración del libro de estilo y otros más como las referentes al estilo, que no significa literalmente sino “un conjunto de normas tendentes a asegurar una consistencia en la ortografía, utilización de mayúsculas y minúsculas, puntuación y abreviaciones...”⁴⁵.

En su estructura:

Prefacio • Introducción • I. Reglas elementales de uso • Principios elementales de escritura • Algunas cuestiones de la forma • Palabras y expresiones comúnmente mal empleadas • Un enfoque del estilo (con una lista de recordatorios) • Preferencia de lo común y lo correcto a lo original e inusual • Conclusiones • Glosario

OBSERVACIONES:

1. Cuando se refiere a reglas de uso quiere decir la forma correcta en la que son utilizadas las palabras y cuál acepción acepta el periódico publicar. Dicha característica se presentó en *AP* aunque no como *reglas de uso*, o *usage* en inglés, que se refiere a los usos reales de una palabra por su significado y no a sus acepciones en la sociedad.
2. Presta atención especial a cuestiones gramaticales de escritura y composición literaria (redacción).
3. El estilo se entiende como la combinación de normas redaccionales precisas y recomendaciones de cómo escribir.

⁴⁵ Traducción del autor de Foreword (Prefacio), José Fernández Beaumont, *op. Cit.*, p. 78

4. Estructura sencilla y completa sin apartado a fotorreporteros ni de cuestiones técnicas para editores.
5. La estructura se fundamenta en 5 ejes: Usos del lenguaje, composición y gramática, redacción, diccionario de expresiones dudosas e incorrectas y estilo.

En su contenido:

Ortografía.- No dividir una oración en dos, comillas, plural y singular, uso del pronombre pertinente • Gramática.- escoger el ángulo noticioso idóneo o apropiado, el párrafo como la unidad de la composición, uso de voz activa, uso de lenguaje definido, específico y concreto así como omitir palabras innecesarias • En cuanto a cuestiones estilísticas: ubicación del reportero fuera de los hechos, escribir de una forma natural, escribir con un estilo conveniente e idóneo de acuerdo con la noticia o género, escribir con sustantivos y verbos, revisar y corregir, no escribir demasiado, evitar calificativos, uso de lenguaje común, no desarrollar demasiado, no prolongar con adverbios, asegúrate de que el lector sabe quién habla (citas), evitar palabras sofisticadas y dialectos, claridad, sin opinión, usar figuras del lenguaje eficazmente, preferir lo regular a lo original • Glosario.- diccionario de palabras generalmente mal escritas y aplicadas

OBSERVACIONES:

1. Cada apartado expone instrucciones muy precisas y claras en enunciados.
2. Contiene 4 áreas básicas: ortografía, principios elementales de gramática, recomendaciones fundamentadas para establecer normas generales que impriman un estilo al medio y expresiones dudosas e incorrectas.
3. Es notable que se incluyó en las recomendaciones gramaticales la búsqueda de un buen ángulo noticioso.
4. El estilo se basa en recomendaciones para el reportero acerca de cómo escribir, el énfasis en omitir palabras innecesarias, en la claridad y en la sencillez del lenguaje.
5. Los contenidos muestran un equilibrio entre lo aceptado y lo que debe ser evitado. Es importante definir algo por lo que es y por lo que no es.

6. Expone muchos ejemplos en cada caso para hacer sencilla su comprensión.
7. Recomendaciones para la redacción: revisar, brevedad y no alargar sin razón.

El manual opta por prescindir de las guías de términos de temáticas especializadas, insiste, por el contrario, en la redacción (composition) y los usos del lenguaje periodístico, el cual no consiste en más que el uso del lenguaje común así como suprimir las palabras técnicas y especializadas en favor de la claridad y la comprensibilidad.

Cabe mencionar que la idea de *actualidad*, entendida como los esfuerzos del medio para adaptarse a los cambios de la sociedad, no es similar entre una agencia de noticias como *AP* y un periódico como el *New York Times*. El primero enfoca sus esfuerzos en la actualidad temática, esto se expresa en la elaboración de guías de términos para internet, deportes, finanzas y negocios, religión, etc. El segundo concibe la actualidad como el ejercicio de un periodismo acorde a las necesidades de síntesis, claridad, la correcta escritura y la sencillez.

Manual de Español Urgente de la Agencia EFE, edición 1995 y 1998

El primer libro de estilo de un medio de comunicación escrito en español, según lo registró Alberto Gómez Font, Filólogo del Departamento de Español Urgente, es el *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. El libro estaba 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 que coinciden casi totalmente con los actuales manuales de estilo, según el filólogo. Con los años aparecería el *Manual de Estilo de la Agencia EFE*⁴⁶.

⁴⁶ Alberto Gómez Font, *Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: necesidad de un acuerdo*, p. 1

La *Agencia EFE* fue fundada el 4 de marzo de 1939 y para 1966 ya tenía presencia en América Latina⁴⁷. Apareció la primera edición del libro de la agencia en 1975. Sin embargo, Fernández Beaumont afirma que la primera recopilación de normas de redacción data de 1940 y dice ser obra del periodista Pedro Gómez Aparicio y, según Beaumont, es hasta la cuarta edición del manual, en 1985, que se conforma el manual más importante. La primera edición no es un libro propiamente dicho, pues no está encuadernado como tal, sino que se trata de unas hojas mecanografiadas —31 folios— por una sola cara y en la portada puede leerse: *Agencia EFE S.A. Madrid. Manual de estilo de efe-exterior*, primera edición, 1975⁴⁸.

La introducción titulada "Justificación" explica que la pretensión es dar ideas generales encaminadas a servir de orientación para armonizar el estilo redaccional de manera que el servicio de *EFE* tenga un estilo propio. Se propusieron emitir normas claras para que los redactores las consideren al momento de escribir y transmitir las informaciones, aunque sin prescindir nunca del ingenio propio y de las innumerables posibilidades de expresión ofrecidas por el idioma.

El manual está dividido en dos partes, la primera dedicada a explicar cuestiones de transmisión de la información y tipos de noticias, y la segunda, titulada "Anexos", a cuestiones gramaticales y léxicas.

El primer libro propiamente dicho de la colección es la 2ª edición de un librito de 65 páginas titulado *Manual de Estilo* fechada en 1976. De su elaboración se encargaron los responsables de la "redacción central" de la *Agencia EFE*, entre los que había una cierta pugna que los dividía en "españolistas" y "americanistas" en cuanto a ciertos usos del español. Llama también la atención la censura de cualquier uso del gerundio y de la pasiva, sea o no sea correcto. Por alguna razón

⁴⁷ Jorge Fernández Beaumont, *op. Cit.*, p.108

⁴⁸ Alberto Gómez Font, *op. Cit.*, p.2

inexplicable alguien impuso su criterio y prohibieron el pretérito perfecto, la voz pasiva y el gerundio. El libro está dividido en tres capítulos: "Información" (normas éticas), "Redacción" (cuestiones de estilo y algo de gramática, muy poco aparte de las prohibiciones antedichas) y "Transmisión" (etapas, características, tipos de noticia, prioridades, etc.).

En su preparación, según Gómez Font, se tomaron como modelo de referencia los libros de estilo de las agencias norteamericanas *AP* y *UPI*.

En 1978 apareció un segundo libro, pero no la tercera edición, como se esperaría teniendo en cuenta que la anterior era la segunda, sino que consta como primera, y con él comienza la numeración que, como iremos viendo, en 1998 llegó a la duodécima edición.

Escribió dicho libro, también titulado *Manual de Estilo*, Fernando Lázaro Carreter, por encargo del presidente de *EFE*, Luis María Ansón, quien quería que los periodistas de la Agencia escribiesen de una manera ágil, concisa y elegante, relata Gómez Font. Pretendía que los servicios informativos de la agencia, que ya se distribuían ampliamente en todos los países de habla hispana, desempeñasen un papel homogeneizador del lenguaje periodístico en castellano. Para ello creyó necesario contar con un manual de estilo que tuviese respaldo académico; un manual que, además de normas de redacción periodística, contuviese una síntesis de gramática y sintaxis y que fuese aceptado como modelo para la normalización del léxico informativo en España e Hispanoamérica.

Está dividido en tres partes: "Normas de redacción" (ortografía, morfología, léxico, observaciones gramaticales); "Transmisión" —no escrita por Fernando Lázaro— (preparación del texto, perforación y montaje en las pantallas, proceso de edición en la central, clasificación de noticias, claves...), y "Observaciones sobre léxico".

En la introducción Luis María Ansón explica el porqué de la obra: "*El deterioro progresivo que el idioma está padeciendo en los medios de comunicación, por un lado, y, por otro, la expansión nacional e internacional de la agencia, y la necesidad de afianzar a aumentar su prestigio, aconsejan realizar un nuevo esfuerzo tendente a la deseada homogeneidad de criterios idiomáticos: Las Normas han sido ampliamente consultadas, y sus prescripciones y consejos están abiertos a la crítica de todos cuantos trabajamos en la agencia, para perfeccionarlas en sucesivas ediciones (...)*

(...) "*Conseguir una neutralización del estilo —que no debe confundirse con un estilo 'neutral', permanentemente insípido— constituye una obligación si se piensa en el importante papel que la Agencia EFE desempeña en la difusión del idioma, tanto en España como en América. La unidad de la lengua es un bien que importa defender en el seno de la comunidad hispanohablante. Hoy la prensa, la radio y la televisión ejercen una influencia idiomática superior a la del sistema docente. Sin exageración puede afirmarse que el destino que aguarda al español —o a cualquier otro idioma— está en sus manos. Y la responsabilidad que corresponde a nuestra agencia es cuantitativamente muy superior a la que alcanza a un medio de comunicación aislado: He aquí un motivo más, e importantísimo, para que el estilo de nuestros despachos sea aceptable por todos, no vulnere los usos comunes, no acoja particularidades locales o de sectores, no difunda neologismos innecesarios o rasgos que obedecen a una moda pasajera...*"⁴⁹

Lo anterior debe ser seriamente tomado en cuenta, el idioma sufre deterioro, más grave cada vez, debido a los adelantos tecnológicos y a la aparición de neologismos y extranjerismos, por ejemplo; aunque por otro lado, muchos medios rechazarían sostener la sujeción total a la Real Academia Española (RAE).

⁴⁹ *Ibidem*, p. 2. Citado Luis María Ansón, de Introducción en Manual de Estilo de EFE, 1978.

El autor, Fernando Lázaro Carreter, no siguió ningún modelo en la elaboración del libro, aunque sí se refiere de vez en cuando al *Manual* anterior. El texto definitivo y sus primeros 2,000 ejemplares fueron publicados el 22 de diciembre de 1978. Es curioso constatar que, por coincidencia de fechas, es muy probable que al mismo tiempo, también en Madrid, estuvieran preparando la que sería la primera edición del *Libro de Estilo* del diario *El País*.

La segunda edición del *Manual de Estilo* de la agencia española, relata Gómez Font, apareció en 1980 y su principal diferencia con la precedente es la ampliación del capítulo titulado "Sobre léxico", gracias a la autorización de Manuel Seco, de la Real Academia Española, para emplear libremente su *Diccionario breve de dudas de la lengua española*.

Este *Manual de Estilo* significó el primer paso para crear en la *Agencia EFE* un 'Departamento del Español Urgente', del cual forman parte académicos y catedráticos. Se trata de dar respuesta inmediata a las dudas sobre expresiones, palabras y nombres propios, evitando a tiempo que se generen los anglicismos. La fuerza de la prensa y, sobre todo de la radio y la televisión, es tan grande que se hace necesario divulgar con rapidez el término correcto.

El Departamento de Español Urgente (DEU) que Ansón anunciaba comenzó a funcionar el mismo año de 1980.

Además del equipo de filólogos dedicados a las tareas diarias del Departamento, Ansón fundó un Consejo Asesor de Estilo formado por cuatro miembros de la Real Academia Española (Fernando Lázaro Carreter, Manuel Alvar, Antonio Tovar y Luis Rosales) y el secretario general de la Asociación de Academias, el académico colombiano José Antonio León Rey; equipo que se reunía periódicamente en la agencia para supervisar el trabajo del Departamento de Español Urgente, dictaminar sobre asuntos de dudosa resolución, y establecer una vía de contacto

permanente entre la RAE, la Asociación de Academias de la Lengua Española y la *Agencia EFE*.

En 1981 se publicó la tercera edición del *Manual de Estilo*, ampliada con respecto a la anterior. En su redacción participaron los miembros del Consejo Asesor y los filólogos del DEU aprovechando los materiales surgidos durante los primeros meses de funcionamiento del departamento.

La primera edición del libro en venta en librerías fue la cuarta, publicada en 1985 con el título de *Manual de Español Urgente* y el subtítulo de "4ª edición corregida y aumentada" del *Manual de Estilo* de la *Agencia EFE*. De la edición y la distribución se ocupó Ediciones Cátedra, y sigue haciéndolo en la actualidad.

Este Manual trata únicamente normas gramaticales y léxicas para el buen uso del español y anuncia el propósito de editar otro libro aparte con las normas específicas para la redacción eficaz de despachos informativos. Dicho libro aparecería en 1988 con el título de *Normas Básicas para los Servicios Informativos*. Aparecen por primera vez los capítulos titulados *Sobre transcripción*, *Algunos gentilicios que se prestan a confusión*, *Lista de gobernantes y Siglas y abreviaturas*.

En 1989 llegó la siguiente edición del *Manual de Español Urgente* (5ª edición corregida y aumentada del *Manual de Estilo* de la *Agencia EFE*). Las cuatro siguientes ediciones (6ª, 7ª, 8ª y 9ª) más que ediciones fueron nuevas tiradas de la 5ª edición, pues no fueron editadas en lo más mínimo. La decisión de reimprimirlas no fue de *EFE* sino de Ediciones Cátedra.

La décima edición del *Manual de Español Urgente* salió en 1994. Se añadió un capítulo sobre la lengua hablada en el que se advierte sobre la pronunciación, dirigido al servicio de televisión de la Agencia; se ampliaron los capítulos de siglas,

gentilicios dudosos, los términos del lenguaje económico, y se pusieron al día la ortografía correcta y la transcripción de los políticos y dirigentes de los países que no usan el alfabeto latino.

Y llegamos a la undécima edición del *Manual de Español Urgente*, aparecida en 1995. Es producto de una revisión muy minuciosa de la anterior y de todos los manuales de estilo que han aparecido de la agencia española, de los cuales se tomaron algunas recomendaciones y datos que ayudaron a completar el libro, según afirma su página electrónica⁵⁰.

En principio, si las cosas fueran como deberían ser, esa undécima edición, de 1995, sería la última, a la espera de una revisión que comenzó hace ya varios años. Pero sucedió lo ocurrido con las ediciones sexta, séptima, octava y novena, es decir, que Ediciones Cátedra hizo una nueva tirada de la undécima y la llamó duodécima edición corregida y aumentada, cuando lo único que cambió fue ese número, de once pasó a doce, y el año de edición, que de 1995 pasó a 1998, cuenta en su artículo el filólogo.

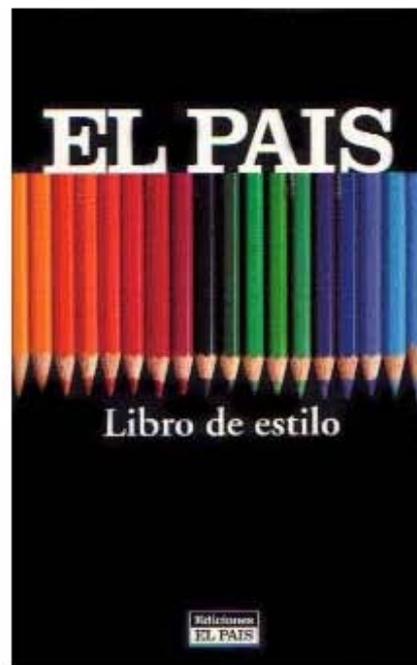
El Manual de Español Urgente representa el esfuerzo de los españolistas por defender la lengua española ante la embestida de extranjerismos y neologismos impulsados por la globalización y los adelantos tecnológicos en la comunicación, mediante los cuales, se difunden de forma exponencial.

⁵⁰ Página electrónica de EFE www.efe.com.es y www.cvc.cervantes.es

Libro de Estilo de El País, edición 2002

Un año y medio después de la aparición del diario *El País*, en 1977, se publicó la primera edición de su *Libro de Estilo*, que en aquel entonces era apenas un cuaderno de uso interno.

Tres años después, en 1980, Julio Alonso se encargó de la segunda edición, un pequeño libro que seguía siendo de uso interno, pero que ya se vendía en las librerías de algunas Facultades de Ciencias de la Información en España y que también podía adquirirse en la sede del periódico.



En la tercera edición, aparecida diez años después, en 1990, trabajó el periodista y escritor Álex Grijelmo, y ese fue el primer Libro de Estilo de *El País* que se distribuyó en todas las librerías.

Para su confección Álex Grijelmo se basó en informes elaborados por especialistas en lenguaje periodístico y en los distintos lenguajes utilizados en el periódico pertenecientes a las diferentes áreas que lo componen. También consultó el *Manual de Español Urgente* de la *Agencia EFE*, que entonces iba por su quinta edición.

En 1996 se hizo una revisión profunda del libro coincidiendo con el vigésimo aniversario de la aparición del periódico. Y actualmente ya va por la decimosexta edición y el coordinador de las sucesivas revisiones sigue siendo Álex Grijelmo. Además, los periodistas de *El País* pueden consultar el *Libro de Estilo* directamente en las pantallas de sus computadoras.

En su estructura:

Prólogos e introducción • Principios: éticos y profesionales • Géneros periodísticos: Normas generales de redacción • Elementos de titulación: titulares y elementos accesorios • Tipografía • Fotos y gráficos • El uso de la firma • Tratamientos y protocolos • Nombres • Abreviaciones • Números • Signos ortográficos • Normas gramaticales • Errores más frecuentes • Diccionario • Siglas y Acrónimos: diccionario A-Z • Apéndice 1: Tablas de pesos y medidas, equivalencias • 2: Estatuto de la redacción • 3: Estatutos del Defensor del Lector • 4: Signos de corrección (de originales)

OBSERVACIONES:

- 1) Comprende aspectos éticos relacionados más bien con la postura del periódico que con el comportamiento ético del periodista, aunque de cualquier manera están íntimamente relacionados.
- 2) Incluye cuestiones sobre la elaboración de las notas y se encuentran combinadas con el desarrollo de normas de redacción, es decir, no las distingue.
- 3) Los usos de tipografía son novedosos en cuanto a la emisión de la norma para definir en qué casos se utilice cursivas, por ejemplo.
- 4) Despeja dudas sobre abreviaciones, algo poco común, detalla los usos de toda clase de signos ortográficos donde son incluidas las mayúsculas, minúsculas y en la *partición de palabras*, como lo denominó el manual.
- 5) El apartado para normas gramaticales es breve, esencial.
- 6) Como hemos visto en los manuales hasta aquí revisados, también contiene apartado de errores más frecuentes, consta en desarrollar el significado de ciertos verbos y sólo algunos sustantivos para aclarar cuál sea su uso correcto.
- 7) El diccionario es un recurso utilizado generalmente por los manuales estadounidenses y españoles. *Notimex* lo incluye pero con el nombre *Glosario*. En este caso consiste en la explicación de la acepción y empleo de ciertas palabras detalladas en las observaciones a los contenidos.
- 8) Siglas y acrónimos es desarrollado alfabéticamente aparte, luego del diccionario.
- 9) Incluye apartados especiales como tablas de equivalencias de pesos y medidas, estatutos y signos de corrección de originales.

Los esfuerzos están enfocados a combatir las deficiencias al escribir y corregir particularizando cada aspecto, aunque omitieron los tecnológicos y científicos. Apartados de signos de corrección han ido desapareciendo de los manuales debido a la modernización de los métodos de edición, este manual no fue la excepción.

En su contenido

Principios: deontológicos, hacia las fuentes, hacia sectores políticos o ideológicos, tratamiento de la información y a la publicidad, entrevistas y tratamiento a encuestas, expresiones malsonantes • Uso del lenguaje periodístico: uso de lenguajes extranjeros, utilización de verbos, precisión, equilibrio, especificaciones de edades, atribución explícita y textual de datos relevantes, entrada, tipos de informaciones, jerarquización, cantidades de personas, especificaciones para los géneros • Titulares: cursivas, negritas • Fotos y gráficos • Uso de la firma • Tratamientos y protocolo: honoríficos, cargos, títulos • Nombres: completos, extranjeros, traducción o castellanización, alias, poblaciones, calles y edificios, obras, animales, plantas, nombres catalanes, gallegos y vascos, latinos, árabes, chinos... • Abreviaturas: siglas y acrónimos • Números • Signos ortográficos: puntuación, interrogación exclamación, mayúsculas y minúsculas, sílabas • Normas gramaticales: errores • Errores más frecuentes • Diccionario • Siglas y acrónimos: diccionario

OBSERVACIONES:

- 1) Apartados en los que se explican cuestiones periodísticas: política editorial y ética profesional, tratamiento a las fuentes, sobre el tratamiento de la información y su diferenciación con la publicidad, sobre la realización de entrevistas, encuestas y el uso de expresiones malsonantes y/o vulgares.
- 2) Importante diferenciación entre el lenguaje informativo y otros usados por profesionistas, estructura de la nota informativa, criterios de aceptación y rechazo de extranjerismos, precisión en cantidades de personas y en la conjugación de verbos.
- 3) Preocupación por el equilibrio informativo, darle cabida a los distintos sectores que protagonicen la noticia.

- 4) Se propone reservar el uso de la cita textual sólo a declaraciones relevantes, en los otros casos la cita puede ser parafraseada sin alterar el sentido. Para ello es indispensable usar las palabras clave que hacen noticable la declaración.
- 5) Títulos y cargos es un tópico imprescindible en los manuales hasta aquí. El contenido coincide con los otros manuales también y consta de aclarar cómo serán escritos, qué tipo de nombramientos y dignidades no son admitidos así como sus excepciones, y los casos en los cuales serán escritos con mayúscula.
- 6) En cuanto a los nombres la norma abarca a todo tipo de nombres propios, no sólo a los de personas, sino también de asociaciones, empresas y ONG, entre otros. Este tema se centra en la transcripción de nombres propios de origen extranjero y su castellanización además de la aplicación de altas y bajas.
- 7) Las abreviaturas muestran mayor importancia que la habitual en medios de comunicación hispanohablantes, ya que para los norteamericanos sí la tiene. Incluye siglas y acrónimos. En este caso se emitió la norma que dice bajo qué circunstancias se desarrollan y cuáles son la excepciones.
- 8) En signos ortográficos vemos un apartado donde se incluyeron aspectos ortográficos sin distinguirlos de las normas sobre mayúsculas y minúsculas así como la separación de sílabas.
- 9) Las normas gramaticales son un extracto de recordatorios para el periodista, llama la atención la inclusión de una pequeña sección de "errores gramaticales frecuentes" debido a que generalmente el apartado "Errores frecuentes" resuelve este tipo de problemas; sin embargo, esta particularización enriquece más por ser detallada al aportar más ejemplos y casos.
- 10) El Diccionario ocupa la mayor parte del libro y lo comprenden términos extranjeros, países, capitales, festividades, preposiciones, instituciones nacionales y extranjeras, gentilicios, abreviaturas (en este caso distinguidas totalmente de las siglas y los acrónimos), eventos, entre otros. Esta sección presenta definiciones, pero no en todos los casos, dichas excepciones consideran una aclaración de su acepción correcta cuando es confundida su definición y, por lo tanto, mal empleada en su uso.

11) Siglas y acrónimos en un listado para facilitar el trabajo y precisar más los usos y después unos apéndices con pesos, medidas y estatutos, esencial pero generalmente ausente en los manuales de estilo.

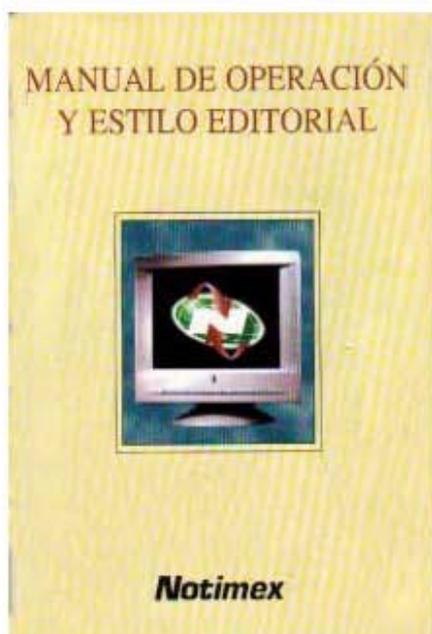
El manual de estilo de *El País* es muy completo, proporciona normas de redacción, normas gramaticales, éticas (relacionadas con la conducta del periodista y con la postura del diario ante acontecimientos), profesionales (tienen que ver con el trabajo periodístico) y normas para esclarecer los usos del lenguaje que deben ser correctos y precisos para mejorar la comprensibilidad de la información.

Se puede apreciar que una de las prioridades del diario es esclarecer los usos del lenguaje relacionados particularmente con palabras y términos extranjeros en los cuales generalmente no existe acuerdo en su grafía y son castellanizados espontáneamente. La tendencia de trasladar al español las grafías escritas originalmente en otro sistema de letras provoca que algunos las escriban igual que en el lenguaje original mientras que otros quitan o sustituyen letras según lo consideran. Ejemplos multicitados: nailon, no nylon; quimono por kimono; entrevista, no entrevisté ni interview.

Por otro lado, se apreció un vacío en cuestiones tecnológicas y científicas. A pesar del auge en tales áreas y disciplinas, el libro, aunque de reciente edición (mayo de 2002), no concede un espacio considerable para despejar las dudas y corregir los errores que se multiplican en los diarios en dichos temas.

El diccionario explica algunos de los términos frecuentemente influenciados por el inglés. Su adopción por el español de los medios no presupone su españolización y, por ello, se cuegan y arraigan pronto. Dicha situación hace pertinente la emisión de normas de redacción al respecto, como en el caso de *EFE*. Esto implica un trabajo de constante supervisión, una tarea que se antoja interminable.

Manual de Operaciones y Estilo Editorial Notimex, Edición 1999.



Notimex es una agencia internacional de noticias, fundada hace 31 años. Constituida como sociedad anónima el 20 de agosto de 1968, debutó con personal propio durante la XIX Olimpiada. En enero de 1969 produjo el primer noticiario de televisión en color, el *Teleperiódico Notimex - El Día*, por canal 8, y ese mismo año instaló la estación de onda corta XERMX, Radio México, Imagen de México en el mundo.

Su centro de producción multimedia y una unidad móvil, le permitieron suministrar texto, audio y video, así como controles remotos a los consorcios de televisión nacional. En 1974 ganó el premio al mejor programa periodístico por su producción *¿Qué pasa en México?* Entre 1976 y 1988 utilizó el satélite Intelsat IV para el intercambio informativo con el Pool de Agencias de Noticias de los Países No Alineados. Desde entonces ha suscrito diversos convenios bilaterales con agencias noticiosas de América, Asia y Europa.

En 1976 inauguró el servicio de noticias por teléfono Notifono, hoy Notitel, y en 1980 el gobierno de México ingresó a través de *Notimex* a Acción de Sistemas Informativos Nacionales, formado por 13 Estados de América Latina y el Caribe. En 1983 se inició un proceso para incorporar formalmente a la Agencia en el sector público y se introdujo la computación en su trabajo periodístico.

Hacia 1986 *Notimex* inició sus transmisiones vía satélite y en 1989 fueron abiertas oficinas regionales en Monterrey, Hermosillo, Guadalajara, Oaxaca, Mérida,

Washington, San José de Costa Rica, Santiago de Chile y Madrid. Entre 1995 y 1999 se establecieron nuevas oficinas en Tijuana, Veracruz, Tuxtla Gutiérrez y Puebla, y actualmente cuenta con corresponsalías en toda la república mexicana y en América, Europa y Singapur, y con una planta de reporteros en el D.F.

Como parte de un proceso de modernización tecnológica iniciado en 1990, fue instalada una red de computadoras con el sistema Azimut. En 1996 un nuevo cambio tecnológico sirvió para transmitir texto e imágenes por el satélite Solidaridad y la red mundial de Internet.

Entre 1998 y 1999 *Notimex* celebró alianzas con diversas agencias y empresas para apoyar su expansión. En colaboración con *Sima* de Río de Janeiro fue creado en 1999 un Hilo en portugués para Brasil y Portugal. De esta manera *Notimex* tiene presencia en México, en 20 países del continente americano, en Portugal y España, con sus servicios de texto, fotografía, voz e imagen.

En ocasión de su 30 aniversario *Notimex* reinstaló su Consejo Editorial, en el que participa un grupo representativo de medios suscriptores⁵¹.

Sus primeras normas de redacción fueron editadas en 1975 como hojas de redacción. Para 1983 su compendio se tituló Normas básicas de redacción, diez años después fue publicado el primer Manual de Estilo y, el actual de 1999, tiene la peculiaridad de ser además un manual de operaciones titulado Manual de Operaciones y Estilo Editorial. El manual es un libro con 305 páginas, pero a pesar de ser tan extenso, tiene una estructura sencilla. Este manual es el único de origen mexicano fundamentado en bibliografía especializada como libros teóricos sobre la lengua, diccionarios de la lengua y de dudas, así como en otros manuales de estilo, en su mayoría, españoles.

⁵¹ Información del *Manual de Operaciones y Estilo Editorial de Notimex* extraída de las solapas.

Estructura:

Primera Parte.- Presentación. Objetivo del Manual. Notimex hoy (servicios y cobertura). Código de Ética Profesional. Declaración de Principios. Normas Operativas. Formato de Despachos. Proceso Operativo. Segunda Parte.- Estilo Editorial.- Oficio Periodístico. Valores del Periodismo. Estilo Editorial. Uso del idioma (Gramática y Puntuación). Errores Frecuentes. Tercera parte, Consulta Rápida.- Glosario. Términos Deportivos. Siglas y Acrónimos. Bibliografía.

OBSERVACIONES:

1. La ubicación estructural de ciertas normas varía en este caso de forma evidente, por ejemplo: *Siglas y Acrónimos* así como *Errores más frecuentes*. Es decir, este último aparece como parte del Estilo Editorial mientras que podría ser, como los otros manuales lo presentan, una guía de consulta rápida. Es, hasta ahora, una constante en todos los manuales.
2. Encontramos otros apartados como particularidades en este manual: Normas de operación y valores periodísticos. Las normas de operación consisten en la descripción de las funciones que cada integrante del medio desempeña dentro del esquema organizacional de *Notimex* así como sus obligaciones. En cuanto a los valores periodísticos dedican un apartado para comunicar los principios periodísticos de la agencia: precisión, veracidad, claridad, oportunidad, brevedad y equilibrio con algunas sugerencias para cumplir con ellos.
3. Glosario de términos deportivos. Es de suma utilidad pues cada deporte posee su lenguaje, sus tecnicismos y su referente, surgen nuevas expresiones o términos que, muchas veces, conviene analizar si ameritan su inclusión o no.
4. La Bibliografía es un buen referente teórico, aunque otros manuales lo han omitido en sus últimas ediciones, en especial los de medios anglosajones.
5. La consignación de la tercera parte como de "consulta rápida" nos deja ver que hay, en lo general, dos tipos de contenidos dentro de la estructura cambiante de los manuales: Operativo y de Consulta. Algunos poseen ambos, esto puede depender de la complejidad de la organización.

En su contenido:

ASPECTOS DEONTOLÓGICOS, OPERATIVOS Y FORMALES • Objetivo del Manual • Hilos Informativos y servicios de Notimex • Código de Ética Profesional.- normas básicas para el desempeño del personal al obtener y difundir las noticias • Declaración de principios.- papel social y empresarial • Estructura operativa.- funciones y obligaciones • Formato de despachos • Proceso Operativo • ASPECTOS EDITORIALES • Estructura y características de los géneros periodísticos • Estructura de las cabezas • Virtudes para un periodismo de excelencia.- parámetros y principios periodísticos para mejorar el trabajo de la agencia • Estilo Editorial.- Citas, nombres, apellidos, títulos, grados, dignidades y cargos, errores comunes en abreviaturas, preposiciones, siglas y acrónimos, cantidades y números; el lugar de los hechos • Uso del idioma.- aspectos gramaticales como uso de adjetivos, adverbios, verbos, voz activa, gerundios; aspectos ortográficos como acentuación, mayúsculas y minúsculas; signos ortográficos como punto, coma, comillas guión, puntos y coma, suspensivos y dos puntos. • Palabras compuestas • Paréntesis • Errores frecuentes.- neologismos, cacofonías, anfibologías, pleonasmos, queísmo, pobreza del lenguaje, frases hechas (exp), palabras incorrectas • Glosario.- definición de palabras frecuentemente mal aplicadas de la A a la Z • Términos Deportivos • Siglas y Acrónimos.- listado • Bibliografía.

OBSERVACIONES:

- 1) EL manual posee cuatro aspectos fundamentales: Deontológicos, Operativos y Procedimentales, Estilo editorial y Consulta Rápida.
- 2) El aspecto ético es desarrollado puntualmente sin mucha extensión, es definido como código de ética, no como un conjunto de recomendaciones.
- 3) El aspecto operativo está siempre presente en el caso de las agencias de noticias; en el caso de *Notimex*, la definición de perfiles de puesto y funciones y obligaciones de cada uno se justifica pues es el primer manual de estas características en la Agencia. El aspecto procedimental consiste en el ejercicio de la cobertura de información, asignación de órdenes de trabajo, elaboración

de agendas de cobertura y de previsiones informativas; además, de redacción de materiales particulares de la Agencia como la ampliación, el resumen, resumen panorama, nota global y nota de apertura, entre otros.

- 4) En cuanto al estilo, en el apartado *Oficio periodístico* son resumidas recomendaciones teóricas: cómo hacer una entrada, el segundo párrafo y cómo abordar los distintos géneros periodísticos. En el mismo vemos cuestiones ortográficas, la escritura de nombres propios, de siglas y abreviaturas.
- 5) Respecto a los principios periodísticos notamos que aparecen frecuentemente en los manuales, pero de hecho se han vuelto imprescindibles en los libros académicos sobre la materia a la vez que son características del periodismo mismo. No hay convención al respecto, los autores incluyen algunos y excluyen otros. Mientras que los académicos los distinguen como principios o valores, los medios a través de los manuales les han dado un carácter pragmático. Sin oportunidad la noticia deja de ser noticia, sin precisión se cometen innumerables errores, sin veracidad no hay credibilidad, no hay nada, sin claridad en vano es el trabajo, sin equilibrio se pierde la objetividad y se favorece a una interpretación. Otros, más que virtudes o principios, son recomendaciones para evitar vicios como el uso de muletillas.
- 6) El apartado *estilo editorial* aborda de lleno las cuestiones comunes de un manual como las citas, verbos, comillas, nombres, apellidos, títulos, cargos, errores en abreviaturas, preposiciones, siglas y acrónimos, así como la escritura de cantidades. Diferencian dichas cuestiones en particular como de *estilo*.
- 7) Distingue los aspectos gramaticales e incluye una guía de errores frecuentes sobre todo como neologismos, anfibologías o pleonasmos. Con este son ya 2 casos junto con *El País*, sin embargo aquí se abordan categorías gramaticales más que ejemplos concretos con su respectiva explicación.
- 8) Incluye glosario de términos dudosos así como uno de términos deportivos y un listado de siglas y acrónimos.
- 9) Fundamentado en bibliografía, caso similar a *AP* y *EFE*, sin embargo la primera eliminó dicho apartado en la última edición, en junio de 2002.

Manual de estilo de Proceso (Apro), edición 1999

El Manual de Estilo de *Proceso* comienza con una definición muy práctica de los manuales. ¿Por qué práctica? Porque en realidad el editor del semanario encargado de llevar a cabo la difícil tarea de realizar un compendio de normas de redacción como éste, Sergio Loya, no se basó en bibliografía alguna ni cita académicos ni profesionales del periodismo que hayan opinado acerca del tema, sólo mediante su experiencia pudo llegar a la siguiente conclusión: "*Impulsado por la lengua que lo sustenta, un manual de estilo esclarece las formas peculiares en que un medio de comunicación, en su contexto social y profesional, asume, acota o se aleja de la preceptiva idiomática establecida, de los diversos códigos vigentes y de los usos —especializados o comunes, nacionales o extranjeros, literarios o periodísticos— de la palabra y sus signos*".⁵²



Deja en claro la elaboración de un manual como una producción particular. El objetivo del manual es ser el principal instrumento para reporteros, correctores y editores para disipar sus dudas más frecuentes en cuanto a gramática, estilística y grafía, es decir, incorrecciones gramaticales y fijación de la norma correcta; definición de excepciones y posturas del medio en la escritura de palabras donde no se ha fijado una norma o, en caso contrario, *Proceso* prefiera hacerlo de otra manera; y el esclarecimiento de cómo han de escribirse ciertas palabras.

El manual también manifiesta la necesidad de ser actualizado periódicamente por las implicaciones de tratar asuntos de la lengua. Las revisiones y actualizaciones de las cuales será objeto le dan el carácter de trabajo inacabado.

⁵² Manual de Estilo de *Proceso*, p. 7

La estructura es muy sencilla, para una consulta rápida. Ya de por sí el texto de 101 páginas en media carta es una edición que pretende hacer rápido y accesible su uso, en congruencia con las características de una agencia de noticias, por la prontitud con la cual la noticia debe ser transmitida.

En su estructura:

*Presentación. I. Normas, observaciones y recomendaciones generales. II. Cualidades del estilo. III. Comillas. IV. Guiones y rayas. V. Itálicas o cursivas. VI. Mayúsculas. VII. Abreviaturas, signos y datas. VIII. Siglas y acrónimos. IX. Números. X. Diccionario de dudas. XI Léxico. Apéndice 1: Siglas y acrónimos. Apéndice 2: Notas para **Apro**.*

OBSERVACIONES:

- 1) Es de notarse, como se mencionó, la sencillez para la rápida consulta.
- 2) Expone varios apartados específicos y concisos. Sergio Loya prefirió aumentar el número de apartados con el fin de exponer más detalladamente los aspectos de cada tema. Por ejemplo, el apartado de las comillas en otros manuales es incluido con el de guiones y rayas, en las cursivas es el mismo caso y en el de mayúsculas quedó implícito el de minúsculas. Las abreviaturas fueron diferenciadas de las siglas y acrónimos para hacer amplias especificaciones en cada caso.
- 3) Es utilizado un diccionario de dudas, algo común en la tradición estadounidense y un listado de palabras de escritura dudosa (*XI. Léxico*), muy útil si se considera que no hay, en la gran mayoría de los casos, una norma emanada de la Real Academia y sí muchas formas incorrectas; en algunas excepciones no hay corrección ni incorrección porque su origen es popular.

En cuanto al contenido existe unidad pues es eminentemente normativo en aspectos ortográficos, fijación de criterios para enfatizar la brevedad mediante el empleo de menos palabras, optimización de la redacción.

En sus contenidos:

Normas, observaciones y recomendaciones generales.- Son de carácter obligatorio y opcional de tipo ético y profesional como confirmación de datos, respeto a la intimidad, decisión por eliminar anonimatos y valoraciones en materiales periodísticos, manejo de tiempos verbales, el papel del editor, la castellanización sobre extranjerismos, entre otros. • Cualidades del estilo.- Parámetros periodísticos para la buena redacción: claridad, propiedad, precisión, brevedad, sencillez, vigor expresivo, armonía y abundancia. • Aspectos ortográficos y de puntuación.- Utilización de comillas, guiones y rayas, itálicas cursivas, mayúsculas, abreviaturas, signos, datas, siglas y acrónimos. • Números.- su escritura en números o desarrollado, cifras, descripción numérica, excepciones, fechas, grados sísmicos, fracciones, número de calles, calibre de armas, grados y minutos de longitud y latitud, tiempos de carreras deportivas, cuadros estadísticos, sistema ordinal, partitivos, cardinales y años. • Diccionario de dudas.- de la A a la Z definiciones para ampliar vocabulario y eliminar expresiones incorrectas. • Léxico.- listado de palabras y expresiones incorrectas o sin norma al respecto y su respectivo uso correcto o criterio del medio. • Apéndice sobre siglas y acrónimos.- listado con su respectivo desarrollo. • Apéndice 2.- notas para Apro.- especificaciones para transmisión de cables (despachos).

OBSERVACIONES:

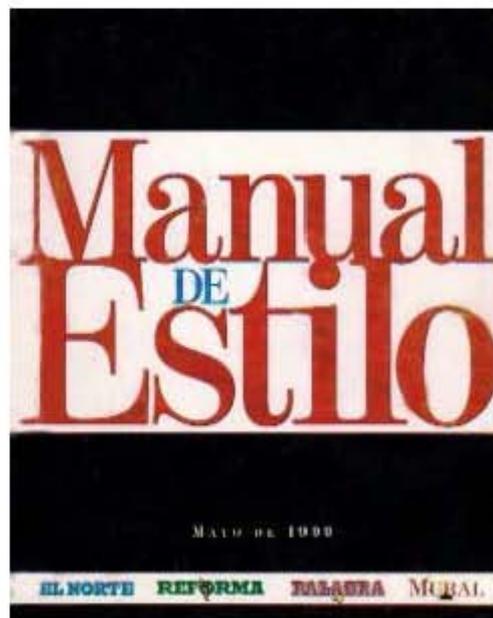
- 1) Contiene, como los demás, un apartado con aspectos deontológicos pero además muy enfocados al ejercicio profesional del periodismo. La diferencia estriba en que lo primero se ocupa en la actuación del periodista con sus fuentes, con quienes se encuentran implicados en la noticia y con la información que maneja; lo segundo se ocupa de su desempeño, cómo elabora la nota, si la revisa, si está informado y escribe algo actual, el manejo de valoraciones en su nota, etc. Algunos medios separan tajantemente estos dos aspectos. Todos los apartados están desarrollados por declaraciones enumeradas, para un mejor entendimiento de las normas.

- 2) Califican como *Cualidades de estilo* principios orientados a mejorar la redacción. *Proceso* incluye la claridad, propiedad, precisión, brevedad, sencillez, vigor expresivo, armonía y abundancia. Coinciden con las denominadas *Virtudes para un periodismo de excelencia* del manual de *Notimex*. Se refuerza la tesis de la inexistencia de una convención al respecto.
- 3) Las normas ortográficas y de puntuación son muy precisas y concisas con los ejemplos pertinentes. En estos aspectos el manual denuncia una “deficiente normativa” por parte de la Real Academia Española y confiesa que es un problema que cada empresa editorial resuelve a su manera. De esta manera se resume, con otras palabras, la razón de ser de los manuales de estilo. Las normas de *Proceso* en este rubro definen los casos en los cuales se utilice cada tipo de comillas (altas, bajas y altas dobles) y los guiones.
- 4) El apartado de *Itálicas o cursivas*, el primero que encontramos en los manuales hasta aquí revisados pues se registran sólo algunas recomendaciones al respecto. Esta evidencia de particularidad muestra que en el semanario existen problemas de uniformidad en este aspecto que en otros medios se soluciona de forma más sencilla. La experiencia en el medio dará la pauta para definir cuáles son los áreas en las que menos acuerdo existe.
- 5) El Diccionario dudas es un glosario donde se definen los conceptos en los cuales hay más confusión y su uso es incorrecto.
- 6) Léxico es un apartado más común en todos los manuales para evitar usos incorrectos en la lengua, expresiones y palabras mal escritas.
- 7) Siglas y acrónimos expone las normas generales para escribirlas y sus excepciones. En el apéndice se expone un listado de organismos e instituciones con su desarrollo.

Proceso elaboró un manual , sin intenciones de ser un marco de referencia, que bien puede serlo. Es fundamental, sus contenidos son básicos y precisos.

Manual de Estilo de Reforma, ediciones 1999 y 2003

Este manual de estilo es la sexta edición publicada en mayo de 1999, como reza la portada. La séptima edición la elaboró un equipo de editores en las oficinas de su periódico hermano *El Norte*. Aunque en esta próxima edición ya no serán las poco más de 50 páginas de la actual, conserva su formato compacto, ahora, con poco más de 70 páginas, así como una estructura sumamente sencilla pero completa.



El primer manual de estilo apareció cuando solo existía el periódico *El Norte* en Monterrey a comienzos de los años setenta. El manual tiene una historia pero lo importante es que su uso ha complementado un proyecto de ejercicio periodístico en una empresa en expansión. Conforman Grupo Reforma cuatro diarios: *El Norte* en Monterrey, *Reforma* en la Ciudad de México, *Mural* en Guadalajara y *Palabra* en Saltillo.

En 1978 *El Norte* comenzó una reestructuración, se encontraba con la problemática de la escasez de periodistas profesionales. La carrera de periodismo no existía como tal en Monterrey en aquellos años y egresados de la carrera de comunicación, especialmente productores, publicistas y publirrelacionista, respondían a las convocatorias que cada año el diario regio abría. Así también comenzaron a acudir egresados y profesionistas de otras carreras como abogados y economistas, entre otros, y parte de la solución consistió en redactar un manual de estilo, inspirado en el periodismo norteamericano, para darle uniformidad a las notas y una orientación a los *nuevos periodistas* sobre cómo elaborar notas informativas y mediante normas precisas cómo deseaba *El Norte* que lo hicieran.

La expansión de la empresa se dio de tal manera que de 40 personas en la Redacción del impreso regiomontano a principios de los ochenta, en el 2003 son mil 200 de dicha área en todos los diarios del Grupo.

El manual de estilo tiene para Grupo Reforma una función fundamental, según María de Jesús García, instructora de capacitación de desarrollo editorial, es posicionar en la sociedad el estilo editorial de sus medios, facilitar su identificación a través del uso del lenguaje y fijar así una identidad propia frente a los demás diarios. Contiene lo sustancial, lo que ya hemos revisado anteriormente. Es el compendio de normas más breve de los ya analizados aquí y seguramente de los existentes.

Posee una estructura muy similar a las hojas de estilo utilizadas en las universidades donde se imparte periodismo en Estados Unidos, en la extensión del compendio, pasando por la diversidad de las temáticas y la brevedad de ejemplos. Parten del hecho de la imposibilidad de abarcarlo todo y proporcionar los principios necesarios para ayudar al reportero y al editor a mejorar su trabajo, uniformarlo y unificar así criterios en el periódico.

En su estructura:

Ética del periodista.- La conducta del periodista • Actitud y presentación • Cómo reportear • La entrevista • Cómo utilizar citas • Citas y puntuación • Abreviaturas • Direcciones • Fechas, meses y horas • Mayúsculas y minúsculas • Números • Títulos • Atribuciones • Algunos términos de uso conflictivo*

OBSERVACIONES:

1) Las particularidades de su estructura son: recomendaciones sobre cómo salir a cubrir un hecho noticioso, actitud y presentación de los reporteros, consideraciones para entrevistar, listado de verbos para atribuir, cómo citar direcciones y puntuación en las citas.

En su contenido:

Recomendaciones éticas y de conducta profesional • Cómo reportear.- Definición de la noticia, omitir opinión, trato a las fuentes, recomendaciones sobre la jerarquización de la información, confirmación de datos, evitar adjetivos y adverbios, pobreza de lenguaje, precisión de datos y sustento en la información • Tipos de entrevista • Cómo citar y opciones para estructurar una cita • El uso de comillas y puntuación en las citas y uso aceptable de las comas • Abreviaturas, siglas y acrónimos • Abreviación o desarrollo de direcciones y uso de mayúsculas o minúsculas • Modos de escribir fechas, meses y horas • Empleo de mayúsculas y minúsculas • Escritura de números naturales, en cantidades, porcentajes y cifras • Títulos como cargos, dignidades, ocupaciones o nivel de estudios • Atribuciones.- casos específicos, listado de verbos y su definición • Términos de uso conflictivo.- verbos, frases, expresiones, extranjerismos y ortografía dudosa

OBSERVACIONES:

- 1) Se divide en dos apartados lo que pareciera un solo tema. La ética del periodista y la denominada *conducta del periodista*. En el primer tema se desarrolla un aparente elogio al periodista y también un recordatorio de su responsabilidad al ser *un depositario del derecho de todo ciudadano a tener acceso a la información*, según dice el Manual. Seguido se enlistan acciones representativas de tal responsabilidad como no omitir hechos dignos de darse a conocer, respetar la vida privada y la intimidad, publicar las distintas versiones de una controversia, presumir que personas acusadas de delitos son inocentes mientras no sean condenadas, evitar estereotipos y discriminación y rectificar errores, entre otros. En cambio, *La conducta del periodista* se refiere a una descripción del periodista del medio según su director general, Alejandro Junco de la Vega; por ejemplo, su recomendación para no publicar notas falsas y buscar varias fuentes para confirmar la información y que los periodistas de su medio no funjan como *boletíneros*⁵³ y disfracen la publicidad como noticia.

⁵³ El manual de estilo del *Reforma* entrecomilla dicha palabra, yo prefiero ponerla en cursivas.

- 2) El apartado *Actitud y presentación* se refiere a la conducta del periodista dentro y fuera del periódico. De esta manera son diferenciadas las recomendaciones éticas en cuanto al trabajo periodístico, la conducta como una actitud profesional expresada en acciones concretas dentro y fuera del medio. Incluye la instrucción de tener una buena presentación, primer norma de este tipo.
- 3) Enuncia recomendaciones muy generales acerca de cómo reportear y realizar entrevistas. *Cómo reportear* responde a las características de reclutamiento de *nuevos* periodistas, quienes provienen de diversas áreas del conocimiento.
- 4) A diferencia de todos los manuales aquí revisados es el único que incluye un apartado sobre definiciones de verbos llamados de atribución. Explica la diferencia entre los verbos que son empleados erróneamente como sinónimos de *dijo*: aclaró, afirmó, apuntó, comentó, expresó, enfatizó y otros más.

Índice	
1. Ética del periodista	3
2. Actitud y presentación	5
3. Cómo reportear	7
4. La entrevista	12
5. Cómo utilizar citas	16
6. Citas y puntuación	21
7. Abreviaturas	30
8. Direcciones	32
9. Fechas, meses y horas	33
10. Mayúsculas / minúsculas	36
11. Números	43
12. Títulos	46
13. Atribuciones	50
14. Algunos términos de uso conflictivo	54

Índice	
1. Ética del periodista	3
2. Actitud y presentación	5
3. Cómo reportear	7
4. La entrevista	12
5. Cómo utilizar citas	16
6. Comillas y puntuación	21
7. Abreviaturas	30
8. Direcciones	32
9. Fechas, meses y horas	33
10. Mayúsculas / minúsculas	36
11. Números	43
12. Títulos	50
13. Algunos términos de uso conflictivo	54
Anexo 1. Atribuciones	57
Anexo 2. Ediciones suburbanas juveniles	61
Anexo 3. Publicaciones en línea	63
Anexo 4. Navidad	64
Anexo 5. Semana Santa	65
Anexo 6. Día de Muertos	66
Anexo 7. Elecciones	67
Anexo 8. Visitas papales	71

Índice de la séptima edición del manual, fechado en 2003 (derecha) junto con el de 1999 en fondo gris (izquierda).

La actualización del 2003 afectó estructura y contenidos en los siguientes rubros:

OBSERVACIONES:

- 1) El apartado *Citas y puntuación* cambió a una denominación más apropiada por *Comillas y puntuación*. El contenido trata en mayor medida la utilización de las comillas en las citas además de las comas, puntos y dos puntos y seguido. Sin embargo el tema de las citas es desarrollado en otro punto, este se refiere fundamentalmente a la puntuación.
- 2) La estructura original sufrió un cambio y el apartado de atribuciones fue incluido como anexo y el número de apartados descendió de 14 a 13.
- 3) Varios anexos fueron incluidos. El fin es explicar cómo citar publicaciones juveniles, publicaciones en línea o fragmentos, cómo mencionar y reportear las festividades de Navidad, Semana Santa y Día de Muertos, cómo reportear en las elecciones y en las visitas papales, donde han tenido, según aclaró la instructora de capacitación en desarrollo editorial de *Reforma*, María de Jesús García, diferentes puntos de vista, dudas y errores editoriales.

La también editora dijo que la preocupación fundamental de revisar el manual de estilo es mantener el manual actualizado y esclarecer la utilización dudosa y conflictiva de ciertos usos de lenguaje a pesar de no ser cotidianos como las festividades o las elecciones. Explicó además cómo, cuando surge una duda cuyo uso puede afectar el trabajo en todo el diario, circula a través de su sistema de mensajes electrónicos la advertencia para no utilizarla hasta definir el criterio para su empleo.

El periodismo de *Reforma* no está ideologizado, según García, debido a la definición de criterios arbitrariamente. Las normas de redacción, explicó, son criterios que obedecen a la búsqueda de identidad y diferenciación con otros medios, no a expresar una afinidad política o ideológica.

2.2 Estructura y contenidos básicos del manual de estilo

Luego de un acercamiento a los manuales de estilo, se sintetizan la estructura y los contenidos básicos encontrados. En el anterior apartado se enumeraron observaciones para describir cuáles son las normas de redacción (estructura) predominantes en los manuales aquí revisados así como para comentar cómo ciertos aspectos de cada norma son resaltados u omitidos (contenido). El resultado es una lista de las normas de redacción más utilizadas, por este hecho, básicas. También son consideradas en ésta las guías de términos y glosarios que responden a los principios periodísticos de precisión, propiedad y claridad:

Proceso operativo: descripción de funciones operativas, organización • *Estilo editorial*: mayúsculas, abreviaturas, acrónimos, siglas, números, comillas, cursivas, citas, direcciones, fechas, títulos y cargos, estructura y jerarquización de la nota informativa, de entrevistas • *Recomendaciones ético-conductuales*: De las fuentes, de las omisiones de hechos y datos, de inclusión de las versiones en una noticia, confirmación de datos, del compromiso del reportero en estar informado y actualizado • *glosario de errores comunes* • *glosario de dudas frecuentes* • *guía de términos de internet* • *guía deportiva* • *guía de términos de negocios y finanzas* • *uso del idioma*: gramática, puntuación, extranjerismos, neologismos y léxico.

Tanto estructura como contenidos denotan ya una especialización muy marcada en las temáticas de la información y, lo más importante, el tratamiento a cada una de ellas requiere de normas particulares de redacción. El uso de guías de términos disponibles en cualquier momento ayuda al reportero a realizar consultas especializadas, además de la orientación para escribir palabras nuevas producto de innovaciones tecnológicas, hallazgos científicos de uso conflictivo o de expresiones que, como se ha dicho antes, incorporan en el lenguaje cotidiano.

La esencia de un manual de estilo la encontramos aquí, según las definiciones y los propios compendios. Un manual de estilo pretende abarcar tanto los criterios básicos como son mayúsculas, abreviaturas y numerales, entre otros, como temáticas informativas particulares, por ejemplo: los deportes, donde frecuentemente hay imprecisiones gramaticales, usos incorrectos, invenciones y ocurrencias popularizadas al circular en los diarios o por ser mencionadas por locutores y cronistas; negocios y finanzas, donde la terminología, tecnicismos y el uso de cifras, palabras extranjeras y términos nuevos causan confusión e incorrección; guía para internet, son ya la mayoría de los medios los que cuentan entre sus contenidos con secciones de tecnología en donde, inevitablemente, ocurren problemas como los anteriormente descritos. Será fundamental tomar en cuenta las guías pues son muestra de disposición y apertura para la actualización porque el quehacer periodístico pretende ser correcto pero abierto a la vez a la transformación del lenguaje.

2.3 Funciones del Manual de Estilo

Los manuales de estilo son una producción propia de cada medio, con algunas coincidencias con otros en ciertos principios pero de origen diferente, por lo menos así debería ser, pues como indica el filólogo Alberto Gómez Font en su artículo *Los libros de estilo en los medios de comunicación en español*⁵⁴, los manuales últimamente se han convertido en *ovejas clónicas* de otros ya existentes. Son dos enfoques: la producción original, *ad hoc*; y los *clones*.

Tras la revisión de algunos manuales de estilo podremos deducir ciertas funciones a manera de categorías que son cumplidas por ciertas estructuras y contenidos.

A continuación desgloso las funciones de las normas de redacción, según lo expuesto en este capítulo:

⁵⁴ El tema de las *Ovejas Clónicas* se comenta en muchos de sus artículos, incluso en sus ponencias durante el Congreso Internacional de la Lengua Española celebrado en Zacatecas, México, en 1997.

Gramatical

A pesar de existir reglas gramaticales de obligado cumplimiento —de lo contrario sería un caos— los medios se encargan de emitir normas más específicas, es decir, son gramaticales por su naturaleza pero en este caso son emitidas por el medio para el cumplimiento de sus integrantes. No son para la práctica de sus lectores, su ciudad o su país, tienen un objetivo concreto para el medio únicamente.

Su finalidad es definir criterios para conseguir que la información publicada por el medio sea uniforme para que las noticias sean leídas con los mismos parámetros redaccionales, en este caso gramaticales, y constituyan un conjunto armónico.

Por el lado empresarial el producto, la información, debe contar con las mismas características formales para ser distinguido de otros.

En ocasiones las normas del medio pueden no coincidir con las reglas establecidas. Como señala Sergio Loya, el manual de estilo acota o se aleja de los preceptos idiomáticos establecidos, según considera necesario. Así cuando la regla dice que los cargos y títulos siempre son escritos con mayúscula, el manual indica si serán escritos con alta o con baja o en qué casos se aplique la norma. En el mismo sentido cuando la gramática enseña a puntuar las siglas, la tendencia en los medios es alejarse de ese precepto no puntuándolas. El uso de las comillas y los guiones es otro ejemplo de la función gramatical, entre otros.

La función de los manuales de estilo, eminentemente gramaticales, es conseguir la corrección en el empleo del idioma en el supuesto de su apego a las reglas.

En el caso de una selección arbitraria de ellas, la función gramatical coadyuvará a tener identidad y, por lo tanto, diferenciación con otros medios, la competencia.

Léxico-lingüística

Atenderá los aspectos pertenecientes o íntimamente ligados a la lengua, su uso y los cambios a los cuales es susceptible por el surgimiento de términos o frases populares o la interacción de los idiomas en la era de las comunicaciones y de la popularización de tecnologías, cuyos nombres están supeditados al inglés, por ejemplo.

De problemas como éste provienen los esfuerzos en cuanto a corrección de aplicaciones erróneas de palabras inglesas que tienen acepciones en español, pero la popularidad de las primeras, algunas veces, fijan su uso en la(s) sociedad(es). En esta función también se aclaran usos del lenguaje arraigados por la costumbre cuyo significado por su origen —vulgares, comunes, cultos, especializados, técnicos, populares— y su aplicación real no es la misma: tomar por sostener, mirar por observar, etcétera.

El periodismo debe aspirar a emplear las palabras claras, precisas y propias para evitar en todo momento caer en imprecisiones, confusiones e incluso en polémicas y problemas por no saber expresar lo que queremos decir.

La defensa del idioma es otra función lexico-lingüística y su principal abanderada es la *Agencia EFE*, la cual a través del Departamento de Español Urgente excluye o acepta, mediante un estudio filológico, social y periodístico, neologismos y extranjerismos en general, palabras ajenas al español pero que por su empleo, arraigo o popularización podrían crear conceptos e ideas propias. Así evitan sustituir palabras del vocabulario de los hispanohablantes. Podrá haber excepciones, como en todo.

También esta función busca normalizar el lenguaje ante el deterioro progresivo que padece el idioma y, según el propio *Manual de Español Urgente* lo ha asimilado, aumentar el prestigio del medio que lo practica. En suma, facilita el

trabajo del periodista mediante la fijación de normas acerca de lo aceptado en el medio. En muchos casos pueden ser convenciones arbitrarias.

Ético-conductual

La función de estas recomendaciones tienen como objetivo recordar al reportero que debe ser profesional, ético y ejercer con dignidad su responsabilidad social de ofrecer información confiable y veraz. Asimismo, al medio le interesa emitir recomendaciones respecto al comportamiento profesional del reportero, su actitud frente a sus fuentes, los demás periodistas, el acercamiento a la información y el uso de sus herramientas de trabajo.

La credibilidad de la empresa periodística o informativa y su prestigio, pueden ser afectadas si el periodista falta a alguno de estos dos aspectos. El periodista puede comportarse de buena forma con sus fuentes de información, pero tener una actitud irresponsable dentro de las puertas del medio o viceversa.

Profesional

Todas las funciones son profesionales y buscan resultados profesionales, pero esta función está enfocada en el cumplimiento de exigencias por el periodista especificadas por el medio en el manual. Generalmente son confundidas o incluidas tales recomendaciones en las ético-conductuales, sin embargo éstas apelan únicamente al *desempeño profesional* y no al *comportamiento*. La diferencia radica en que el primero se refiere al ejercicio de su trabajo, respecto a cómo jerarquizar la información o hacer una entrada, normas para escribir, por ejemplo; lo segundo a la actitud con la cual va a desempeñar su trabajo y tiene más relación con valores y principios.

2.4 Algunas experiencias de medios de comunicación mexicanos en el uso de manuales de estilo

Para conocer la experiencia de los medios de comunicación mexicanos citados en este trabajo en lo que respecta al uso de manuales de estilo, se realizaron tres entrevistas, una por representante de cada medio, para comprender de viva voz las ventajas, las desventajas, los obstáculos, los objetivos y resultados de trabajar con un manual de estilo.

Conocer los distintos enfoques que de las normas de redacción y de los manuales de estilo tienen periodistas involucrados en la elaboración de dicha herramienta de trabajo es interesante pues encontramos su apreciación práctica sobre el objetivo que debe cumplir un manual de estilo y qué funciones debe desempeñar.

Los periodistas entrevistados son: de *Reforma*, María de Jesús García, fundadora y actualmente instructora de capacitación en desarrollo editorial, participa en la revisión del manual, fungió por casi 10 años como editora de primera plana; de *Notimex*, participó en la elaboración del manual y fungió como Director General de la agencia, Jorge Medina Viedas, quien además de impartir clases en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM, es director del suplemento *Campus Universitario* de *Milenio Diario*; por último, de *Proceso*, el editor Sergio Loya, con amplia trayectoria como editor y reportero marcó pautas en normas redaccionales en *Unomásuno*, elaboró manuales de normas de redacción para *La Jornada* y *El Financiero* así como el manual de estilo actual para *Proceso* y *Apro*.

El propósito de las entrevistas es conocer percepciones de periodistas mexicanos en activo respecto a los objetivos del manual de estilo y sus funciones, así como cuestiones propias de la experiencia en el trabajo con manuales de estilo: ventajas y desventajas, obstáculos en su implementación; razones de su elaboración y sus circunstancias; el origen y tendencia de las normas: arbitrariedad, sujeción a

normativas idiomáticas y criterios de aceptación o rechazo de palabras, términos y expresiones de otro idioma, así como de su castellanización.

Reforma

El Manual de Estilo de Grupo Reforma surge en un momento de transición organizativa en el periódico *El Norte*. Por supuesto, el manual en ese entonces era titulado *Manual de Estilo de El Norte*. El ingreso de profesionistas de diversas especialidades en el área de la comunicación y de otras carreras era recurrente debido a la inexistencia de la carrera de periodismo en Nuevo León. A diferencia de otros medios, el manual no formó parte del proyecto integral del medio y fue elaborado con el fin de emitir instrucciones precisas para la elaboración de la nota informativa principalmente. Esto fue complementado con un curso de ingreso para aquellos periodistas o profesionistas de otras carreras que acudieran a la convocatoria de admisión.

Luego de afrontar tales circunstancias y debido a la propia expansión de la empresa, fue constituido el Grupo Reforma y el uso del manual se extendió a sus diarios publicados en Guadalajara, Coahuila y la Ciudad de México. Su objetivo cambió con los retos de la empresa. Para comienzos de los ochenta, recuerda la editora, *El Norte* contaba en su redacción con 40 miembros, actualmente, son alrededor de mil 200 distribuidos en las redacciones de todos los diarios.

Según María de Jesús García, el objetivo del manual es la identidad, que la sociedad identifique el estilo del diario a partir del uso y escritura de las palabras, del desarrollo de sus notas informativas, en conjunto, la manera de escribir de sus reporteros. Describió el Manual de Estilo como una norma de trabajo donde se encuentra definido cómo utilizar el lenguaje en la elaboración de las notas informativas, delimita el uso de las palabras y cómo evitar los protocolos al aplicar como norma fundamental la claridad para evitar el lenguaje rebuscado y

proporcionar información útil. Lo definió como una guía de instrucciones de comportamiento ético y de uso del lenguaje en la información.

Asimismo aclaró que la definición de las normas como el uso de mayúsculas, responde al libre arbitrio, no a la ideología ni a la asunción de posturas políticas ni con un modelo de empresa periodística. Responde más bien con lo que llamó un *modelo de periodismo* que consiste en proporcionar información útil a la sociedad.

En adición a lo anterior, consideró que además de identidad se consigue uniformidad en los materiales informativos. La importancia de laborar así, dijo, es tener periodistas que trabajen a partir de normas, con mayor precisión y de manera organizada.

Los esfuerzos de Grupo Reforma se concentran en talleres de verano, impartidos a aspirantes para laborar en sus medios y en los cuales son capacitados para conocer la forma de trabajo en el periódico y familiarizarse con su estilo informativo. El taller también es impartido al personal, tanto a editores como reporteros cuyo ingreso no fue a través del taller externo.

Se trata de conseguir la práctica de un lenguaje informativo sencillo y claro sin dar cabida al lenguaje popular y evitar usar verbos o términos complicados de entender.

El principal obstáculo para la aplicación del manual es la resistencia por utilizar normas para la redacción. Explicó que los periodistas, en particular los articulistas y columnistas, presentan ese problema al creer que será limitada su libertad y creatividad de escribir, aunque realmente no suceda así. Se debe incluso a la falta de costumbre o a justificaciones tan simples como la resistencia al cambio en la forma de trabajar. Por ello dicha dificultad se origina principalmente en quienes

proviene de otros diarios; el problema, concluyó la editora, consiste en la adaptación al cambio.

Las normas de redacción en *Reforma* deben ser entendidas como un esquema que ha de ser completado con los datos, la información y el propio estilo del periodista, afirmó, competen únicamente con cuestiones de forma y no de contenido.

Llamó la atención que para elaborar la última edición del manual, fueron cotejados otros de medios como *EFE*, *El País* y *Reuters*. Al ser cuestionada respecto a si la consulta de manuales en la revisión del de *Reforma* tuvo como propósito rescatar aspectos no tomados en cuenta anteriormente, replicó que su consulta fue para definir mejor la identidad del Grupo Reforma frente a otros medios.

El uso del manual de estilo, concluyó, ha redundado en ventajas y alcanzar los objetivos de la empresa antes descritos. Las resistencias se han superado progresivamente aunque, añadió, la sujeción a un cuerpo de normas de esta naturaleza nunca se da de manera completa, pues el personal no es el mismo, siempre hay resistencias y, sobre todo, errores u omisiones.

La primera edición apareció a finales de los setenta y la sexta data de 1999. La editora María de Jesús García fue fundadora del periódico *Reforma* en 1993 en la Ciudad de México.

Proceso

El Manual de Estilo del semanario *Proceso* y de la agencia informativa *Apro* es reciente en comparación con el de Grupo Reforma y de otros medios de habla hispana publicados en la década de los setenta, éste tuvo su primer tiraje en 1998 y agotado rápidamente fue reimpresso en 1999.

Sergio Loya fue el encargado de elaborar el compendio de normas, el primero para el semanario y uno de varios más en la carrera del editor. Dejó su aportación en *Unomásuno*, elaboró manuales de normas de redacción con el mismo título en *La Jornada* y *El Financiero*. Cuenta con amplia experiencia en la corrección de originales, en la supervisión editorial y tipográfica en las primeras planas de los periódicos citados y sus secciones, editaba las cabezas, revisaba las notas informativas en su contenido y en su redacción.

La razón del encargo al editor era la problemática de la falta de uniformidad en los trabajos de los reporteros, no había acuerdo en la escritura ni en la ortografía ni en la puntuación, por la gran cantidad de extranjerismos urgía fijar posturas y los errores eran siempre los mismos. Loya habló de vicios en la redacción que por la frecuencia de su repetición parecen correctos y reconoció la falta de preocupación por el lenguaje.

Dijo que si no existiera un manual de estilo habría profunda anarquía en el uso de aquellas palabras que la gramática o por la Real Academia Española permite escribir de dos formas. Además, explicó que las normas de redacción son criterios promovidos por el medio.

Consideró que hay una percepción errónea de los manuales de estilo, como creer que son una imposición de formas de estructuración de textos de manera impositiva. La utilidad del manual para *Proceso* consiste en establecer cuándo aplicar y cuándo no ciertas normas idiomáticas, evaluar la incorporación de extranjerismo y neologismos, ayudar al personal de un medio a esclarecer sus dudas más frecuentes, establecer algunos principios para realizar el trabajo de acuerdo con códigos deontológicos, uniformar los usos del lenguaje, motivar al personal a interesarse en los problemas del uso del lenguaje, a discutir y a proponer soluciones para la redacción y hacer conciencia de valores como la pulcritud, brevedad y las cualidades del estilo.

Respecto a la razón por la cual se le atribuyen a las normas de redacción ciertas funciones ideológicas, consideró que tienen preponderancia las cuestiones gramaticales dirigidas a facilitar la rapidez y comprensibilidad en la lectura. Mencionó el *Unomásuno* de Becerra Acosta, en los ochenta, cuando un grupo de editores por él encabezado optó por sustituir la mayúscula en cargos como el de Presidente o Secretario de... por minúscula, un tabú del periodismo mexicano contemporáneo. Fue atribuido a su ideología izquierdista (de la época) traducir en norma redaccional su distanciamiento con el poder. Sin embargo, adujo, la denominada por ellos mismos *mayúscula reverencial* no era sólo un asunto político o ideológico sino algo relacionado con la cultura y con sus hábitos de escritura. La aplicación normativa de escribir con mayúscula un cargo nos llevaría a plantear la posibilidad de repetirlo con todos, de lo contrario denotaría discriminación, así que por simplificar el trabajo y la comprensibilidad⁵⁵, es mejor escribir los cargos, títulos o dignidades en minúscula, con ciertas excepciones, aseguró.

Las resistencias al implementar un manual son inevitables, afirmó. Éstas son producto de concepciones erróneas como la imposición de su uso o la limitación creativa a la cual creen serán expuestos. Sin embargo, eso no les permite percatarse de las ventajas, por ejemplo, tener un instrumento de apoyo para evitar perder tiempo en discutir las diferencias de opinión. La resistencia se debía en ocasiones a que el editor y el reportero sentían que eran subestimados al considerarlos, al darles instrucciones por escrito, incapaces de tomar decisiones.

El manual, dijo Sergio Loya, es el primer paso para un proyecto interno de explorar y evaluar nuevas formas de redacción periodística e incorporar en las notas informativas metáforas o figuras del lenguaje, aunque esto, reconoció, requiere mayor madurez por parte de los integrantes del semanario.

⁵⁵ Según Sergio Loya, hay estudios que sustentan que el exceso de mayúsculas dificulta la comprensibilidad de un texto y la rapidez para leerlo.

Cuando abordó las temáticas del manual aclaró que la utilización de las siglas obedece a mejorar la fluidez de la lectura y no a un ahorro de espacio o a una moda.

La identidad de *Proceso*, concluyó, no radica en la aplicación de las normas de redacción, todos los criterios antes mencionados ayudan estrictamente a escribir con corrección, facilitar la lectura y hacer comprensibles los textos. La identidad del semanario, enfatizó, se posiciona mediante los aspectos que justamente no regula un manual de estilo como la creatividad y la capacidad crítica de los reporteros así como la profundidad e investigación de su trabajo.

Notimex

Por parte de la Agencia Mexicana de Noticias, su exdirector, Jorge Medina Viedas, afirmó que la elaboración del *Manual de Organización y Estilo Editorial* complementó la proyección de un periodismo público, al cual definió como la defensa de la pluralidad, coherente con la sociedad democrática contemporánea.

Buscar un mejor periodismo es posible y esto se logra, añadió, dando voz a todos los integrantes de una sociedad. El manual para *Notimex* materializa la consolidación de todo ello, del espacio público. La coyuntura política y la pluralidad debía reflejarse también en la Agencia.

El compendio de normas de redacción, antecedente del citado, no cumplía con este perfil y, con el objetivo de renovar la práctica periodística en la Agencia, se estableció un compromiso plasmado en el Plan Institucional el cual manifestó la voluntad de diseñar un manual que constituyera un nuevo paradigma de trabajo, empresa que fue desarrollada durante 2 años.

El consenso para contar con un nuevo manual era amplio, el personal quería un instrumento que permitiera elevar la calidad del conjunto del trabajo de la Agencia,

indicó. El objetivo del manual, básicamente, según Medina Viedas, es uniformar criterios redaccionales, de estilo y de los procesos de construcción de los géneros periodísticos. Al cuestionarlo respecto a si los criterios para definir las normas de redacción en *Notimex* obedecieron a cuestiones políticas, de defensa del idioma o de índole gramatical, enfatizó: "*Nunca nos preocupó atender cuestiones políticas para definir nuestros criterios. No así los aspectos relacionados con la defensa del idioma, esfuerzo que debe mantenerse en los medios y en particular en la Agencia EFE y así preservar los usos del lenguaje en español cuando circulan tantos neologismos de origen extranjero*".⁵⁶

Definió a los manuales de estilo como herramientas complementarias muy importantes para los medios de comunicación cuyo propósito es consolidar su identidad y elevar su calidad periodística. La identidad es un valor muy importante que algunos medios buscan y el manual representa un medio para conseguirlo.

Coincidió en que las ventajas de contar con un manual son muchas, pero no está de acuerdo con atribuirle la calidad del trabajo de un medio.

Consideró debe reconocerse que las normas escritas en esos compendios reflejan el trabajo mismo del periodista y se nutren de él, no significan nuevos paradigmas: "*Los manuales antes de serlo, nutren sus contenidos de la práctica de los periodistas, al codificarlo obtenemos un manual. Es presentado de manera ordenada, lógica y coherentemente lo que lleva a cabo el mismo personal*".⁵⁷

Admitió que los obstáculos y las resistencias del personal para aplicar el manual son "normales", ya que siempre es difícil orientarlo con normas y procedimientos. Un periodista profesional, agregó, siempre se adaptará a la implementación de formas de trabajo.

⁵⁶ Entrevista con Jorge Medina Viedas, exdirector de *Notimex* realizada el 29 de mayo de 2003.

Es necesario reconocer la imposibilidad de tener, en cualquier medio, uniformidad al cien por ciento, es cuestión de actitud la mejora de la calidad del trabajo.

Respecto al Proyecto Zacatecas opinó que ni siquiera le parece deseable la iniciativa de recopilar los manuales de estilo de los medios y diseñar uno para todos pues, en su opinión, debe respetarse la identidad de cada medio. Asimismo dijo que la palabra nunca debe ser coartada, cada medio debe ser libre de elegir sus propias normas de redacción y deontológicas, el acotamiento de su lenguaje. La diferencia entre países, las diferencias culturales hacen imposibles proyectos de este tipo, mientras que la defensa del idioma es una responsabilidad de todos, nadie está fuera de su alcance, insistió.

Se pronunció en favor de una de las grandes tareas de los medios de comunicación, rezagada y cada vez más olvidada: su naturaleza educativa. Ella, debe ser una de las tareas fundamentales de cualquier medio y no sólo se cumple a través de la implementación de manuales de estilo, sino fundamentalmente en la práctica. Es la gran aportación de los medios de comunicación, concluyó.

Para dar sentido a este vuelco de ideas propias de representantes de distintos medios, con maneras diferentes de hacer su trabajo y de concebir los manuales de estilo, son consignados algunos razonamientos:

Hay un aumento en la preocupación por los usos del lenguaje. Es oportuno decir que, aunque no profundizaron en el tema del lenguaje, comentaron los esfuerzos realizados por el medio para contrarrestar la invasión desmedida de neologismos. Los manuales mismos lo reflejan.

Se confirman las tesis referentes a la búsqueda de identidad y de mayor calidad en el trabajo mediante la aplicación del manual de estilo. La iniciativa de elaborarlo se

⁵⁷ *Ídem.*

debió en todos los casos a la necesidad de uniformidad en aspectos gramaticales, lingüísticos y deontológico; comprensibilidad, acuerdo en la presentación de los materiales informativos en forma y contenido y aquellos tópicos de estilo en los cuales se define la personalidad del medio. De esta manera se comprueban las funciones definidas anteriormente y podría concluirse que estas experiencias aportan enseñanzas valiosas para el diseño de la propuesta de un manual de estilo para la Agencia Universitaria de Noticias, Aunam.

CAPÍTULO 3

3. LA AGENCIA UNIVERSITARIA DE NOTICIAS Aunam



aunam

3.1 Origen

La licenciatura en Ciencias de la Comunicación utilizó por 21 años, desde 1976, el mismo plan de estudios, hasta que el Consejo Académico del Área de Ciencias Sociales (CAACS) aprobó el 8 de agosto de 1997 el nuevo Plan de Estudios. En consecuencia, luego de dos décadas, los egresados de comunicación de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en la UNAM presentaban un rezago frente a los de otras universidades, las cuales, cada vez en mayor medida, ofertaban cursar dicha opción profesional con materias acordes a la realidad tecnológica y social.

Las desventajas que enfrentaba el profesional de la comunicación de la UNAM fueron documentadas en *Filosofía de la Reforma a los Planes de Estudio de las Licenciaturas*, elaborado por la Comisión Especial encargada de revisar los diagnósticos y evaluaciones de los planes de estudio de 1976. Dicha instancia fue creada por la Comisión Académica, la cual coordinaba los trabajos de la Reforma. El documento mencionado reveló aquellos aspectos que los planes de estudio de 1976 no cumplían y los definió como principios que debían cumplirse. El referente a la relación entre el plan de estudios y la competitividad laboral dice: *“Que los planes de estudio sean profesionalizantes, en el sentido de proporcionar a los estudiantes una formación integral que les permita desarrollar conocimientos, actitudes, aptitudes y habilidades, que les den competitividad laboral”*⁵⁸.

⁵⁸ Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación, Presentación, p. 5

Los resultados del diagnóstico y de la evaluación a los planes de estudio del 76 determinaron su obsolescencia tanto en las asignaturas como en las temáticas. La explicación para este hecho preocupante fue que en los últimos 21 años la realidad nacional e internacional había experimentado cambios profundos y añadieron que el avance epistemológico de las disciplinas ha sido significativo. También se concluyó que la formación había estado orientada a la docencia y la investigación, no a proporcionar las habilidades y conocimientos prácticos que demanda el ejercicio profesional.⁵⁹

Asimismo la exposición de motivos del Acuerdo de aprobación del Plan de Estudios de 1997 confirmó lo siguiente: "*La transformación social, económica y política tanto a nivel nacional como internacional que se viene dando desde principios de los ochenta(...) contribuyó a la desactualización de un plan de estudios de Ciencias de la Comunicación —(el de 1976)— que estaba centrado más en la formación de investigadores y analistas sociales de los procesos y formas de comunicación propios de los años setenta, que en la de los campos profesionales y espacios de construcción social del siglo XXI. Todo esto coadyuvó a la marginación profesionalizante que el mercado laboral ha venido exigiendo cada vez más de los egresados*"⁶⁰.

Es en dicha lógica que nace la Agencia Universitaria de Noticias Aunam, creada como parte del proyecto *Sala de redacción, agencia informativa y periódico estudiantil*, el cual apoya los objetivos de la opción terminal de Periodismo del actual Plan de Estudios de la carrera en Ciencias de la Comunicación de nuestra Universidad. Se pretende que los alumnos obtengan la experiencia de laborar en una agencia informativa al desempeñar funciones y responsabilidades similares a las que hallarán en el campo profesional.

⁵⁹ *Ídem*, p. 6. Para conocer otros resultados consulte el apartado Resultados de la Evaluación de los Planes Anteriores

⁶⁰ El acuerdo puede consultarse en el Plan de Estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación 1997.

Entre las necesidades de formación académica de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México está la adopción de condiciones de aprendizaje que concreten el tránsito entre la formación estudiantil y la práctica profesional. Por ello, la elección de proyectos estratégicos y efectivos es fundamental para satisfacer dichas necesidades.

Otro de los objetivos de Aunam es que sea considerada por los medios de comunicación como una fuente importante de información sobre las actividades de la Universidad. Para ello, este proyecto tiene suscrito, desde noviembre del 2000, un convenio de colaboración con *Notimex*. Es a través del hilo universitario de esta Agencia que sus suscriptores pueden acceder a las notas, entrevistas y reportajes que realizan los estudiantes, con la garantía de ser trabajos de calidad profesional.

El 13 de noviembre de 2001, en el marco de la celebración de los 450 años de la Universidad Nacional y de los 50 de la Facultad de Ciencias Políticas, se inauguró oficialmente este esfuerzo que ya cuenta con una estructura y el compromiso de estudiantes y profesores por hacer de Aunam una alternativa metodológica que fomente en los futuros profesionales la redacción, organización y responsabilidad periodísticas.

Aunam, en tanto proyecto académico, se suscribe en el Programa de Apoyo a Proyectos Institucionales de Mejoramiento a la Enseñanza (PAPIME) de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico. El PAPIME, establecido en la UNAM en 1993, *"tiene la finalidad de estimular y respaldar la creatividad de los profesores en el contexto del mejoramiento de la enseñanza, mediante la innovación en el quehacer docente, y con ello, ampliar también las posibilidades de la carrera académica"*⁶¹. Dicho respaldo consiste en proporcionar recursos económicos extraordinarios para equipamiento, publicaciones, insumos y publicidad, básicamente, que todo tipo de proyecto académico requiere.

⁶¹ <http://dgapa.unam.mx/papime/papime.html>

La agencia universitaria es también la cuarta etapa del proyecto mencionado. La primera, según el proyecto presentado a PAPIME por la profesora Carmen Avilés⁶², consistió en la habilitación del espacio y el equipamiento de la sala de redacción; la segunda, en su organización y funcionamiento; la tercera, en el establecimiento de convenios para el fortalecimiento de la sala de redacción y el desarrollo de la Agencia Informativa; la cuarta, su ejecución; la quinta, la capacitación para el desarrollo de páginas electrónicas, soporte del periódico estudiantil y del periódico electrónico; la sexta, planeación de los periódicos estudiantiles (impreso y web); y la séptima, la puesta en marcha del periódico estudiantil⁶³.

Es además el resultado de las circunstancias a las cuales se enfrenta el egresado de periodismo frente al mercado laboral. Así lo explica Carmen Avilés en la justificación de su proyecto: *"Las exigencias reales del mercado de trabajo para el egresado de la carrera imponen una práctica básica aún en el que se inicia, y además la carrera no ha logrado establecer una Sala de Redacción ni un órgano periodístico estudiantil institucional que le permita practicar y egresar con el nivel necesario para incorporarse a dicho mercado (...) Con la Sala de Redacción y el Periódico laboratorio se pretende proporcionar a los estudiantes un lugar y un medio adecuado para aplicar la teoría adquirida durante su formación profesional y, de este modo, coadyuvar a su pronta incorporación en el campo de trabajo"*⁶⁴.

Aunam es un proyecto académico dirigido a los estudiantes y desempeña la función de ser un refuerzo de la formación adquirida en la carrera. Su reto es conseguir la superación profesional de los alumnos, principalmente aquellos que forman parte de la opción terminal de periodismo, y contrarrestar las lagunas en el

⁶² La profesora Avilés se desempeñó como jefa de información y jefa de difusión de la FCPyS y como secretaria académica de la Coordinación de Ciencias de la Comunicación de dicha Facultad. Actualmente se desempeña como profesora de tiempo completo y es la responsable académica de Aunam.

⁶³ Información proporcionada por Carmen Avilés Solís, recopilada por Ana Cecilia Guadarrama y Efraín Ocampo García, reporteros de la Agencia, encargados de la elaboración de la carpeta de Aunam para su presentación ante los medios de comunicación en las celebraciones del 450 aniversario de la fundación de la Universidad Nacional Autónoma de México el 13 de noviembre de 2001.

⁶⁴ Proyecto *Sala de redacción, agencia informativa y periódico estudiantil*, presentado por Carmen Avilés Solís a PAPIME, p. 3

conocimiento de la gramática y la ortografía⁶⁵, como ya reconocía Carmen Avilés en dicho documento.

Los alumnos que colaboran en Aunam, cubren diversas fuentes de información universitarias, desempeñan actividades propias del corrector de estilo, jefe de redacción, jefe de relaciones públicas, reporteros y fotógrafos, bajo la supervisión del consejo editorial de la agencia formado por las profesoras Adriana Solórzano Fuentes, Ángeles Cruz Alcalde, Emma Gutiérrez González, Fátima Fernández Christlieb, Paula Guadalupe Guerrero Hernández, Nora Santacruz Chavando, Lourdes Romero Álvarez, Lourdes Durán y Carmen Avilés Solís, responsable académica del proyecto y directora de la Agencia.

Los estudiantes que así lo deseen encuentran en la Agencia una opción para cubrir el servicio social, realizar su práctica profesional o como posible tema de investigación para trabajos escolares, incluso, de tesis.

Aunam encuentra su antecedente inmediato en los años setenta, cuando se creó la Agencia de Redacción y Análisis Informativo (ARAI) en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales. El proyecto, instrumentado por los profesores Rafael Herrerías y Lourdes Romero Álvarez, era el primero en su tipo en la carrera y estaba diseñado para lograr una especialización y una aplicación de los conocimientos teóricos de los alumnos de la Licenciatura en Periodismo y Comunicación Colectiva, según la propia profesora Romero Álvarez.

La Sala de Redacción ARAI del entonces Departamento de Ciencias de la Comunicación de la Facultad, era considerado un centro de prácticas para los estudiantes de la licenciatura de Periodismo y Comunicación Colectiva. En ella, como actualmente en Aunam, los alumnos tenían el espacio para practicar los diferentes géneros periodísticos (nota informativa, crónica noticiosa, entrevista,

⁶⁵ *Ídem*, p. 6.

reportaje, editoriales y artículos de fondo), además de la corrección de originales y las técnicas de edición.

Uno de sus objetivos docentes⁶⁶ consistía en profesionalizar el conjunto de conocimientos teóricos del plan de estudios de la carrera de Periodismo y Comunicación Colectiva mediante la práctica regular. Así se buscaba acercar a los estudiantes con la realidad nacional de la cual habrían de informar y opinar.

Al igual que Aunam, se buscaba reducir el periodo de adaptación del egresado al campo de trabajo profesional, en tanto, los futuros periodistas se compenetrarían con las obligaciones y responsabilidades propias de redactores y ejecutivos de una sala de redacción profesional. Asimismo, según el instructivo elaborado por Romero, los materiales informativos y opinativos de los universitarios eran difundidos a través de diversos medios de comunicación nacionales.

Las funciones de la sala de redacción consistían, por un lado, en que los alumnos realizaran prácticas escolares correspondientes a los cursos de redacción periodística y de trabajo editorial. Ellos tenían la oportunidad de practicar cada una de las técnicas propias de los distintos géneros periodísticos supervisados directamente por cada uno de los profesores encargados de las materias de redacción periodística.

En la organización de ARAI, según el citado documento, figuraban el Coordinador de la Agencia, el Jefe de Edición, el Jefe de Información, el Corrector de Estilo, el Jefe de Relaciones Públicas, el Secretario de la Agencia, el Secretario de Edición, el Secretario de Información, el Secretario de Corrector de Estilo y el Secretario de Relaciones Públicas, aunque no pudo ser confirmado si se logró en la práctica.

⁶⁶ Información del documento original *Sala de Redacción Instructivo Interior de la Agencia ARAI*, elaborado por la profra. Lourdes Romero y el prof. Rafael Herrerías.

3.2 Objetivos

El objetivo fundamental de la agencia universitaria es proporcionar a los alumnos el aprendizaje y la práctica de la profesión a partir de condiciones similares a las existentes en las empresas periodísticas. Además, por medio de los trabajos realizados por los alumnos, los medios sabrán de las actividades y novedades que se gestan en las diversas áreas de la Universidad. Sus objetivos son⁶⁷:

OBJETIVO GENERAL

Proporcionar al estudiante de la opción terminal Periodismo del plan de estudios en Ciencias de la Comunicación condiciones de aprendizaje acordes con las prevalentes en las empresas periodísticas modernas, para lograr un vínculo efectivo entre la práctica estudiantil y la profesional.

OBJETIVOS PARTICULARES

- Armonizar la parte teórica del plan de estudios de la carrera de Ciencias de la Comunicación, con la práctica regular de las asignaturas de Redacción Periodística, que requieren el dominio de destrezas.
- Hacer gradual y consecuente el ejercicio o la práctica de los conocimientos que se adquieren en los diferentes semestres de la formación básica y la opción de Periodismo.
- Reducir el periodo de adaptación del egresado en el campo de trabajo profesional.
- Lograr que los futuros periodistas universitarios, al mismo tiempo que adquieran el dominio práctico y las destrezas de su profesión, se compenentren de las obligaciones y responsabilidades comunes a redactores y ejecutivos de una sala de redacción profesional.

⁶⁷ *Ídem*, p. 10

- El trabajo en la Sala de Redacción y en el periódico permitirá acreditar, antes de concluir la carrera, el servicio social con utilidad tanto para la Facultad como para el egresado.
- Difundir a los alumnos, a través de un periódico estudiantil, los acontecimientos que se generen en la Facultad. Gradualmente, se harán tentativas para abarcar ámbitos más amplios como otras universidades donde se imparte la carrera de Comunicación. Los mejores materiales producidos en la Sala de Redacción se destinarán al periódico estudiantil.
- Elaborar un catálogo de fuentes de información sobre Comunicación.
- Fomentar las relaciones con los diferentes medios de comunicación para aumentar las posibilidades de acceso de nuestros profesionales egresados a las plantas de redacción de esos medios.
- Mejorar la imagen que tiene la opinión pública en torno de los cometidos de la Facultad, así como contribuir, en alguna manera, como vehículo de interacción entre la colectividad y nuestra Casa de Estudios.

Así, la meta final de esta agencia estudiantil es que el alumno, como egresado de la UNAM, sea capaz de seleccionar de la realidad, conforme a criterios de pertinencia o trascendencia, hechos, ideas, vivencias, imágenes y opiniones.

Es hasta abril de 1999 cuando el proyecto *Sala de redacción, agencia informativa y periódico estudiantil* es aprobado dentro del programa PAPIME pero, debido a la suspensión de labores en la UNAM por el conflicto universitario de ese año luego de la toma de sus instalaciones por el Consejo General de Huelga⁶⁸, los trabajos se inician un año más tarde.

⁶⁸ Ver notas periodísticas de estos hechos en Anexo 2.

La firma del primer convenio con *Notimex*, en noviembre de 2000, significó un gran avance para que Aunam iniciara formalmente sus actividades. La *Agencia Mexicana de Noticias*, dirigida en ese entonces por Jorge Medina Viedas, donó e instaló una antena de transmisión para que Aunam enviara y monitoreará sus despachos. Lo anterior ha permitido que los textos enviados tengan la posibilidad de ser difundidos por sus abonados a escala nacional e internacional.

Aunam inició actividades con 11 alumnos de séptimo semestre inscritos en la materia Taller de Periodismo Especializado I del turno matutino, integrantes de la primera generación de la Opción Terminal de Periodismo de la carrera de Ciencias de la Comunicación del plan de estudios aprobado en 1997. La agencia estudiantil ha motivado proyectos de tesis entre los cuales está la presente propuesta de manual de estilo, cuatro reportajes y una propuesta de página electrónica para la agencia.

El nombre de la Agencia surgió a raíz de un concurso dirigido a la primera generación de estudiantes del nuevo plan de estudios. El logotipo de Aunam fue creado por Rodrigo Rosales González, estudiante de la licenciatura de Ciencias de la Comunicación, cuyo diseño fue escogido por los reporteros fundadores, en atención a la representatividad de los elementos esenciales del periodismo.

Para conseguir los objetivos que Aunam se ha fijado, en la actualidad, los reporteros cubren el quehacer universitario en fuentes asignadas, las cuales se concentran en cuatro áreas fundamentales: Ciencias Biológicas y de la Salud; Ciencias Fisicomatemáticas e Ingenierías; Ciencias Sociales; Artes y Humanidades. Además se tienen contempladas el área de Bachillerato y las dependencias que brindan servicio a la comunidad universitaria. En las áreas mencionadas se engloban escuelas, facultades, institutos y centros de investigación.

De acuerdo con un monitoreo de los prestadores de servicio social en Aunam, en abril de 2001 se envió el primer despacho a *Notimex* y desde entonces son más de

300 los trabajos enviados a la *Agencia Mexicana de Noticias*. Crónicas, notas informativas, entrevistas y reportajes han sido difundidos por *La Jornada*, *Excélsior*, *Unomásuno*, *Crónica*, *MILENIO Diario* y por noticiarios radiofónicos.

Con los trabajos periodísticos de los colaboradores fueron editados dos textos auspiciados por PAPIME con el apoyo de la FCPS, lo cual representa la consecución de objetivos fundamentales. El primero fue una compilación de reportajes elaborados por estudiantes en el 2001 pero publicado en el 2002 titulado *De universitarios y algo más... AUNAM: los primeros pasos*. El segundo, *Relatos periodísticos de la vida universitaria*, también presenta una compilación pero esta vez, además de otros materiales, incluye crónicas, entrevistas y los reportajes ganadores y con mención honorífica del Primer Concurso de Periodismo Estudiantil: Premio Aunam 2003, organizado por la Agencia.

En septiembre de 2003 se alcanzó otra de las principales metas del proyecto académico al publicar el primero de sólo dos ejemplares (por falta de presupuesto) del periódico estudiantil *Círculo Universitario*, nombre de la propuesta ganadora elaborada por Nancy Flores Nandes y Suset Carlos Campos, alumnas de la asignatura Taller de Diseño Editorial impartido por la profesora Virginia Careaga.

Son parte de los logros de Aunam dos videoreportajes coproducidos con la Facultad de Ciencias, como: *Tecocomulco, entre el rescate y la devastación*. Otras actividades académicas realizadas por la agencia de noticias universitarias, adicionales a sus principales objetivos, son mesas redondas integradas por especialistas, presentaciones de libros y la organización de conferencias magistrales. La firma de un convenio con la Dirección General de Divulgación de la Ciencia de la UNAM, ha hecho posible la impartición de talleres de periodismo científico para los alumnos, quienes también han participado en cursos como el de redacción para agencias de noticias y de paquetería de cómputo, entre otros.

3.3 Organización

Funciones y Atribuciones en Aunam⁶⁹

Integran cargos y funciones esenciales en Aunam : Consejo Editorial, Dirección General, subdirector, profesores, jefe de información, jefe de redacción, mesa de redacción y edición, editor en jefe, editores, reporteros y redactores.

El Consejo Editorial está conformado por profesores del eje de redacción y de la opción terminal de periodismo. Este órgano propone, analiza y delega las decisiones ejecutivas en la Dirección General pues representa la máxima autoridad de la Agencia.

Dicho órgano, conjuntamente con el coordinador del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación de la FCPS, el director de la agencia y los alumnos de base participantes, evalúan mensualmente el trabajo de Aunam, el cumplimiento de las metas y objetivos a mediano y largo plazos. Además, funge como asesor permanente de los estudiantes con responsabilidad delegada.

El responsable de la dirección general establece los objetivos, metas y lineamientos generales del trabajo; verifica que la información se apegue a la política editorial y a los principios operacionales, éticos y de estilo; que el funcionamiento de la Agencia se apegue a los objetivos institucionales, académicos y profesionales que le dieron origen; establece nexos con las dependencias de la UNAM que actúan como fuentes de información; y facilita la firma de nuevos convenios de colaboración.

Como parte de sus funciones también propone a la coordinación del Centro de Estudios en Ciencias de la Comunicación y al Consejo Editorial los nombramientos de estudiantes a cargos de la organización.

⁶⁹ Información basada en el *Manual de Organización, estilo y código de ética de Aunam*, p.13.

A la subdirección le corresponde apoyar las tareas de la dirección en todo momento y, ante la ausencia del responsable de la dirección general, asume la función ejecutiva

Desde las aulas de clases los profesores pueden colaborar, como un recurso didáctico a través de la selección de trabajos periodísticos de sus alumnos para ser turnados a la agencia.

El cargo de jefe de información lo ocupa un estudiante que preste su servicio social o realice su práctica profesional ahí. Elabora previsiones informativas, agendas de trabajo diarias, semanales y mensuales.

Conforma y actualiza el directorio de las fuentes de la UNAM, se mantiene actualizado de lo que ocurre dentro y fuera de la institución y le da seguimiento a través de sus órganos de información y difusión como de la Gaceta UNAM, su página electrónica institucional y medios de información locales, nacionales e internacionales.

El Jefe de Redacción reporta directamente a la dirección general. Este puesto lo ocupan un estudiante que realice su servicio social o práctica profesional en la agencia. En sus funciones asigna tareas a los colaboradores de la mesa de redacción; revisa los materiales y los corrige; aprueba o instruye rehacer cabezas y sumarios; es el enlace entre la mesa de redacción y las jefaturas, la Dirección General y el Consejo Editorial.

La mesa de redacción y edición se realizan las tareas de edición, corrección y de redacción. Su objetivo es corregir errores, completar datos o confirmarlos en su caso, eliminar toda opinión no atribuida, acortar párrafos, dar mayor contextualización a la nota o al material correspondiente

Son dos editores en jefe, uno es el responsable de adaptar a las características propias del medio los paquetes de información que se canalizarán a la Página Web y al periódico estudiantil. Otro mejorar los textos de los reporteros verificando su claridad, precisión, concisión y consultar con el redactor o el reportero cuando la información sea confusa o incompleta, a fin de aclarar las dudas. Si la nota está mal estructurada y escrita, la rehace.

El reportero acude a las fuentes, investiga y hacer llegar la información a la Agencia. Se mantiene informado, recibe las órdenes de trabajo asignadas, documenta sus materiales informativos (notas informativas, notas de color, crónicas, reportajes, entrevistas de semblanza, perfiles y reseñas) y los entrega a la de redacción y edición

El redactor en Aunam elaborar notas informativas través de datos o comunicaciones transmitidas por los reporteros, boletines o comunicados oficiales de las fuentes de información, así como la obtenida a través del monitoreo de la página electrónica de la UNAM, de los órganos universitarios como Gaceta UNAM, gacetas editadas por las facultades u otras instancias y de medios de comunicación locales, nacionales e internacionales.

El jefe de desarrollo web y periódico estudiantil solicita a las jefaturas de información y redacción el material que requiere para la estructuración de la página electrónica y el periódico estudiantil. Se responsabiliza del formato y diseño de ambas ediciones.

Otras responsabilidades contempladas dentro de su estructura pero que no son desempeñadas regularmente son las de jefe de fotografía y audiovisuales, fotógrafos así como la de jefe de relaciones públicas.

3.4 Proyección

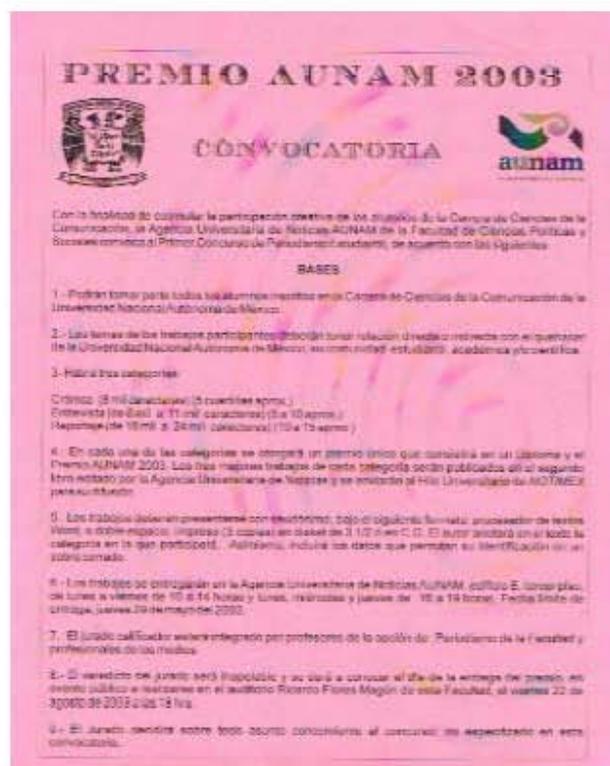
El proyecto académico en el que se inserta esta agencia de noticias contempla, en el mediano plazo, la creación de un periódico estudiantil que circule entre la comunidad de la FCPyS, así como la página en internet de Aunam que se encuentra ya disponible.

Para lograr lo anterior, y por supuesto, consolidar a esta Agencia como una alternativa consistente de vinculación enseñanza-práctica, Aunam programa cursos de capacitación para sus colaboradores, en las áreas de elaboración de páginas Web, Edición y Fotografía, Corrección de Estilo, Edición y Cursos de Redacción para Agencias, entre otros.

Aunam cuenta ya con las bases de su Código de Ética que, junto con el Manual de organización y estilo, contribuirá a regir el ejercicio de los reporteros y colaboradores directos de la agencia.

En el transcurso de 2002, fue editada la versión final de una selección de reportajes realizados por los colaboradores de la agencia. En adelante, se espera realizar periódicamente compilaciones de reportajes de sus integrantes y mejorar su edición y distribución.

La agencia estudiantil, como añadidura, entregó en agosto del 2003 el Premio Aunam a los estudiantes ganadores del Primer Concurso de



Periodismo Estudiantil en el cual participaron alumnos inscritos en la carrera de Ciencias de la Comunicación en todos los campus de la UNAM donde se imparte dicha licenciatura. Su finalidad es premiar a los tres mejores trabajos en las categorías de Crónica, Entrevista y Reportaje, un premio por categoría. Aquí se presenta la reproducción del cartel de dicha convocatoria.

Los estudiantes que obtuvieron el premio así como las menciones honoríficas por la calidad de su trabajo, los publicaron sus trabajos en el libro *Relatos periodísticos de la vida universitaria* en septiembre de 2003.

Se contempla la apertura de espacios de participación a estudiantes de otras opciones terminales de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación en la medida que se firmen nuevos convenios de colaboración con otras empresas periodísticas, informativas o, quizá, de otra índole.

La Agencia se perfila como un medio de comunicación especializado en noticias universitarias. Se ubica en el último piso del edificio "E" de la FCPS y labora de lunes a viernes de 10 a 19 horas.

3.5 Manual de Organización, Estilo y Código de Ética

El objetivo de este trabajo es presentar una propuesta de manual de estilo, sin embargo, en este apartado toca realizar una revisión al manual ya existente de acuerdo con parámetros para definir su utilidad, criterios producto de la revisión que de otros manuales se llevó a cabo, cuyo resultado fue un esquema de la estructura y los contenidos básicos. Este paso es necesario para conocer dicha herramienta de trabajo con base en la cual los miembros de la Aunam elaboran diariamente su material informativo.

Cabe aclarar que la propuesta será independiente a la estructura y contenidos del manual vigente, el diseño en forma y contenido de la propuesta no dependerá de los lineamientos del actual, a ello se debe su condición de propuesta, a su originalidad. De hecho, durante la colaboración del autor de este trabajo en la Agencia como estudiante y luego como prestador del servicio social, surgió la inquietud de realizar un manual de normas de redacción para mejorar los materiales informativos de la agencia universitaria pues ésta aún no contaba con uno. Diversas circunstancias postergaron su elaboración hasta la presentación de este texto.

Sin embargo, debido a lo anterior, el *Manual de Organización, Estilo y Código de Ética* de Aunam fue publicado en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales en el año 2002, con el fin de dar continuidad al cumplimiento de los objetivos del proyecto de la Agencia Informativa y debido a la imperante necesidad de emitir reglas claras para la presentación de los despachos.

Como reflexiones de la revisión del manual son expuestos algunos razonamientos:

En la *Presentación* encontramos una recopilación de datos de la Agencia, la justificación y la exposición de los motivos que le dieron origen y no al manual. Para conservar la unidad metodológica del manual hubiera sido preferible concentrar tales datos en un apartado, debido a que el manual los aborda en tres de los ocho en total (información sobre el origen del proyecto de la agencia, su misión, visión y sus objetivos). La agencia española *EFE* lo ha hecho así en la Introducción generalmente en sus ediciones y *Notimex* en un apartado titulado *Notimex Hoy*.

Generalmente la presentación siempre se reserva para exponer el desarrollo del manual así como su propósito fundamental, lo cual se logró en los siguientes párrafos: "*El presente manual refleja la naturaleza de Aunam y los alcances que se ha fijado la Agencia en su desempeño; asimismo establece las directrices que*

*orientan y dan cauce al trabajo diario de todos los que están involucrados en este proyecto" y "el manual busca responder a la necesidad de Aunam de contar con criterios estables de operación, que sean útiles para canalizar experiencias, servir de campo de adiestramiento a los alumnos y responder a las necesidades informativas de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (...)"*⁷⁰. De manera que el manual refleja la función que todo compendio de normas de redacción, particularmente de agencias de noticias, debe desempeñar, establecer su funcionamiento y organización para darle continuidad al trabajo a pesar del rotamiento permanente del personal.

En este sentido el apartado *Funciones y atribuciones* es imprescindible en el contexto de Aunam, ya que como indica el manual, la utilidad de contar con criterios estables de operación redundará en continuidad. Quienes llevan a cabo el trabajo cotidiano son estudiantes cuya permanencia es de un breve periodo si se toma en cuenta que son de los dos últimos semestres.

Las nuevas generaciones de reporteros, editores y redactores, así como las otras responsabilidades descritas en la organización, contarán con instrucciones precisas para desempeñar su rol y así se evitará capacitarlos en el funcionamiento de la Agencia generación tras generación. Sin embargo sería más práctico incluir el flujo informativo en este mismo apartado con el fin de guiar al estudiante en la descripción de las funciones y en la interacción con otras, algo similar a un diagrama de flujo.

Según el título del texto, es un manual de organización, estilo y código de ética, pero lo relativo a las normas de redacción son más bien alusiones. Es en el apartado *Normas de corrección y ajuste estilístico* donde se desarrolla la importancia de unificar criterios en la presentación de la información: "*Los rasgos distintivos que guían el trabajo de Aunam se expresan a través de este conjunto*

⁷⁰ *Manual de Organización, Estilo y Código de Ética de Aunam*, p. 7

*de normas de redacción y estilo aplicables, indistintamente (...) a la redacción de cualquier género periodístico con el propósito de unificar criterios y proyectar una imagen de profesionalismo y dominio en la materia, a través de los despachos que emanen de la Agencia*⁷¹. Aquí se dejan ver otras funciones del manual para Aunam, en concreto de las normas de redacción, de las cuales la unificación de criterios es fundamental por su utilidad en favor de la práctica comprensible y ágil del periodismo.

El estilo editorial para Aunam significa distinguirse de otros medios por su calidad, veracidad, homogeneidad en la presentación de los originales y el apego a la normativa del idioma español⁷². Como ya se ha comprobado según teóricos y los propios manuales, el estilo editorial comprende mucho más aspectos; incluso, los aborda y define arbitrariamente. Es decir, se apega o aleja de las normativas del idioma español según sea el caso pues a pesar de ser el código que compartimos como hispanohablantes, el periodismo está subordinado al lenguaje informativo, el cual define sus propios usos del lenguaje y sus propias normas, de modo que en la propuesta podrán ampliarse tales aspectos. El tema ha sido expuesto con mayor detalle en el apartado 2.5 de esta tesis titulado: Algunas experiencias en el uso de los manuales de estilo.

Respecto al apartado Estilo Editorial, se detallan recomendaciones para la redacción de los distintos géneros periodísticos que Aunam produce, como guía de criterios básicos para cubrir cada género. Las recomendaciones están compuestas por instrucciones como en qué casos entrecomillar en la entrevista, extensión de la entrada en la nota informativa y extensión de los párrafos en el reportaje y del material mismo. Distingue entre entrevista de semblanza y perfil pero no se explica cuál es la diferencia.

⁷¹ *Ídem*, p. 39

⁷² *Ídem*, p. 27

En el caso de los principios del código de ética, no se encuentran enumerados como tradicionalmente lo hacen los códigos de ética. Más bien son temáticas como Normatividad, Sigilo y respeto, Fuentes, Honestidad y Profesionalismo. En ellas se describen recomendaciones y valores como la honestidad; para conservar la unidad del código es recomendable no introducir temas sino enunciados de acciones concretas cuyo objetivo sea bajar al nivel práctico los principios abstractos de la ética.

En cuanto a normas de redacción, en este caso *Normas de corrección y ajuste estilístico*, se incluye una guía gramatical sintetizada aunque muy completa. El *ajuste estilístico* se refiere al trabajo de corrección de originales y a las *normas de preferencia estilística*, estas últimas integradas por algunas normas de redacción definidas de la siguiente manera: "*Entre los recursos que nos proporciona el léxico y la gramática, damos preferencia a las opciones que contribuyen a dar dinamismo, claridad y objetividad al texto informativo*".⁷³

Incluyen citas, nombres de personas o instituciones, localizaciones, números y siglas y abreviaturas. Además, temáticas gramaticales como el uso de sustantivos y pronombres, adjetivos, formas verbales, adverbios, neologismos, preposiciones, conjunciones, barbarismos, disonancias, redundancias, puntuación y acentuación. Las normas de preferencia estilística son demasiado breves con algunos ejemplos que resultan, en ocasiones confusos como: *Localizaciones. Se deben identificar los lugares distintos al campus central de la UNAM; y los del campus, ¿no es necesario identificarlos? o ¿por qué se supone la omisión, es decir, no identificar los lugares en los campus de la UNAM?*

Otro ejemplo, en *Nombres de personas o instituciones*, no se emite norma alguna respecto a cómo escribir el nombre de las instituciones, sólo de nombres y grados académicos. La emisión de normas respecto a la escritura de instituciones es

⁷³ Ídem, p. 47

fundamental cuando la UNAM mantiene convenios con organismos e instituciones estratégicas nacional e internacionalmente, la Universidad Nacional aglutina 28 institutos y centros de investigación científica, 16 en el área humanística, 13 Facultades, 4 escuelas y 5 unidades multidisciplinarias.

Aspectos como el uso de mayúsculas y la escritura de acrónimos, horas y fechas ayudarían a acotar de forma más precisa el uso del lenguaje usado en Aunam pues son normas donde no hay acuerdo en los medios, sólo fueron incluidos algunos enunciados que, por su generalidad, no son útiles.

Otras normas como los nombres de personas, cargos, localizaciones, números y siglas así como las abreviaturas pueden acotarse aún más, la generalidad de las normas no facilita su cumplimiento. El glosario de errores frecuentes es muy útil y pertinente. Asimismo el listado de parónimos y homófonos, aclara usos y costumbres arraigadas pero erróneas. Por otro lado el listado de *verbos poco precisos* resulta impreciso por su carácter generalista pues supone, sea o no la intención, que el listado de equivalencias son sinónimos de un verbo en cada caso, por ejemplo, del verbo *decir* se enlistan equivalencias como *pronunciar, relatar, exponer plantear, recitar, fijar y precisar*.

Aunque podemos considerarlas equivalencias por ser ideas afines pueden ser aplicadas como sinónimos. Lo más propio sería definir cada verbo en una lista conservadora, no de gran extensión, y que el estudiante juzgue cuál aplica, según su acepción.

El *Manual de Organización, Estilo y Código de Ética* es el primer esfuerzo consistente de la agencia universitaria por mejorar la calidad de sus materiales periodísticos al emitir normas de obligado cumplimiento para sus colaboradores.

En el siguiente capítulo se retomarán las conclusiones del capítulo 2 que consisten en la estructura y contenidos básicos de un manual de estilo así como las

funciones que desempeñan (ético-conductual, gramatical, léxico-lingüístico y profesional), con el fin de diseñar una propuesta de manual para Aunam. Además, se exponen los resultados del diagnóstico que se llevó a cabo sobre los errores más frecuentes de alumnos de la opción terminal de periodismo de la carrera de Ciencias de la Comunicación en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, lo cual permite conocer mejor a quienes son y serán los usuarios del manual. Asimismo serán tomadas en cuenta las observaciones emitidas al manual vigente.

Los datos que arrojó dicho diagnóstico permitirá proponer soluciones y emitir normas más adecuadas. Recordemos una de las conclusiones del capítulo anterior: las normas de redacción son criterios promovidos por el medio; en cuanto al diseño de los manuales de estilo, deben responder a las particularidades del medio. Esa es la idea central.

Como se ha aclarado, la propuesta será definida al margen del manual vigente, no pretende ser una revisión ni sugerir cambios, sino sustituirlo. También pretende aportar una nueva concepción de las normas de redacción orientada a cumplir sus funciones gramaticales, ético-conductuales, léxico-lingüísticas y profesionales. Lo anterior, aunado al objetivo de coadyuvar al ejercicio de un lenguaje informativo con mayor aprendizaje, identidad y mejor organizado.

CAPÍTULO 4

4. PROPUESTA DE MANUAL DE ESTILO PARA AUNAM

4.1 El Manual de Estilo, herramienta para el aprendizaje y el desempeño profesional

Respuestas a las preguntas ¿qué es un manual de estilo? ¿Cuál es su utilidad? ¿Qué aspectos considera?, existen tantas como medios de comunicación que empleen un compendio de normas de redacción periodística. Como ahora sabemos, los medios definen normas de observancia obligatoria de su personal, por la necesidad de contar con instrucciones precisas para definir su personalidad informativa.

Medios periodísticos mexicanos como los mencionados en el presente trabajo *Reforma*, *Proceso* y *Notimex*, se dieron a la tarea de evaluar su quehacer informativo, lo que resultó, en todos los casos, en la elaboración de manuales de estilo. Como una constante, se desarrolló una discusión en torno a las características de sus mensajes informativos, sus destinatarios, su contexto y el de las mismas empresas.

De manera similar, aunque guardando las debidas proporciones, la Agencia Universitaria de Noticias Aunam, no puede ignorar el uso del lenguaje.

Los primeros pasos para sistematizar su trabajo fueron consistentes pero lentos. Cuando se comenzó a superar esa etapa sus integrantes se enfrentaron a un nuevo reto: evaluar el uso del lenguaje informativo en su práctica profesional, la cual ya se veía reflejada en los diarios nacionales a través de *Notimex*. Derivó todo ello en un debate interno circunstancial y casuístico de estos temas⁷⁵.

⁷⁵ La revisión de las notas informativas se lleva a cabo durante la clase, tal dinámica facilitó el establecimiento de las primera normas no escritas, pero la siguiente generación debía comenzar de nuevo.

La primera preocupación era la uniformidad de la información, de los despachos. Sin embargo, había desinterés por los temas del lenguaje. Fue cuando la responsable académica del proyecto, Carmen Avilés⁷⁶, y el autor del presente trabajo⁷⁷ discutieron si un manual de estilo era un buen mecanismo para guiar estos esfuerzos y dejar constancia de ellos.

Así se incorporó al trabajo de la Agencia un manual de estilo titulado *Manual de Organización, Estilo y Código de Ética*, en el que, como ya se comentó, la reflexión sobre el uso del lenguaje es mínima en comparación con el aspecto gramatical, el organizacional y el ético.

Los hechos que le dieron sustento y razón de ser al proyecto académico —hoy Aunam— cuando fue propuesto son, en buena medida, los mismos para el presente trabajo. En el planteamiento del problema del proyecto presentado a PAPIME por la profesora Carmen Avilés Solís fue expuesta una tendencia decepcionante de la generación de segundo semestre de 1992 a la de 1997, la cual presentó un alto índice de reprobación en las materias relacionadas con redacción, redacción periodística y géneros informativos y de opinión. Su conclusión fue: "*Estos datos demuestran que la existencia de asignaturas de redacción dentro de un plan de estudios no⁷⁸ garantiza que sus alumnos adquieran la habilidad para escribir; pero, también, pueden significar deficiencias en el plan de estudios o en los métodos de enseñanza de la redacción.*"⁷⁹

Tal circunstancia motiva, de forma coincidente, el desarrollo de una propuesta de manual de estilo para Aunam que aspira a ser una herramienta que mitigue esa realidad.

⁷⁶ Tenía proyectada la elaboración e implementación de un manual de estilo para Aunam debido a la inexperiencia de los alumnos y a la falta de uniformidad de sus despachos.

⁷⁷ Adquirió experiencia en el uso del manual de estilo en *Reforma*, donde participó en el Taller de Redacción Periodística y colaboró.

⁷⁸ El subrayado es mío.

⁷⁹ Datos que obtuvo de la Secretaría de Planeación y Evaluación en 1997 y presentó en su proyecto antes de ser aprobado, p.6.

Para elaborar esta propuesta se tomaron en cuenta los resultados del diagnóstico de los errores frecuentes de una muestra de los alumnos de la opción terminal de periodismo, ciclo 2003-II, al redactar una nota informativa pues son ellos quienes en un momento dado podrán participar en Aunam. Luego, de la estructura y contenidos básicos del manual de estilo se eligieron de ese repertorio las que se consideran adecuadas para el perfil de la agencia y sus integrantes. También se aplicaron las funciones de las normas de redacción en los contenidos.

Además de esto fue revisada una muestra de los despachos elaborados por los reporteros de Aunam durante el primer semestre del 2003. El objetivo es conocer si se ponen en práctica las normas de redacción del manual de estilo de la agencia estudiantil, detectar cuáles son los aspectos que requieren de la emisión de normas y cuáles requieren poner por escrito acuerdos de uniformidad que se dan en la práctica.

El resultado es un manual de estilo actual adecuado a las necesidades de los estudiantes de la opción terminal de periodismo de la carrera de Ciencias de la Comunicación impartida en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la UNAM.

4.2 Diagnóstico sobre los errores frecuentes de los estudiantes de la opción terminal de periodismo al redactar una nota informativa

El universo del diagnóstico lo comprenden los 203 estudiantes de Ciencias de la Comunicación que cursaron la opción terminal de periodismo del ciclo 2003-II (6° y 8° semestres) en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, Campus Ciudad Universitaria, de los turnos matutino y vespertino. Se eligió este universo porque sólo ellos colaboran permanentemente en la agencia Aunam.

La muestra consiste en el 30 por ciento del total. Se considera que dicha muestra es representativa debido a que no existe margen de error al tratarse de un grupo homogéneo, es decir, el universo consta de estudiantes de una misma área, periodismo, y es obvio que no habrá alguno de otra, como publicidad.

Se diseñó un instrumento que permitirá hacer un diagnóstico sobre los errores más frecuentes de los alumnos de la Opción Terminal de Periodismo al redactar una nota informativa. El instrumento es una prueba que consta de la elaboración de notas informativas a partir de datos y oraciones cuya redacción podrá ser corregida según criterios periodísticos aprendidos por el estudiante; además, ejercicios de redacción y de uniformidad. Como la muestra será del 30 por ciento, se aplicaron 70 pruebas⁸⁰.

Se aspira a conocer las deficiencias tanto en la propiedad como en la corrección en el uso del lenguaje. Por la primera entendemos la adecuación de las palabras del mensaje, para que sean pertinentes y precisas, ejemplo: no podemos decir que una banda delictiva *trabaja* en X municipio; por la segunda, la sujeción a las normas vigentes gramaticales, de puntuación y ortográficas.

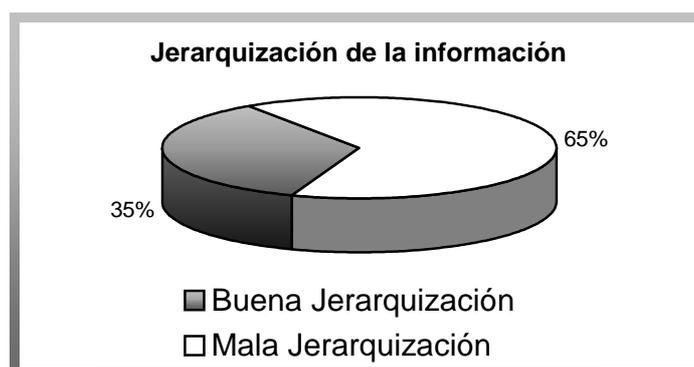
⁸⁰ Se elaboraron 2 pruebas denominadas A y B cada una. Las pruebas y algunas hojas de respuestas se anexan en este trabajo.

El primer aspecto a diagnosticar es la jerarquización de la información a través de la selección de datos y enunciados que el estudiante debe ordenar según su importancia. El segundo es distinción de la noticia mediante su identificación entre una lista de datos y hechos. El tercero es opinión. El cuarto es el tratamiento y uso de extranjerismos y neologismos. El quinto es la búsqueda de usos e interpretaciones pragmáticas y personales del criterio de uniformidad en la escritura de mayúsculas, minúsculas, números, títulos, cargos, instituciones, en el desarrollo de siglas, acrónimos y abreviaturas dentro del estilo personal de cada alumno. El sexto es el error de hecho, este aspecto muestra la incidencia con la cual se alteran datos de la noticia. Por último, el séptimo se refiere a la abundancia o pobreza del léxico. Además de observar el uso de la voz pasiva o de la activa, la concisión y la gramática en general.

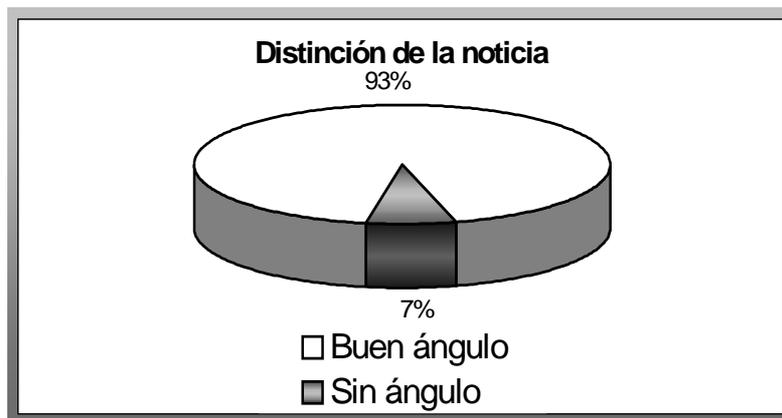
Fueron diseñadas dos pruebas y se presentan en el Anexo 5.

4.2.1 Resultados del diagnóstico

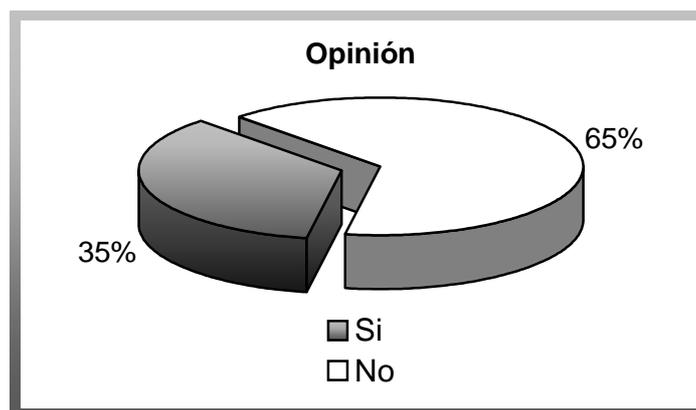
Los resultados son:



Datos preocupantes respecto a la incorrecta organización de los datos recogidos para elaborar una nota informativa. Se observa que no hay distinción entre la información relevante, la complementaria y la de contexto. En la siguiente gráfica, vemos que no hay dificultad para encontrar el ángulo noticioso de un hecho, el problema es jerarquizar los datos complementarios:



A pesar de ser más alentadoras estas cifras, se observa un porcentaje de alumnos de últimos semestres que no distinguen la noticia de la información de apoyo. La siguiente gráfica muestra que un elevado porcentaje no consideró esencial omitir elementos de opinión en la nota informativa:

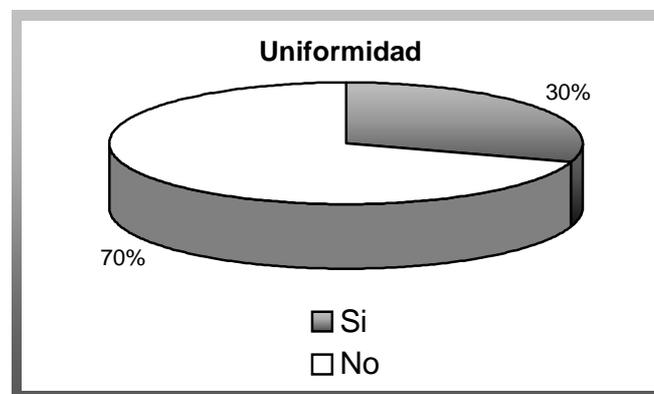


En cuanto el uso de neologismos y extranjerismos es un tanto conservador el porcentaje de quienes los usan. Un porcentaje bajo los emplea moderadamente y se ubican con menor porcentaje quienes prefieren sustituirlos por palabras del idioma español. Este último grupo es representado con el valor *No*.



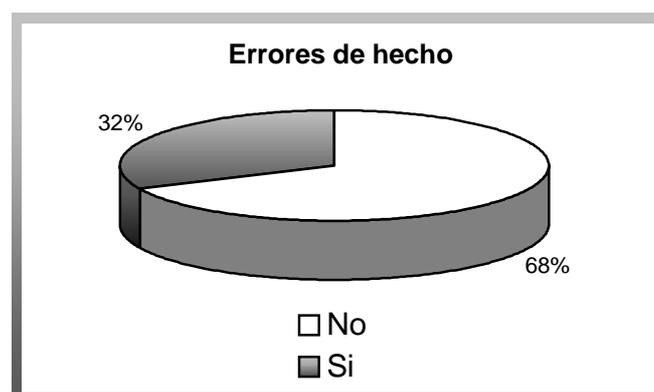
Como se puede apreciar no existe una cultura del uso preferencial de las palabras del español sobre las extranjeras. El 24 por ciento de la muestra detecta el extranjerismo o neologismo, según sea el caso, y lo sustituye por el término o la palabra que en el idioma español no altere el significado ni el sentido de la expresión.

En el caso de la uniformidad, se buscó conocer el uso individual de las mayúsculas, títulos, cargos, números, acrónimos, siglas, entre otros tópicos, con el fin de definir una tendencia.



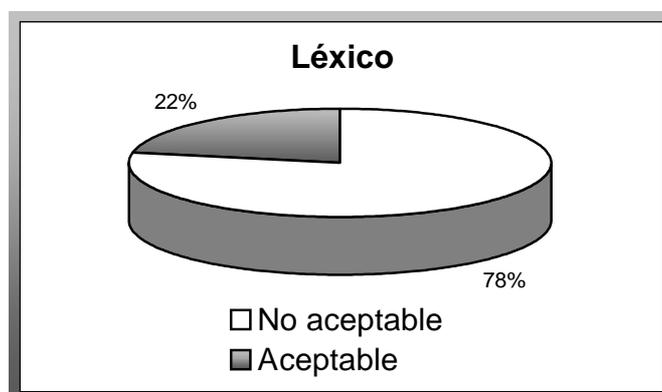
Se observaron tendencias aisladas en la escritura de siglas, uso de citas indirectas y de la voz activa hasta en un 30 por ciento de la muestra.

La presencia de errores de hecho se suma a la lista de resultados preocupantes. Cualquier alumno probablemente tenga problemas con alguna regla gramatical, la escritura de cierta palabra o el significado de algún término, sin embargo, el 32



por ciento de la muestra tergiversó datos duros, fundamentales, en las notas informativas que elaboraron. Es decir, si los datos expresaban que un sismo sacudió a Japón el día de ayer y otros de contexto relataban que en Kobe en los años noventa hubo un sismo de similar magnitud, ¿por qué entender que el sismo en Kobe es la nota e informar que el sismo de ayer tuvo lugar en Kobe? La noticia se perdió y dio lugar a contar un hecho que se dio hace casi una década. Este y otros casos permitieron evidenciar omisión, tergiversación y/o manipulación de datos, las razones, pueden variar. En conclusión, no es lo mismo decir "El presidente del *cambio*", que "El *cambio* de presidente". Puede ser un ejemplo burdo, pero quizá ilustrativo.

El último aspecto es el léxico, imprescindible en la comprensión de la noticia, mediante el cual se llevará a cabo el diagnóstico de la carencia o la abundancia de éste. Es decir, en el lenguaje informativo no es posible emplear palabras cultas, términos técnicos o especializados, en general, es una combinación de sencillez y precisión en el uso del lenguaje al escoger las palabras más adecuadas, propias y pertinentes sin recurrir a preciosismos y tecnicismos que dificulten la comprensión de la noticia. En la aplicación de la prueba para el diagnóstico se instruyó a los alumnos sobre la conveniencia de efectuar cambios de palabras, términos o expresiones extensas, incorrectas e imprecisas en las notas informativas, si lo consideraban necesario de acuerdo al contexto y al mensaje.



4.3 Revisión de materiales informativos de Aunam

Con el objetivo de diagnosticar la aplicación de las normas del actual manual, se llevó a cabo una revisión de una muestra de notas informativas enviadas a *Notimex* de enero a agosto de 2003. Los resultados de esta revisión permitieron detectar necesidades específicas al observar errores frecuentes y concluir qué tipo de normas serían útiles para Aunam.

Se prefirió considerar de forma independiente al de los estudiantes, el trabajo de los reporteros pues ellos tienen cierta ventaja en la aplicación de los conocimientos adquiridos en las aulas. Es imprescindible conocer ambas partes.

La combinación de todos los factores dio como resultado una propuesta de manual de estilo para la Agencia Universitaria de Noticias Aunam, en el cual son desarrollados contenidos que comprendan el mayor número de herramientas para facilitar el aprendizaje y el desempeño de sus integrantes.

4.3.1 Resultados

La revisión de una muestra de 40 de las 72 notas informativas enviadas a *Notimex* entre enero y agosto de 2003, cuando se realizó la presente revisión, muestra datos interesantes y, en numerosos aspectos, distintos a los recogidos en el diagnóstico.

Se encontró una gran cantidad de aspectos útiles para nuestra propuesta de los cuales serán mencionados los de mayor importancia para este fin. En general se puso especial atención en la tendencia de los usos en el lenguaje y de normas de redacción. A pesar de la existencia del *Manual de Organización, Estilo y Código de Ética de Aunam*, son diversos y numerosos los tópicos de estilo en los cuales no existe postura o norma alguna, en parte por ello la falta de uniformidad en las notas. En otros casos se ha fijado una norma interna, aunque no escrita, en ciertos

usos como escribir la sigla *UNAM* y no *U.N.A.M* o *Unam*, la cual en ningún caso es desarrollada; se presume así, por el amplio conocimiento de su significado, un caso de interiorización entre los alumnos pues el 99 por ciento de la muestra así la escriben.

Las notas contaron con un ángulo noticioso interesante, escribieron en la entrada lo más sobresaliente comparado con la demás información. Sin embargo, jerarquizaron en el segundo párrafo datos como quién presidió un evento o dónde tuvo lugar y después la información relevante de éste. Una deficiente organización de los datos fue predominante a pesar del hecho de que la noticia se encuentra en el primer párrafo. La voz pasiva fue una constante a diferencia de los alumnos de la opción terminal de periodismo que mostraron preferencia por la voz activa. Ejemplo: *El Comité Electoral Regional eligió presidente a Juan Pérez* por *Juan Pérez fue elegido presidente por el Comité Electoral Regional*.

Respecto a mayúsculas y minúsculas no hay claridad en cuanto a cuáles son los casos cuando se escribe con alta o con baja ni en el manual ni en la práctica. Ejemplos: *gobierno de México* o *Gobierno de México*, *Senado de la república* o *Senado de la República*, *facultad* o *Facultad*. Asimismo la escritura de disciplinas como *Biología* o *biología*⁸¹ mostró falta de uniformidad.

Los títulos, grados y cargos también se distinguieron por falta de uniformidad. Mientras que la mayoría escribieron *doctor* otros escribieron *Doctor* e incluso *Lic.* o *lic*. Los cargos *director*, *jefe* y *coordinador*, por mencionar algunos, fueron escritos indistintamente con alta y baja, pero es digna de mencionarse la tendencia por escribirlos con bajas, en cambio, en instituciones e institutos la tendencia es con altas. Ejemplo: *Departamento* o *departamento*, *Consejo* o *consejo*, *Ley de* o *ley de*.

⁸¹ Las materiales presentaron escritas ambas formas incluso en la misma nota informativa.

Respecto a siglas, abreviaturas y acrónimos, la tendencia es desarrollarlas, aunque bien vale decir que es lo correcto y obligación del periodista (hay excepciones). Un 30 por ciento de los reporteros no desarrolla ningún tipo de sigla, acrónimo o abreviatura. Ejemplo: *PRI, PAN, PRD, UE, EU, ONU, FCPS*.

La escritura de números representa uno de los grandes desacuerdos en las redacciones y los despachos no fueron la excepción. Porcentajes, cantidades, horas, medidas y números cardinales y ordinales, etcétera, son algunos de los tipos de números donde se expresan distintas formas de escribirse. Generalmente se divide entre desarrollados y escritos, es decir, en el primer caso es: *ciento veinte*; en el segundo: *120*. En todos se presenta esta doble forma de presentarlos. Ejemplo: *el 29 proveedor* o *el vigésimo noveno proveedor*, *3 oradores* y *1 moderador* o *tres oradores* y *un moderador*, *siglo 18* ó *siglo XVIII*, *37%* ó *37 por ciento* o *treinta y siete por ciento*, *4 mil 200* ó *4,200*, *55 mil* ó *cincuenta y cinco mil*.

Los errores de hecho se presentan en menor medida, sólo dos notas informativas. En una se habló de *Andrés Manuel López Obrador, jefe del DDF*. En otra, un giro desafortunado del lenguaje que podría provocar confusión y desconcierto: *Ana Guevara se robó el campeonato mundial...* cuando lo que quiso decir el reportero es que triunfó en la competencia. Hay que tomar en cuenta que todo es posible hasta que realmente sucede, entonces, es un hecho. En una competencia es posible que un competidor robe el trofeo. La expresión puede referirse también a que lo obtuvo injustamente, entonces, se puede decir que lo *robó* puesto que lo *ganó* injustamente según la opinión popular o de expertos, no la del periodista, aunque esta segunda acepción es igualmente riesgosa. Otra afirmación del periodista más allá de la presunción sería decir "*el entrenador sabía que...*" ¿cómo poder saberlo sin una declaración de por medio? En este caso no la hubo.

Se identificó sin norma alguna la escritura de palabras como Ciudad de México o D.F. o DF o Distrito Federal, Irak o Iraq; el uso de cursivas cuando se escriben marcas, neologismos o extranjerismos; y el uso de prefijos como *ex*. Además, el uso incorrecto del acento cuando el conector 'o' no conecta números sino palabras, la imprecisión cuando se cita a un funcionario pero no se dice quién es o qué autoridad tiene para darle peso a su declaración y la falta de concisión cuando en 30 palabras se dice lo que podría en 22. También se observó la presencia de palabras impropias, síntoma de pobreza en el lenguaje.

Una deficiencia recurrente es la atribución y se relaciona con la redacción de citas. El uso de los estilos directo e indirecto para citar a alguien es llevado erróneamente a la práctica. La mayoría de los reporteros de Aunam usa el estilo indirecto, como suelen hacerlo periódicos mexicanos. Ejemplo: *...el académico señaló que está fuera de su alcance "porque no tengo las atribuciones"; ...la Cámara de Diputados es la responsable, indicó, "porque somos investigadores, no legisladores"; ...la pobreza no acabará, afirmó al finalizar la conferencia, pues "creo que la riqueza está mal repartida".*

Este es un vicio del lenguaje pues la conexión sintáctica es incorrecta. Se combina el relato del periodista en tercera persona con la declaración en primera persona sin una sintaxis coherente. La preferencia por usar este modo de citar es mayor al uso de citas textuales. De esta forma se pondera el declaracionismo y es soslayado el dato duro, el hecho noticioso y la búsqueda de información.

En otro tema, la atribución verbal en las citas es imprecisa debido a que, para no repetir el verbo **di**jo, se escriben verbos que muchas veces exageran el acto real de quien declara, si explicó o admitió, si cuestionó o afirmó, para estar seguros de cuál sea la atribución correcta es fundamental el contexto de la declaración.

Finalmente, se lee con frecuencia un preámbulo muy extenso en cada inicio de párrafo, esto afecta la concisión y la comprensibilidad. Leer muchos datos que no son la noticia misma distrae y el lector requiere volver al principio. Ejemplo: *"Al respecto, Fulano de Tal, quien es académico de la Facultad de Ingeniería y coordinador del Centro de Estudios Interdisciplinarios de Ciencia y Tecnología, explicó en entrevista exclusiva que..."; "El doctor Ricardo Martínez Silva, coordinador del área de Derecho Internacional del Instituto de Investigaciones Jurídicas de la UNAM, señaló que..."*.

Para facilitar la lectura el reportero puede mencionar primero el cargo del entrevistado que le da autoridad para hablar sobre el tema, más adelante podrá referirse a sus demás ocupaciones. En el segundo caso lo apropiado sería omitir algunos datos, como que es coordinador del (...) y sólo especificar que es especialista en Derecho Internacional, luego podrá explicar si pertenece a un organismo, institución, instituto, etcétera.

4.4 Propuesta: Manual de Estilo de la Agencia Universitaria de Noticias Aunam

ÍNDICE

	Presentación.....	01
I	Recomendaciones generales y Consideraciones Éticas.....	22
II	Entrevista y Reportaje.....	33
III	Normas de redacción.....	45
IV	Uso del idioma.....	55
V	Errores de hecho.....	60
VI	Dudas frecuentes.....	65

Apéndice I.- Siglas y Acrónimos

Apéndice II.- Siglas y Acrónimos de la UNAM

Apéndice III.- Atribuciones

PRESENTACIÓN

El uso correcto del lenguaje, la uniformidad en los materiales informativos y la preocupación por el comportamiento ético han motivado la emisión de normas precisas para el quehacer informativo de los periodistas. Tal reflexión en Aunam ha resultado en la elaboración de un compendio de normas de redacción que no aspira ser un tratado deontológico, ni un manual de gramática, tampoco un diccionario ni un texto sobre cómo escribir géneros periodísticos; es el resultado de la investigación y de la búsqueda por ofrecer al integrante de la Agencia Universitaria de Noticias, Aunam, una herramienta para su desempeño académico y profesional.

Como una respuesta a la necesidad de los estudiantes de la Universidad Nacional Autónoma de México de formación académica que concrete el tránsito entre el aprendizaje y la práctica profesional, se creó en la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales el proyecto *Sala de Redacción, agencia informativa y periódico estudiantil* como apoyo a los objetivos de la opción de Periodismo del actual Plan de Estudios, (vigente desde 1997) de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación.

Este proyecto tiene la finalidad de lograr que los alumnos obtengan la experiencia de laborar en una agencia informativa en la que desempeñen funciones y responsabilidades similares a las que hallarán en el campo profesional.

En congruencia con los objetivos del proyecto, el presente manual de estilo pretende contribuir con elementos teórico-prácticos en la formación del alumno con una doble función: unificar criterios en la elaboración, presentación y corrección de materiales informativos y, aportar, mediante un código, un facilitador del trabajo cotidiano de los estudiantes en su práctica profesional en la agencia.

Existen otras obras con mayor riqueza en aspectos como el léxico, gramática y guías de términos científicos y tecnológicos cuya consulta eleva la calidad de la

información presentada. Sin embargo, como resultado de un diagnóstico de los errores más frecuentes del alumno de la opción terminal de periodismo realizado en dicha Facultad, se presenta este manual que tiene el objetivo de mitigar los errores más recurrentes de los estudiantes en la redacción periodística.

Ningún compendio puede sustituir el trabajo de un profesor con su alumno, pero, ante la necesidad de corregir en forma y contenido errores frecuentes fundamentalmente en la elaboración de notas informativas, este trabajo puede ser de utilidad no sólo para quienes colaboran en Aunam, sino también para los alumnos de la opción de periodismo en su conjunto.

El presente trabajo tiene el carácter de obra inacabada, aunque ayudará a resolver dudas, disminuir errores y definir criterios para el ejercicio más armónico de nuestra profesión, el periodismo.

Las normas de redacción, cuya determinación suele ser arbitraria, se sustentan en convenciones y tendencias detectadas en el diagnóstico. En cambio las deontológicas, ambicionan fijar las bases para el desempeño profesional del colaborador de Aunam. Este manual representa también el anhelo de motivar el uso del español en lugar de los extranjerismos entre actuales y futuros periodistas de México.

La formación de profesionales cuya materia prima de trabajo es la información no es un asunto irrelevante, por el contrario, merece toda la atención y dedicación. Al respecto es preciso reconocer que el interés y el apoyo por parte de *Notimex* para impulsar el funcionamiento de Aunam fue fundamental por lo que representa para el alumno de periodismo, colaborador de la agencia estudiantil, ver publicado su trabajo en un diario de circulación nacional gracias al hilo de la agencia de noticias mexicana.

Esta propuesta de manual de estilo pretende ser un complemento en la capacitación de quienes integran Aunam, a quienes podría ayudar a entender que el tratamiento de la información y su conducta como representantes del medio tienen una repercusión en el trabajo periodístico de la agencia.

Ningún manual podrá suplir la creatividad ni el instinto de quienes practican el periodismo y, citando a Jorge Medina Viedas⁸², *“los manuales antes de serlo, nutren sus contenidos de la práctica de los periodistas, al codificarlo obtenemos un manual. Presentan ordenada, lógica y coherentemente lo que lleva a cabo el mismo personal”*.

⁸² Exdirector de la Agencia Mexicana de Noticias, *Notimex*.

RECOMENDACIONES GENERALES Y CONSIDERACIONES ÉTICAS

Las responsabilidades y obligaciones de editores y reporteros son que:

1. Estén informado para analizar si los datos que obtuvo u obtendrá son relevantes y actuales. Si una información ha sido publicada debe buscar otro ángulo o nuevas implicaciones de las ya conocidas. El reportero debe distinguir que la noticia, sea o no un hecho actual, implica trascendencia e interés social. Debe emplear sus conocimientos y experiencia para identificar la noticia en la vida política, económica, jurídica, social, deportiva, cultural, académica, científica, tecnológica, universitaria y, de cuanta materia sea susceptible de impactar la realidad de la UNAM y del país.
2. Muestren los hechos y sus repercusiones con exactitud y oportunidad.
3. Publiquen las diversas versiones de los principales implicados en un hecho para conseguir así equilibrio en su información.
4. Mencionen la(s) fuente(s) de su información para así propugnar un periodismo en contra del anonimato, a menos que el reportero y el Consejo Editorial justifiquen la excepción.
5. Se ubiquen profesionalmente en los acontecimientos antes y al momento de elaborar su trabajo.
6. Proporcionen la información sin menoscabo de datos que al parecer del mismo reportero sean irrelevantes.
7. Desechen la primera persona del singular en las notas informativas excepto cuando haga citas directas.
8. No asuman que los lectores saben tanto del tema como el reportero.
9. Proporcionen siempre información de contexto.
10. Soliciten aclarar inconsistencias o completar la información que le proporcionó la fuente y, cuando sea posible o requerido, pruebas para confirmarla.
11. Corrobores información que la fuente "da por hecho" cuando carece de autoridad, jerarquía o competencia que la avale.

- 12.** Aclaren en su trabajo si la fuente no aceptó ser entrevistada o proporcionar información cuando sea la noticia o parte de ella.
- 13.** Busquen el ángulo de la noticia que consideren tiene importancia para la sociedad o la comunidad universitaria. La noticia no siempre radica en el “qué”.
- 14.** Estén conscientes del valor de la información, por lo que si es de relevancia inmediata deberá trasmitirla lo antes posible.
- 15.** Usen las palabras que expresan exactamente lo que se quiere decir. Utilice las palabras pertinentes, no use palabras que a su juicio son sinónimos.
- 16.** Atribuyan cuando una fuente hace declaraciones tajantes o que comprometen a alguien más, así el lector decidirá el valor que le dará a la información.
- 17.** Manejen las cifras con exactitud y precisión al tratarse de montos, cantidades, asistentes, manifestantes, etc. En caso de no tenerlas, será muy útil dar referencias. Por ejemplo, en deportes o espectáculos, las referencias podrían formularse en relación con el espacio, como un teatro, una plaza, un auditorio, podría decirse que los asistentes llenaron la mitad de un teatro cuyo aforo es de 500 personas (recomendable cuando no se tienen cifras oficiales o de fuentes primarias).
- 18.** No usen expresiones como “fuentes confiables” o “funcionarios con información privilegiada”. En caso de que se requiera mantener el anonimato de la fuente mencionarán la referencia más cercana, como “fuente gubernamental”, por ejemplo.
- 19.** Hablen de “presuntos responsables” mientras no se haya comprobado la implicación o deslindado responsabilidades.
- 20.** Revisen varias veces su trabajo y corrobore nombres, fechas, cifras, datos, ortografía, puntuación, atribuciones y citas en general.
- 21.** Eviten escribir palabras cultas, anacronismos, términos especializados (vea la excepción en recomendación núm. **22**) y palabras frecuentemente mal empleadas. El reportero no difundirá palabras inexistentes o cuyo empleo es erróneo, siempre existe una correcta para expresar el mismo significado.

- 22.** Cuando sea necesario emplear tecnicismos, los escriban en cursivas y expliquen su uso o significado.
- 23.** Omitan los extranjerismos procurando su significado en español o castellanización.
- 24.** Cuando se trate de un neologismo, escriban en español la palabra o idea que lo represente o, en su defecto, el término castellanizado que empleen la mayor parte de los medios de comunicación.
- 25.** Admitan sólo los neologismos cuyo origen sea de términos extranjeros que, por su especialización, no puedan ser traducidos al español escribiéndolos en cursivas y explicando su significado.
- 26.** Eviten redactar situaciones ficticias y escribir notas falsas dañando así la credibilidad de la agencia.
- 27.** Cuiden el empleo de adjetivos y adverbios en notas informativas, podrían denotar opinión.
- 28.** Eviten consignar como cantidades las palabras varios, muchos, algunos, un grupo, numerosos, y similares; para sustituirlas por datos concretos o aproximados.
- 29.** Eviten la frase "en entrevista exclusiva", es suficiente con decir que la información fue obtenida mediante una entrevista.
- 30.** Eviten la frase "Aunam estuvo presente en...". El nombre de la agencia aparecerá en las notas cuando sea la noticia en sí misma o parte de ella.
- 31.** Omitan un vicio del lenguaje muy frecuente que consiste en la utilización del estilo directo e indirecto a la vez empleando una conexión sintáctica incorrecta. Ejemplo: El investigador dijo que "no estoy al tanto de eso" y prosiguió...
- 32.** Redacten la entrada de la nota informativa con el mínimo palabras posible para mejorar su comprensión. Más palabras involucran más ideas y más datos. Información secundaria podrá añadirse en párrafos subsecuentes. En ocasiones cargos, títulos, grados académicos o el nombre de una institución suman numerosas palabras, por ello deben elegirse cuidadosamente los datos de la

primer línea y del primer renglón. Por ejemplo, si el cargo de una fuente es imprescindible para dar sustento a hechos o datos en el primer párrafo pero es muy extenso, sustitúyalo por una frase que aluda su autoridad o experiencia como *“especialista en...”*.

33. La extensión de los párrafos preferentemente no exceda 4 líneas, el uso de muchas palabras no es necesario: “Fulano acudió ~~al lugar a la hora que le habían solicitado previamente~~ para la reunión”.

34. Comiencen la entrada de la noticia con el dato más importante, y evite hacerlo con verbos, citas, números o negaciones.

35. Jerarquicen la información distinguiendo entre la noticia, la información importante, la complementaria y la de contexto. Por ejemplo, si una manifestación de estudiantes tendrá lugar mañana y bloqueará una importante vía primaria, la noticia estaría en función de la importancia de la avenida que será bloqueada; pero si la manifestación de estudiantes fuera apoyada por los principales sindicatos del país la noticia consistiría en tal apoyo. Las manifestaciones son algo común en nuestra ciudad, la participación de ciertos actores o grupos sociales, sus alianzas o divisiones, aportarían un factor noticioso de interés. En ocasiones un hecho no es en sí la noticia cuando va acompañado de factores cuyo impacto podría ser más trascendente.

36. Procuren que las noticias también sean hechos (qué) y no sólo personajes (quién) y sus declaraciones. Trate de enfocarse en el impacto que los hechos tienen en la sociedad y no sólo en lo que alguien cree u opina. Las citas no son para llenar las notas informativas de opiniones, sino para fundamentar la información que presentamos. Si así procede, requerirá en menor medida reproducir las declaraciones así como el uso de atribuciones: Abundó, aceptó, aclaró, acusó, adujo, advirtió, afirmó, agregó, añadió, anotó, apuntó, argumentó, aseguró, aseveró, comentó, concluyó, consideró, declaró, destacó, detalló, enfatizó, explicó, expresó, expuso, externó, informó, indicó, insistió, lamentó, manifestó, mencionó, observó, planteó, precisó, profundizó,

pronosticó, pronunció, prosiguió, puntualizó, recalcó, reconoció, recordó, redondeó, reiteró, señaló, sostuvo, subrayó (Consulte Apéndice III).

37.Repitan una palabra si es necesario. El uso de supuestos sinónimos como *metal amarillo* para referirse al oro, *astro rey* en lugar de sol o *alto funcionario* para suplir rector, director o coordinador es un error.

38.Organice de forma coherente la información y comience por lo más importante, no de acuerdo con sus intereses, sino con los de la sociedad.

39.Complemente la nota con datos de contexto, los lectores aprecian cuando se les proporciona la información suficiente para valorar y comprender un hecho.

ENTREVISTA Y REPORTAJE

La **entrevista** es el género periodístico que en ocasiones no es el fin en sí mismo, también es utilizado para hacer notas informativas y reportajes. Las fuentes son entrevistadas cuando se requiere obtener o confirmar datos. Consideraremos dos tipos de entrevista: Informativa y De Perfil.

- Entrevista Informativa:

Todas son informativas, este tipo se refiere a la solicitada para recabar datos al elaborar una nota informativa, una crónica o un reportaje; pero se puede dar en el marco de una conferencia de prensa en la que sean permitidas las preguntas.

Recuerde que en una conferencia de prensa:

1. Quien o quienes convocan pretenden comunicar información que responde a sus intereses, como tal debe consignarse.
2. Quien o quienes convocan determinan la duración, si habrán preguntas y, en general, la participación de los reporteros.
3. Las preguntas que el reportero pueda hacer podrían carecer de continuidad, por ello las preguntas deben ser concretas.

4. El entrevistado proporciona sólo cierta información, el reportero aspira a obtener más de lo que se quiere comunicar.

Recuerde que en la entrevista para recabar información:

1. El entrevistado podrá terminar la sesión cuando lo considere necesario, independientemente de acuerdos previos.
2. El entrevistado podría carecer de autoridad y ofrecer datos que no son de su competencia, por eso es necesario confirmarlos o preferentemente obtenerlos de quien sí la tenga.
3. El reportero debe formular preguntas relevantes, el entrevistado seguramente dejó asuntos pendientes para atenderlo, es necesario aprovechar el tiempo concedido, no desperdiciarlo.
4. La entrevista es para conocer las opiniones y/o vida del entrevistado, nunca del entrevistador.
5. El reportero elaborará preguntas claras y directas, así evitará que el entrevistado le solicite repetir las porque no las entendió.
6. El reportero desechará las preguntas que representen la posibilidad de ser respondidas simplemente con "sí", "no" o "no sé" cuando este hecho no represente en sí mismo la noticia.
7. Cuando se trate de un especialista, pida al entrevistado explicar términos, conceptos e ideas para poder comunicarlos.

- Entrevista de Perfil

Algunas recomendaciones para realizarla son:

1. Explique desde los primeros párrafos la importancia del personaje, su autoridad y/o experiencia.
2. Procure no omitir datos del entrevistado, en ocasiones, la edad, características físicas y su estado físico y/o mental son la noticia.
3. La flexibilidad que permite este tipo de entrevista demanda que el objetivo para llevarla a cabo sea bien definido.

4. Es obligatoria una investigación preliminar tanto del individuo que será entrevistado como del o los temas a tratarse.
5. Definir el lugar donde se realizará la entrevista es muy importante. Se recomienda, si es posible, se realice donde el entrevistado se sienta cómodo, incluso, un sitio que aporte información acerca de sus preferencias, manías, pasatiempos, etc.
6. Evite resaltar defectos o ensalzar al entrevistado, ambas son actitudes que denotan principios contrarios al periodismo.

Al momento de redactar cualquier tipo de entrevista sólo se citan las frases más relevantes, el reportero evaluará cuáles son los comentarios que, de acuerdo con el objetivo de la entrevista, sean irrelevantes.

Respecto al **reportaje**:

1. Dado que el reportaje es una investigación periodística profunda acerca de un tema, se debe proveer la información al lector para que saque sus propias conclusiones, evitando así, opinar.
2. Debido a la profundidad de la investigación el reportaje debe contener antecedentes, desarrollo y consecuencias, entendidas estas últimas también como resultados o efectos.
3. El reportaje es un trabajo periodístico de mayor extensión, por ello los párrafos no excederán cinco líneas.
4. La extensión y la presentación del reportaje se discutirá con el consejo editorial, la dirección general y la jefatura de información.
5. El reportaje debe constituirse y nutrirse de entrevistas, crónicas y notas informativas, por lo tanto, ha de ser expuesto de manera amena, clara y coherente.
6. Por la facilidad de exponer las distintas versiones frente a un hecho, es fundamental consignar las fuentes de forma precisa.

NORMAS DE REDACCIÓN

Citas

1. Cuando el reportero haga uso de una cita directa la entrecomillará y referirá tal y como la fuente lo expresó, de forma literal; nunca la escribirá en cursivas.
2. Cuando en la declaración existan errores de concordancia, sintácticos, pleonasmos o errores gramaticales, podrá ser mejorada la expresión excepto cuando este hecho sea parte de la noticia. La excepción podrá llevarse a cabo sólo si la expresión no será descontextualizada.
3. Serán citadas únicamente las declaraciones relevantes y no las frases menos trascendentes, estas últimas pueden escribirse como citas indirectas.

Escriba:

El rector aseguró que los recursos se canalizarán durante las próximas 24 horas.

Evite escribir:

El director del plantel confirmó que “daremos seguimiento a los proyectos de investigación”.

Evite escribir:

El testigo del incidente dijo que “los manifestantes comenzaron”.

En este caso si el testigo relata su experiencia tendrá más valor y podrá entrecomillarla literalmente. La cita del ejemplo puede ser parafraseada.

Escriba:

“La UNAM no ha reducido la oferta de espacios para su sistema de bachillerato”, aseguró el funcionario universitario, y agregó que la demanda total a estudios de nivel medio superior está mejor distribuida que en años anteriores cuando esta Casa de Estudios concentraba la mitad de los aspirantes.

No es necesario entrecomillar declaraciones que son atribuidas, especialmente cuando sólo complementan información, mejor, escríbala como cita indirecta (texto subrayado). La cita directa siempre tendrá más valor noticioso que la indirecta, por ello, se escribe como lo dijo la fuente.

NOTA: Este ejemplo no supone que sea la entrada de la nota.

4. Cuando la cita se obtenga por medio de una entrevista, no comience el párrafo:

En entrevista, fulano reconoció la omisión: "aceptamos que...".

Podrán utilizarse ese tipo de expresiones sólo si es aprobado por la dirección general de la agencia o por quien esté a cargo en su ausencia. Mencione cómo obtuvo la información al final del párrafo, es más importante lo que dijo que cómo se lo dijo al reportero.

5. No intercale verbos en la cita de esta ni de ninguna otra forma:

"Los recursos", explicó, "son entregados por la Federación a través de sus delegados".

6. No se admiten citas de este tipo:

Para no dejar lugar a dudas este hecho recordó que "cuando ellos (la Universidad Nacional) nos lo solicitan los auxiliamos como lo hemos hecho con el CGH... como lo hicimos hoy (ayer) a las 6:00 de la mañana".⁸³

Para evitar hacer aclaraciones en la cita, ésta debería ser indirecta. Las aclaraciones del tiempo en el que declaró la fuente sobran si la nota refiere que el hecho ocurrió el día anterior a su publicación.

7. Cuando elabore una cita indirecta con doble atribución:

Escriba:

Gómez Hermsillo **lamentó** que hasta ahora sean pocos los sancionados por utilizar Oportunidades como "bandera política"⁸⁴ y que la poca vigilancia no evite la manipulación en la entrega de recursos pues el programa **atiende** a más de 4 millones de familias pobres.

Evite escribir:

Gómez Hermsillo **lamentó** que la poca vigilancia no evite la manipulación en la entrega de recursos y **agregó** que hasta ahora son pocos los sancionados por utilizar Oportunidades como "bandera política", pues el programa **atiende** a más de 4 millones de familias pobres.

Simplifique la oración, evite el uso de más de dos verbos de atribución en una misma cita, incluir **agregó** es innecesario.

⁸³ Fragmento de la nota de Carlos Avilés publicada en El Universal Online el martes 10 de febrero de 2004.

⁸⁴ Ver apartado sobre el uso de comillas.

8. Evite repetir información en las citas:

Evite escribir:

Gómez Hermosillo informó que el programa Oportunidades representa para los partidos políticos y activistas un mercado electoral de 10 millones de votos.

“El mercado electoral de partidos políticos, promotores y activistas es de alrededor de 10 millones de votos, la cobertura de Oportunidades, pues, aunque la Federación sea quien entregue los recursos a través de delegados, éstos dicen que representan a algún partido y condicionan su entrega”, dijo el funcionario.

Escriba:

Gómez Hermosillo informó que el programa Oportunidades representa para los partidos políticos y activistas un mercado electoral de 10 millones de votos.

“Aunque la Federación sea la que entrega los recursos a través de delegados, éstos dicen que representan a algún partido y condicionan su entrega”, dijo el funcionario.

9. Emplee cita indirecta cuando no recuerde las palabras exactas de la fuente.

Tenga presente que el uso exagerado ya sea de citas directas o indirectas en la misma nota muestra falta de cuidado, hace monótono y dificulta la comprensión del texto.

Comillas

10. Emplee comillas altas dobles (“ ”) al principio y al final de las citas directas con atribución al final, cuando escriba citas directas consecutivamente, abra comillas en cada párrafo y las cerrará en la última cita.

11. Nunca utilice guiones ni otro signo al emplear citas directas.

12. Nunca entrecomille palabras incorrectas, inventadas o lenguaje vulgar.

13. Entrecomille palabras, frases o dichos cuando manifiesten controversia, ironía o no corresponda el sentido del contexto con su uso normal.

El mérito respondió al estudiante que no “bailaría” a ese ritmo en el consejo.

14. Entrecomille los apodos y procure acompañarlos de nombre y apellido.

Ejemplo: Jorge “El Travieso” Arce, Bruno “El Che” Marioni. En el caso de los apodos que remiten a la persona sin necesidad de mencionar el nombre escríbalos sin comillas. Ejemplo: Big Vero, Pelé, La Tigresa.

Cursivas

15. Escriba con cursivas extranjerismos con excepción de los arraigados en el lenguaje popular o que estén castellanizados. Ejemplo: sandwich, récord, software, jazz, hot dog, basquetbol, futbol, garage, buró, lobby, round, etc.
16. Escriba en cursivas neologismos, tecnicismos y términos especializados (aunque los explique), nombres de películas, locales comerciales, programas de radio, televisión, periódicos, publicaciones, medios de comunicación, premios, reconocimientos, libros, obras literarias, teatrales, piezas musicales, artísticas y operísticas, competencias deportivas, vehículos, animales, haciendas, ranchos, fenómenos naturales, así como títulos de documentos escolares, académicos y oficiales.

Mayúsculas y minúsculas

17. Utilice las mayúsculas conforme a las reglas gramaticales del idioma español, sólo ajústese a las normas que a continuación se enumeran:
18. No olvide acentuar las mayúsculas.
19. Escriba la primera letra de cada palabra (excepto conjunciones y artículos – observe las excepciones) con mayúscula tratándose de nombres propios, nombres de películas, locales comerciales, animales (no especies), empresas y marcas, programas de radio y televisión, periódicos, publicaciones, medios de comunicación, premios, reconocimientos, festividades, competencias deportivas, fenómenos naturales, vehículos, haciendas, ranchos, libros, obras literarias, teatrales, musicales y artísticas, piezas musicales, artísticas y operísticas, calles, avenidas, apodos, ciudades, municipios, estados de la República, estados de otras naciones, países, capitales, instituciones, instancias administrativas, institutos, facultades, campus, centros, escuelas, salas, bibliotecas, carreras profesionales o técnicas o tecnológicas, posgrados, becas y áreas del conocimiento, así como títulos de documentos escolares, académicos y oficiales.

20. Escriba con minúscula días de la semana, meses, estaciones del año y puntos cardinales: norte, sur, oriente y poniente.

21. Cuando se refiera a regiones geográficas, económicas o políticas escribalas con mayúsculas. Ejemplo: Oriente, Occidente, Latinoamérica, Mercosur.

22. Palabras como universidad, instituto, embajada, secretaría, comité, facultad, escuela, rectoría, dirección, consejo, comisión y otras de esta clase serán escritas con minúscula si son sustantivos comunes y no son nombres propios. Escribalas con mayúscula cuando se hizo referencia en el contexto al nombre propio. Ejemplo:

- a) *La UNAM fue tomada por integrantes del Consejo General de Huelga (CGH)... la Universidad permanecerá cerrada la siguiente semana.*
- b) *Todas las universidades tienen ventajas.*
- c) *La Universidad de Guadalajara firmó un convenio.*
- d) *La Secretaría de Gobernación emitió un comunicado en el cual señala a los manifestantes como los culpables del robo de un banco... Los inconformes marcharon a la Secretaría.*
- e) *El funcionario dijo que trabajaría en cualquier secretaría.*

23. Palabras como estado, municipio, república, nación, gobierno y ciudad serán escritas con minúscula cuando se refiera a la entidad geográfica. Ejemplo:

- a) *El gobernador del estado envió un comunicado.*
- b) *El comediante hizo una gira por toda la república.*
- c) *Ayer llegó a la ciudad.*

Serán escritas con mayúsculas si se refiere a la entidad política, federal o jurídica. Ejemplo:

- a) *Declararon la guerra al Estado.*
- b) *El presidente dio un mensaje a la Nación.*
- d) *El Gobierno no tolerará tal acto.*
- e) *La República recibe miles de inmigrantes centroamericanos al año.*

24. Cuando se trate de los tres poderes federales: Ejecutivo, Legislativo y Judicial, escribalos con mayúscula. Escriba Poder con mayúscula cuando se trate de expresiones como: Poder Legislativo.

25. Escriba con mayúsculas las palabras constitución, ley, decreto, reglamento y similares cuando se trate de la Constitución Mexicana y del nombre o título de disposiciones legales.
26. Las palabras siglo, milenio, época y similares escríbalas con minúscula, pero escriba Edad Media, Posmodernidad, a. de C., Antigüedad y acontecimientos históricos como: Revolución Mexicana, Segunda Guerra Mundial.
27. Escriba el nombre de las tendencias, filosofías, estilos y categorías con minúscula. Ejemplo: retrospectivo, socialismo, barroco, impresionismo.
28. Cuando se trate del título de cualquier líder religioso escríbalo con minúscula: sacerdote, rabino, presbítero; excepto Papa en adhesión a la norma de otros medios de comunicación para no confundir con el tubérculo.
29. Escriba títulos y grados académicos con minúscula como doctor, maestro licenciado, ingeniero, arquitecto, investigador.
30. Los cargos siempre serán escritos con minúscula como presidente, rector, coordinador, director, secretario, comisionado, entrenador, senador, gobernador, así como similares. También cuando se refiera al ejercicio de alguna actividad o profesión como profesor, reportero, sacerdote, estudiante, comerciante, etc.
31. Instancias e instituciones como Presidencia (de la República), Senado (de la República), Congreso (de la Unión), Cámara de Diputados, Suprema Corte (de Justicia), Procuraduría, Secretaría de (...), Ejército, Iglesia (cuando la palabra no incluya *católica*) y similares serán escritas con mayúscula.
32. Los términos científicos para denominar enfermedades, medicamentos, tratamientos, virus y bacterias se escribirán con minúscula, como poliomiélitis, mal de las vacas locas, quimioterapia, cáncer, paracetamol. Síndromes como mal de Parkinson y síndrome de Down serán escritos con minúscula el sustantivo común y el nombre del síndrome con mayúscula.
33. Siglas sustantivadas como síndrome de inmunodeficiencia adquirida, objeto volador no identificado y light amplification by stimulated emission of radiation serán escritas con minúscula: sida, ovni y láser; pero escriba VIH.

Cifras

34. Las notas seleccionadas para enviarse por el hilo de *Notimex* carecerán de números por razones de transmisión, serán escritas todas las cifras.

35. Para la información utilizada en periódico electrónico y estudiantil: Las cifras del uno al quince serán escritas con letra cuando las cantidades se refieran a sustantivos comunes, de lo contrario numérelas. El sistema cardinal, ordinal y las cifras uno (un), mil, millones y billones, escribalas con letra.

Ejemplo:

- a) *Nueve personas sobrevivieron al atentado.*
- b) *Les fueron decomisados quince paquetes de cocaína.*
- c) *El monto del apoyo asciende a 47 mil 384 pesos.*
- d) *Este año se registraron 2 millones de muertes relacionadas con el tabaco.*
- e) *Marcharon por la paz un millón de manifestantes en todo el mundo.*
- f) *La Sedesol repartió mil despensas en Oaxaca, 400 más que en 2003.*
- g) *Hoy será inaugurada la Octava Feria del Empleo en Ciudad Universitaria.*

36. Utilice números para edades, direcciones, estadísticas, proporciones, marcadores y marcas o récord deportivos, porcentajes, grados sísmicos y de temperatura y kilómetros, fechas y medidas. Ejemplos:

- a) *El conductor que provocó el accidente tiene sólo 8 años de edad.*
- b) *El robo tuvo lugar en Margaritas 81 Col. * Las Flores.*
- c) *El estudio arrojó que cada 2 de 10 adultos padecen hipertensión.*
- d) *Los Pumas vencieron 5-3 a su oponente.*
- e) *Ana Guevara cruzó la meta en 28'21"*
- f) *El índice de titulación en la UNAM* es del 15 por ciento.*
- g) *El sismo que sacudió al DF* ayer fue de 4.5 grados en la escala de Richter.*
- h) *La temperatura llegará esta semana hasta los 33 grados centígrados, informó el Servicio Meteorológico Nacional.*
- i) *El vehículo alcanza los 100 kilómetros* por hora en 5 segundos.*
- j) *El accidente ocurrió en el kilómetro* 20 de la carretera México-Oaxtepec.*
- k) *Alumnos de la UNAM* recordaron el 2 de octubre del 68.*
- l) *La máquina desarrollada en Ingeniería pesa 30 kilos (o kilogramos).*

37. Cuide el empleo del sistema cardinal y ordinal al escribirlos y verifique cómo lo utilizan quienes organizan o convocan: La Octava Feria del Empleo o La Octogésima (no octagésima) Feria del Empleo.
38. Distinga, según sea el caso, los partitivos (indican en cuántas partes se divide un entero, no secuencia): Onceavo (partitivo) o undécimo (ordinal), quinceavo (partitivo) o decimoquinto.
39. Será rechazada la forma incorrecta los 60's (o '60) por ser un anglicismo; en cambio, escriba la década de los 60 o los años 60.
40. Cuando se refiera a *número* podrá utilizar la abreviatura **núm.** cuando en la denominación del objeto o sujeto lo incluya: *Preparatoria núm. 8.*
41. Al referirse a *siglos* omita la norma académica del uso del sistema cardinal: siglo XVIII. Escriba siglo 18 para facilitar su lectura y comprensión.
42. Las cantidades en moneda extranjera serán convertidas en pesos.

Títulos y cargos

43. Todos los títulos, grados académicos, cargos, actividades y oficios serán escritos en minúscula para evitar jerarquizarlos, no es más importante un director que un comerciante, sólo desempeñan actividades distintas.
44. En el caso del jefe del Estado Vaticano, escriba *Papa* en adhesión a la norma de otros medios para evitar confundirlo con el tubérculo.
45. Escriba en esta lógica los cargos: secretario de Gobierno, secretario de Gobernación, gobernador de Oaxaca, presidente de la Nación, ministro de Defensa, magistrado del Tribunal Federal.
46. Evite en todo momento usar los tratamientos como señor, señora, señorita, don, doña y similares. Sí son admitidos niño, adolescente, joven, hombre, mujer, adulto y anciano.
47. Escriba los títulos y grados académicos únicamente cuando ayude a comprender la noticia o para indicar la autoridad de la fuente, o si es de mayor importancia el cargo, prefiera escribir aquello que concede mayor

calificación a la fuente. Si forman parte de una cita directa omítalos a menos que sea materia periodística.

48. Excepción: Usará títulos, grados académicos, cargos, actividades, oficios y tratamientos de todo tipo sólo si forman parte del nombre de un personaje ficticio y sea requerido en el material periodístico, escríbalos como originalmente el autor lo hizo. Ejemplo: Don Quijote, El Padre Amaro.

49. Abreviaturas de títulos, cargos y grados académicos consúltelas en *Abreviaturas, signos, siglas y acrónimos*.

Fechas y horas

50. Los días festivos como 16 de Septiembre, 24 de Diciembre, 20 de Noviembre, 5 de Febrero, los días Jueves, Viernes y Domingo de la Semana Santa, así como 21 de Marzo, serán escritos con mayúscula en atención a la excepción (días de la semana y meses se escriben con minúscula).

51. Cuando elabore varias notas de anticipación en torno a un tema, hecho o actividad, mencione la fecha exacta aunque no es necesario el día (lunes, martes...), excepto si el hecho ocurrirá en un lapso menor a una semana.

52. Si no existe la seguridad de que el material informativo sea publicado al día siguiente, evite escribir que sucedió *ayer* y mencione la fecha exacta del hecho.

53. Las horas manéjelas de las 00:00 a las 24:00 horas. Por tal motivo, no escribirá las abreviaturas AM o PM.

Abreviaturas, signos, siglas y acrónimos

54. No abrevie sustantivos comunes como puerto, puente, avenida, institución, universidad, gobierno, rectoría, facultad, centro, director, profesor.

55. No abrevie unidades de medida como litros, kilos, kilómetros por ejemplo, así como monedas como dólares, pesos; sólo si enlista datos que requieran especificarlo, abrévelos como la norma académica lo establece omitiendo el punto (km, dls, lt, m, ml). Recuerde no escribirlos en plural.

56. No abrevie horas (hrs.), días (lun, mar, miér), meses (ene, feb, mar, abr), nombres (Fco., Gpe.), apellidos (Mtz., Gtz., Hdz.), fracciones (a pesar de que matemáticamente es lo correcto, es un error común pretender que escribir $\frac{1}{2}$, $\frac{3}{4}$ es una forma de abreviar, escríbalo con letra), estados (Qro., Oax., Ver., excepto cuando le antecede el nombre de alguna ciudad), capitales de estados ni puntos cardinales (Nte., Pte., Ote.).
57. No abrevie la palabra *siglo* escribiendo S. XX o s. XIX, es incorrecto.
58. Podrá abreviar títulos y grados académicos como doctor (dr.), arquitecto (arq.), ingeniero (ing.), licenciado (lic.), químico (quim.), maestro (mtro.), sin omitir el punto, pero no cargos (srio., pdte., dir.).
59. En los textos periodísticos no abreviará etcétera.
60. Los signos \$ y % podrán utilizarse cuando los datos formen parte de una estadística con el fin de abreviar. En este caso, separe las cantidades con una coma y no deje espacios entre los signos y el número: \$100,000, 20%.
61. Escriba todas las siglas con mayúsculas: EU, UE, PRI, UNESCO, UNAM, SEP. Observe la excepción al escribir siglas cuya escritura en minúsculas se ha arraigado, como sida (síndrome de inmunodeficiencia adquirida) o láser (light amplification by stimulted emission of radiation).
62. Escriba todas las siglas sin separar las letras con puntos: ~~U.N.A.M.~~
63. Antes de utilizar la sigla por primera vez, desátela, escríbala luego entre paréntesis y para la segunda mención sólo escriba la sigla o el sustantivo en mayúscula, si la sigla es muy conocida no es necesario usar el nombre completo. Ejemplo:
- a) *El candidato presidencial del Partido de la Revolución Democrática (PRD) visitó el pasado lunes 5 de marzo la UNAM...*
- b) *Fox tendría que dejar su cargo para que Marta Sahagún pueda postularse como candidata a la presidencia, dijo Diego Valadés, director del Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ).
...vivimos en un país con leyes, concluyó Valadés al salir del Instituto.
...el IIJ ha sido sede de importantes debates políticos y jurídicos.*

64. Al usar siglas, escriba las conjunciones con minúscula: (CONACyT) y sea muy cuidadoso al mencionar institutos, centros, escuelas, facultades, direcciones y coordinaciones de la UNAM (consulte apéndice II).
65. Existen siglas cuyo uso generalizado, por ser muy conocidas, se escribirán sin necesidad de que su enunciado les preceda como DDT, TNT, NFL, NBA, UNAM (según sea el caso), DVD, CD, DF. En el caso de EU de Estados Unidos se omitirá la sigla "A" por su desuso en el periodismo mexicano. Nunca escriba US o USA, siglas en inglés.
66. Respete la escritura de siglas en idioma extranjero como FBI, BBC, DVD, UNESCO, UNICEF que no hayan sido castellanizadas como ONU (*Organización de las Naciones Unidas*) OCDE (*Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico*), TLC (*Tratado de Libre Comercio*).
67. Nunca escriba en plural siglas o acrónimos como: DVDs, CDs, CPUs, Imecas, ONGs, Afores.
68. Los acrónimos combinan siglas con sílabas de cada palabra o juntan fragmentos como Segob, Telmex, Pemex, Apro, Infonavit, Sectur o Banxico. Siempre escríbalos en minúscula con mayúscula inicial sin acentuarlos.
69. Antes de utilizar el acrónimo por primera vez, desátele, escríbalo luego entre paréntesis y para la segunda mención sólo escriba el acrónimo o, en su caso, el sustantivo que lo distinga en mayúscula.

USO DEL IDIOMA

En este apartado se explican de forma muy breve los aspectos gramaticales que puede aprovechar el reportero de Aunam para escribir de forma más clara, precisa, directa y profesional. En dichos aspectos se presentan generalmente dificultades y errores; otros, son áreas de oportunidad para mejorar. Los contenidos de esta sección representan los elementos y situaciones en las cuales los periodistas tienen dudas, además, son producto del estudio sobre los

errores más frecuentes de los alumnos de la opción terminal de periodismo de dos generaciones distintas.

Por ser este un manual de consulta rápida y no un tratado sobre gramática se le ha dado preferencia a la ejemplificación de las formas aceptadas y de las desechadas así como a breves explicaciones de dichos criterios. En este apartado, a diferencia del anterior, se acude a la norma gramatical que las acota.

a) Preposiciones

Las preposiciones presentan conflictos generalmente porque no se sabe con certeza en qué casos debe escribirse una *a*, por ejemplo, en lugar de la preposición *con*. Una de las razones por las cuales le asignamos distintos significados a las preposiciones es porque su función varía en algunos casos de acuerdo con el contexto. Incluso algunas preposiciones pueden fungir como sustantivos o adverbios cuando otros desempeñan su función. Note en estos ejemplos cómo cambia el sentido de la expresión al usar distintas preposiciones:

El Capitán caminó *hacia* el campo de batalla.
 El Capitán caminó *hasta* el campo de batalla.
 El Capitán caminó *desde* el campo de batalla.
 El Capitán caminó *en* el campo de batalla.
 El Capitán caminó *sobre* el campo de batalla.

Cada enunciado implica una acción diferente, caminar *hacia* el campo de batalla no implica llegar sólo *hasta* ahí. De igual manera caminar *desde* el campo de batalla significa que parte de ahí y no hasta ese lugar; *desde* y *hasta* son preposiciones frecuentemente mal empleadas.

La profesora Lourdes Romero Álvarez en su libro *Técnicas Modernas de Redacción*, ilustra dos problemas muy comunes: la construcción incorrecta de

una frase empleando galicismo sintáctico y la suplantación de la preposición *con* por *a*. Lea el siguiente ejemplo:

Incorrecto: tareas *a* realizar / planes *a* ejecutar / problemas *a* resolver
 Correcto: tareas que han de realizarse / planes que han de ejecutarse / problemas que han de resolverse

La profesora ejemplifica la suplantación antes mencionada con los verbos presentar, recomendar y quejar. Concluye que nadie se presenta **con** otro, sino **a** otro; nadie recomienda **con** otro con un tercero, sino que recomienda **a** alguien más con un tercero; y tampoco nadie se queja **con** otro, sino que le comunica su queja **a** otro.

A continuación, más ejemplos de la misma autora para ilustrar la utilización incorrecta de las preposiciones *desde* y *hasta*.

Incorrecto: El museo abre *hasta* las diez de la mañana.
 Correcta: El museo está abierto *desde* las diez de la mañana
 Incorrecto: *Hasta* que usé una camisa X me sentí a gusto.
 Correcto: Me sentí a gusto *desde* que usé una camisa X.

Otros casos de preposiciones mal utilizadas:

Incorrecto: Corrió con dirección a la avenida.
 Correcto: Corrió en dirección a la avenida.
 O mejor: Corrió hacia la avenida.

b) Voz activa y pasiva

La voz activa y la voz pasiva tienen valor muy importante en el impacto de la noticia. Aunque la falta de conciencia de este problema no signifique que se escriba mal, puede impactar en la fuerza del mensaje informativo y carecer de vivacidad. Algunos ejemplos:

- Débil: El coordinador general de Oportunidades aceptó que los beneficiarios de ese programa antipobreza se han convertido en el principal botín político de los partidos.
- Mejor: Los beneficiarios del programa antipobreza Oportunidades son el principal botín político de los partidos, aceptó el coordinador general.
- Débil: La exposición frecuente al parásito conocido como la solitaria no ha sido un factor determinante para contraer neurocisticercosis
- Mejor: La exposición frecuente al parásito conocido como la solitaria no es un factor determinante para contraer neurocisticercosis.
- Débil: Los portadores del VIH han sido estigmatizados por la sociedad y afectados en su situación laboral, algunos son despedidos o no son contratados, explicó Fernando Cano Valle, académico del Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ) de la UNAM.
- Mejor: Portadores del VIH son despedidos o afectados en su situación laboral al negarles empleo y al ser estigmatizados por la sociedad, explicó Fernando Cano Valle, académico del Instituto de Investigaciones Jurídicas (IIJ) de la UNAM.

Sin embargo, la voz pasiva es efectiva para resaltar el elemento principal:

- Débil: La Comisión de Vigilancia de la Contaduría Mayor de Hacienda nombró contador mayor a Mariano Latapí Ramírez.
- Mejor: Mariano Latapí Ramírez fue nombrado contador mayor por la Comisión de Vigilancia de la Contaduría Mayor de Hacienda.
- Débil: Un "solitario" asesinó al candidato priista para la presidencia Luis Donaldo Colosio, según la PGR.
- Mejor: Luis Donaldo Colosio, candidato priista para la presidencia, fue asesinado por un "solitario".

c) Palabras compuestas

La escritura de palabras compuestas sigue siendo un tema en el cual cada empresa editorial y/o periodística elabora sus normas propias.

La primera recomendación es verificar si la palabra realmente existe, como malintencionado, dondequiera, asimismo, audiovisual, multimedia (palabra que desde hace varios años se encuentra arraigada en México y es aceptada por la RAE), intercontinental, sobresalto, parachoques, paraguas, etc. Siempre escríbalas unidas y nunca use guión.

Los prefijos como *ex*, *co*, *anti*, *pro*, *pre*, *pos*, *sub*, *vice*, *ultra*, *súper*, *uni*, *bi*, *tri*, *multi* e *hiper*, todos ellos usados en la medicina, la tecnología, política, finanzas, entre otras ciencias y áreas, e incluso en el habla popular, escríbalos unidos y nunca use guión.

- expresidente
- precandidato
- anticonstitucional
- subíndice
- ultraconservador
- unicelular
- tripartita
- hiperventilación
- coasesor
- posgrado
- provida
- vicerrector
- superveloz
- bilateral
- multimedia

d) Queísmo

El queísmo se ha convertido en una de los problemas más frecuentes de todo tipo de estudiantes y profesionistas. Tiene su origen en el hábito de traspasar formas orales, inadmisibles en la escritura, a las formas literales. La solución a este problema se encuentra en la eliminación del condicional simple (1), con frecuencia mal empleado, o en omitir la conjugación en general de verbos inútiles (2) como *estar*, *haber* e *ir*, principalmente. Vea los siguientes casos:

(1)

Incorrecto: Argumentó que no podría asistir.

Correcto: Argumentó no poder asistir.

Incorrecto: Confirmó que asistiría a la reunión.

Correcto: Confirmó su asistencia a la reunión.

(2)

Incorrecto: Fueron convocados los que estén interesados en protestar.

Correcto: Fueron convocados los interesados en protestar.

Incorrecto: Lamentaron la inundación que hubo el mes de septiembre.

Correcto: Lamentaron la inundación de septiembre.

Incorrecto: Rechazó que se vayan a cancelar los bonos para altos mandos.

Correcto: Rechazó la cancelación de bonos para altos mandos.

Incorrecto: El dictamen que hubo aprobado ayer.
 Correcto: Aprobó ayer el dictamen.

En otros casos se soluciona empleando el adverbio correcto, en estos casos como, cuando y donde.

Incorrecto: Comетиendo errores es que se aprende.
 Correcto: Comетиendo errores es como se aprende.

Incorrecto: Fue en la noche que recordé el nombre del libro.
 Correcto: Fue en la noche cuando recordé el nombre del libro.

Incorrecto: En esa plaza fue que la encontré.
 Correcto: En esa plaza fue donde la encontré.

En otro caso, la ambigüedad provocada por el nexa **que**, pasa inadvertida por su autor pues éste tiene claridad en la idea aunque resulte ambiguo al escribirlo. Es el resultado de colocar el nexa lejos del antecedente del cual fungirá como pronombre relativo. Ejemplo:

Incorrecto: Afirmó que el sistema fue infectado por un virus y que su estado será evaluado.
 NO QUEDA CLARO SI SERÁ EVALUADO EL ESTADO DEL SISTEMA O EL ESTADO DEL VIRUS.
 Correcto: Afirmó que un virus infectó el sistema, cuyo estado será evaluado.

e) Adjetivos

Se emplean adjetivos o expresiones que cumplen con dicha función gramatical con mayor frecuencia de lo que se piensa, sólo basta leer una hoja de cualquier diario. El periodismo debe presentar los hechos sin calificarlos, por tal motivo en una nota informativa no se admiten los adjetivos, de lo contrario el resultado sería la redundancia, la exageración y la imprecisión.

Incorrecto: Los inconformes manifestantes se dirigieron al Zócalo.
 Correcto: Los manifestantes se dirigieron al Zócalo.

(Es redundante decir que los manifestantes estaban inconformes)

Incorrecto: El automóvil es muy veloz.

Correcto: El automóvil acelera en cinco segundos a cien kilómetros por hora.

Incorrecto: Los aviones quedaron completamente destruidos.

Correcto: Los aviones quedaron destruidos.

ES UNA EXPRESIÓN IMPRECISA:

Incorrecto: Llenaron 23 mil asistentes el auditorio.

Correcto: Llegaron 23 mil asistentes al auditorio cuyo aforo es de 18 mil.

EN CAMBIO, SI SE TRATA DE UNA EXPRESIÓN EXAGERADA:

Los asistentes desbordaron el auditorio.

f) Adverbios

Los adverbios modifican al verbo, en cambio, los adjetivos a los adverbios. No puede decirse que *corrieron rápido*, sino que *corrieron rápidamente* o mejor, *Ayer corrieron rápido*.

En las notas de color y crónicas puede ser muy útil el uso de adverbios pero con corrección gramatical.

g) Verbos

Formas verbales directas e indirectas

El material informativo puede mejorar significativamente si sustituimos las formas verbales indirectas por directas.

Indirecta: El consejo general tendrá una reunión.

Directa: El consejo general se reunirá.

Indirecta: El rector dio lectura al documento.

Directa: El rector leyó el documento.

Falta de concordancia en el uso del Plural

Es común que los errores de hecho vayan ligados al empleo descuidado del plural en los verbos. Pueden existir muchas razones para explicar este hecho, la prisa al redactar una nota para mandarla cuanto antes puede ser una muy importante. El problema consiste básicamente en escribir el verbo en plural cuando el sustantivo es plural pero sin tomar el cuenta al sujeto o al contexto. .

Incorrecto: El **equipo** de los Pumas **vencieron** de forma consecutiva en su estadio.

Correcto: El **equipo** de los Pumas **venció** de forma consecutiva en su estadio.

Incorrecto: El **consejo** de académicos **informaron** de la decisión.

Correcto: El **consejo** de académicos **informó** de la decisión.

O bien, cuando existe falta de concordancia en la oración o está incompleta:

Hoy inaugurarán la Octava Feria del Empleo en Ciudad Universitaria.*

¿Quiénes la inaugurarán? ¿Será un grupo de personas quienes la inauguren o sólo una? Si se trata de un grupo de personas o de una, sería mejor mencionarlas, si no, lo correcto sería:

Hoy será inaugurada la Octava Feria del Empleo en Ciudad Universitaria.*

h) Atribuciones

Hay diversas formas de *tejer* atribuciones. Por *tejer* se entiende la manera menos monótona, la más correcta y la más propia, según la declaración. En un esfuerzo por evitar elaborar *machotes* de notas periodísticas en las cuales sólo se consigue vaciar información, el reportero debe aprender que el lenguaje tiene múltiples posibilidades, incluso, el lenguaje informativo.

Los llamados *dijónimos* han sido utilizados indiscriminadamente como una *estrategia*, mal entendida, de restar monotonía al típico — *dijo el candidato* —. La atribución es importante para el reportero porque evita que le responsabilicen de informaciones que pueden ser ciertas o no. Además, como generalmente existen versiones de un hecho, es necesario citarlas para no aceptar sólo una como la verdadera.

Es pertinente aclarar que repetir el verbo *dijo* no es un error, lo que necesita el reportero es distinguir las diversas formas de construir las oraciones donde se transcribirá la declaración o la información de la fuente. No siempre la fuente declara, en ocasiones los datos que proporciona no son propios para una cita, podría mencionarlos a lo largo de la nota o en un mismo párrafo aclarando siempre de dónde provienen.

Para decir que un líder sindical está en contra de un impuesto, un reportero probablemente escribiría: *“El nuevo impuesto será un abuso”, dijo el líder*

sindical. Sin embargo esta información tan escueta podría presentarse como cita indirecta: *El líder sindical calificó como un abuso al nuevo impuesto*. O bien: *Como un abuso calificó al nuevo impuesto el líder sindical*. No son necesarias las comillas para señalar qué palabras se atribuyen al líder sindical pues ya se le atribuye al final de la oración y se evita usar *dijo*. A pesar de lo simple de este razonamiento, muchos diarios siguen empleando las comillas.

La atribución descriptiva como *estalló*, *sentenció*, *anotó*, *reviró* y similares, generalmente son muy imprecisas y exageradas. Si bien es cierto que el uso de atribuciones también ayudará al lector a conocer el estado emocional de la fuente, no es válido decir que *estalló* cuando gritó, o que *sentenció* cuando opinó. El uso de ciertos verbos implican connotaciones que editorializan la nota.

Es muy común cometer imprecisiones más sutiles al escribir que *finalizó* cuando continuó opinando y se le citará nuevamente. Asimismo se dice *puntualizó* cuando en realidad no se enlistaron razonamientos "punto por punto", sino que sólo explicó. Elija con cuidado la atribución y conozca su significado.⁸⁵

ERRORES DE HECHO

Debido a su recurrencia entre los alumnos de la opción terminal de periodismo y a su impacto, se dedica un apartado especial a los errores de hecho. Es un problema que presenta alta incidencia en el sector mencionado en un porcentaje alarmante, 3 de cada 10 estudiantes de periodismo alteran datos y hechos en una nota informativa⁸⁶.

Un periodista podría cometer varios errores de tal naturaleza sin tener problemas, pero quizá cometer sólo uno en su carrera pudiera ser suficiente para terminarla

⁸⁵ Consulte el apéndice I donde se presenta un listado de atribuciones con su significado.

⁸⁶ Ver resultados del diagnóstico, gráfica "Errores de Hecho".

de forma definitiva. La manera de solucionarlo es dar fe de las erratas y revisar minuciosamente cada dato y cada hecho que se presenta.

En el periodismo actual, principalmente en el de espectáculos, pareciera algo natural, son concedidos amplios espacios al rumor, al chisme y al error. Pero, ¿qué es un error de hecho? Es tergiversar o manipular la información o cometer un equívoco. Desde cambiar un dato como la fecha de un desastre natural, el nombre de alguna institución o persona, su edad, su profesión o su cargo, hasta incurrir en imprecisiones al usar un verbo que no describe la acción que realiza el individuo citado, sino otra muy diferente. Esto último es muy común cuando se introduce el sentido figurado o el doble sentido al lenguaje informativo.⁸⁷

Error de hecho es decir que Andrés Manuel López Obrador es jefe del Departamento del Distrito Federal o que, en un giro desafortunado del lenguaje que podría provocar confusión y desconcierto: *Ana Guevara se **robó** el campeonato mundial...* cuando lo que quiso decir el reportero es que triunfó en la competencia.

Todo es posible hasta que realmente sucede, entonces, es un hecho. En una competencia es posible que un competidor robe el trofeo. La expresión puede referirse también a que lo obtuvo injustamente, entonces, se puede decir que lo robó puesto que lo *ganó* injustamente según la opinión popular o de expertos, no la del periodista.

Otra afirmación del periodista más allá de la presunción sería decir “el entrenador sabía que...” ¿cómo poder saberlo si no existe una declaración de por medio. Expresiones de este tipo no serán admitidas si no están sustentadas con una declaración y serán consideradas errores de hecho.

⁸⁷ Aquí se entiende por lenguaje informativo el código que se emplea al elaborar notas informativas, distinto al lenguaje periodístico, el cual involucra a los demás géneros. No deben entenderse como sinónimos.

Si un lector medianamente informado encuentra en una nota informativa que Nelson Mandela fue un hombre negro que luchó por los derechos civiles de la población afroamericana se dará cuenta del error, de lo contrario, se sumará éste a otros casos de desinformación.

Otra razón para cometer errores de hecho es no corroborar datos ofrecidos por las fuentes, obtenidos de *segunda mano*, no investigar datos como nombres completos de instituciones, personas u organismos, utilizar por ignorancia o descuido cifras anteriores a las que ya fueron actualizadas, emplear figuras literarias en el lenguaje informativo y tener la noción equivocada de alguna palabra, concepto o término (puede ser evidencia de un léxico pobre).

Siga estos pasos para evitar los errores de hecho: **Lea, consulte, escriba, revise, consulte y corrija**. Recuerde que un hecho es probable en tanto sea posible, sea escéptico y dude que las calles Florencia y Niza hagan esquina, que exista un hospital público llamado Manuel G. A. González, que el World Trade Center Ciudad de México tenga 45 pisos y que los secuestradores *trabajen*.

DUDAS FRECUENTES

En este apartado, como su título lo indica, serán revisados brevemente aquellos aspectos que generan dudas frecuentemente. En esta ocasión no serán contenidos eminentemente gramaticales, son incluidos listados de palabras de dudosa escritura y de dudoso significado.

a) Uso de las letras S, C y Z:

La falta de diferenciación en la pronunciación de las letras S, C y X trae consigo problemas ortográficos producto de la dificultad por distinguirlos. Por ello es necesario señalar los casos en los que se escribe con una u otra. Con el fin de

despejar dudas esporádicas son recordadas las reglas más importantes para solucionar los problemas más comunes.

Se escriben con *s*:

1) Las sílabas *des*, *dís*, *tras*:

trasfusión, despreocupación, distraer

2) La terminación *sivo/a* de los adjetivos:

decisivo, expresivo, pasivo, aprehensivo

EXCEPCIÓN: **nocivo**

3) Las terminaciones *ense* y *és* de los gentilicios:

mexiquense, inglés, canadiense, francés

4) Las terminaciones *sión* de los sustantivos que proceden de adjetivos terminados en *so*, *sor*, *sible* y *sivo*:

posesión, extensión, visión, comprensión

5) La terminación *oso/a* de adjetivos:

jugoso, precioso, hermoso

6) La terminación *ísimo/a* del superlativo de adjetivos:

durísimo, grandísimo

7) La terminación *ismo*:

altruismo, nacionalismo, islamismo

8) La terminación *ésimo/a* de adjetivos:

pésimo, vigésimo

EXCEPCIÓN: **décimo, undécimo, duodécimo...**

9) La terminación *ista* de nombres y adjetivos:

revista, artista, ortopedista, profesionalista

Se escriben con *c*:

1) Los verbos terminados en *cir*:

conducir, lucir, decir

EXCEPCIÓN: El verbo *asir* y sus compuestos.,

2) Las terminaciones *ción* de palabras que provienen de adjetivos terminados en *to* o *do*:

afección (de afecto), **corrupción** (de corrupto), **ocupación** (de ocupado), **situación** (de situado)

3) Palabras derivadas de otras que tengan *t* en la sílaba correspondiente:

presencia (de presente), **acción** (de acto), **paciencia** (de paciente)

4) La terminación *acia* de sustantivos:

democracia, falacia, farmacia, desgracia

EXCEPCIÓN: Asia, gimnasia, idiosincrasia.

5) La terminación *áceo/a* de adjetivos:

herbáceo, grisáceo

6) Las terminaciones en diminutivos *cito/a*, *cillo/a*, *ecito/a*, *ecillo/a*, *cecito/a*, *cecillo/a*

papacito, listoncillo, jefecito, pececillo, piececito

7) Los verbos que terminan en *cer*:

nacer, conocer, ofrecer, padecer, fenecer

EXCEPCIÓN: Toser, ser y coser (con hilo).

8) Las terminaciones *ancio*, *ancia* y *encia*:

cansancio, constancia, dependencia

EXCEPCIÓN: Ansia.

9) Los verbos terminados en *ciar*:***evidenciar, presenciar, propiciar***

EXCEPCIÓN: Ansiar, lisiar, extasiar.

10) Las terminaciones *ces* del plural de las palabras terminadas en *z* :***matices, aprendices, veraces, voces***11) Llevan *c* antes de la vocal *e* las formas verbales en subjuntivo cuyo infinitivo termina en *zar* :***lance, comencemos, organices, analicen***Se escriben con *z* :1) La terminación *azo/a* como superlativos2) La terminación *zuelo/a* y *ezno/a* como diminutivos3) Las terminaciones de los sustantivos abstractos *ez*, y *eza* :***escaces, honradez, niñez, ligereza***b) Palabras⁸⁸ mal empleadas frecuentemente:

Abertura: Boca, hendidura, agujero.

Accesar: Galicismo proveniente del verbo *access* o la expresión *to access*. Use *acceder*.Acceder: Del latín *accedĕre*, acercarse, conseguir lo que alguien solicita o quiere.

Acontecimiento: Hecho o suceso que reviste cierta importancia. No es igual a evento o acto.

Americano: Nativo del continente americano. Aunque el DRAE incluye la acepción *estadounidense*, no deberá utilizarse *americano* para el gentilicio de los naturales de Estados Unidos, sino *estadounidense*.

Apertura: Acto de dar principio, actitud favorable a la innovación ideológica, política, religiosa, económica, tecnológica, etc.

Asequible: Que puede conseguirse o alcanzarse.

Ascensión: Acción y efecto de ascender.

Asunción: Acción y efecto de asumir.

⁸⁸ Las definiciones fueron consultadas en <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm> y pertenecen a la 22ª edición del DRAE así como a los avances de la 23ª edición disponible en línea.

Becario: Es un adjetivo para denominar a quien recibió una beca, no escriba: "*El becado recibió un reconocimiento*"; es incorrecto pues *becado* es el participio del verbo *becar*, lo correcto es: "*El becario recibió un reconocimiento*".

Boom: Esta onomatopeya ha sido utilizada para expresar el auge de un movimiento social, artístico, musical, político, religioso, tecnológico, etc. Nunca escribiremos *boom* para sustituir la palabra *auge*, *apogeo* o *intensidad*.

Billón: Indica un millón de millones, pero en Estados Unidos el término *billion* indica mil millones. La RAE ha admitido el neologismo *millardo* para significar mil millones, por lo cual, se recomienda utilizar las palabras correctas según su significado cuidando en todo momento evitar la confusión idiomática. Si bien *millardo* es una palabra poco conocida, debe utilizarse para generar familiaridad.

Canciller: Presidente del Gobierno en algunos países, ministro de Asuntos Exteriores y empleado auxiliar en embajadas, consulados y agencias diplomáticas. Utilice con cuidado esta palabra en concordancia con el contexto.

Cede: Presente indicativo del verbo *ceder* que significa dar, transferir, traspasar a alguien una cosa, acción o derecho.

Censor: Que censura.

Cesión: Renuncia de algo, posesión, acción o derecho que alguien hace a favor de otra persona.

Concejo: Ayuntamiento, municipio.

Consejo: Parecer o dictamen dado para llevar o no a cabo algo, órgano colegiado o administrador.

Consenso: Acuerdo producido entre todos los miembros de un grupo o entre varios grupos. Por lo tanto es incorrecto: "*Lograron un consenso por mayoría*".

Consignar: Asentar opiniones, votos, doctrinas, hechos, circunstancias, datos, etc., por escrito, a menudo con formalidad jurídica o de modo solemne. No lo use para sustituir *dijo* ni verbos con el mismo sentido.

Controversia: Discusión de opiniones contrapuestas entre dos o más personas. Prefiera *controversia* en lugar de *polémica*.

Copia: Prefiera *ejemplar* cuando se refiera a publicaciones periódicas o libros.

Costo y Precio: Cantidad que se da o paga por algo. El DRAE define prácticamente como sinónimos *costo* y *precio*, asimismo su uso en el lenguaje común. Nosotros

los diferenciaremos así: el costo es el gasto relativo a la producción y el precio es el valor pecuniario que se paga por el resultado de dicho proceso.

Cumplimentar: Visita de cortesía y respeto a alguien con motivo de algún suceso. No utilice *cumplimentar* en lugar de *cumplir*.

Defender: La RAE lo define como *amparar, librar, proteger, impedir, estorbar*, pero aplicado a los deportes adquiere una acepción equivalente de *atacar*, siendo que su sentido original es proteger de una ataque o agresión se usa como sinónimo de *atacar*. Cuando lo emplee en notas deportivas, use *defender* con propiedad.

Defeño: Natural de la Ciudad de México o del Distrito Federal; puede usar *capitalino* cuando en el contexto se haga referencia a dicha ciudad o entidad federativa.

Desecho: Residuo, basura.

Deshecho. Participio irregular de deshacer.

Desórdenes: Es un anglicismo proveniente de la medicina. Sustitúyalo por padecimiento o por la palabra más precisa.

Detentar: Retener y ejercer ilegítimamente algún poder o cargo público. No supla el verbo *gobernar* por *detentar* ni viceversa.

Ecológico: Relativo a la ecología. Si se refiere a la ciencia escriba *ecología*, si al especialista, escriba *ecólogo*, no *ecologista*.

Ecologismo: Movimiento sociopolítico que propugna la defensa de la naturaleza. Si se refiere al activista escriba *ecologista*.

Edición: La RAE admitió desde el año 2001 la acepción celebración de determinado certamen, festival, etc., repetida con periodicidad o sin ella. Prefiera mencionar el tipo de acto: "*La 8ª Entrega de los Premios...*" en lugar de "*La octava edición de los premios...*".

Efectivo: Real y verdadero, dicho de un empleado o del dinero. No lo emplee para referirse a la capacidad de algo para lograr lo que se desea o espera, la *eficacia*.

Electo y elegido: Participio del verbo elegir. Aunque se piensa que la diferencia entre *electo* o *elegido* es irrelevante, cada palabra se usa para decir cosas distintas. De acuerdo al planteamiento de Sergio Loya en el manual de estilo de *Proceso*, estas dos palabras no son usadas atinadamente pero sí *correcto* y *corregido*. *Electo* y *correcto* son participio irregular; *elegido* y *corregido* son el participio regular. Así como es un error decir: "El profesor no ha *correcto* mi trabajo", es equivocado decir "Juan Pérez fue *electo* presidente". Pero: "El profesor

no ha *corregido* mi trabajo" y " Juan Pérez fue declarado presidente *electo*" o " Juan Pérez fue *elegido* presidente". La diferencia es que *electo* y *correcto* se refieren a una condición; *elegido* y *corregido* a una acción.

Encima: En lugar o puesto superior respecto de otro inferior. No confunda con *enzima*, la proteína que cataliza cada una de las reacciones bioquímicas del metabolismo.

Encuentro: En los últimos años se ha denominado *encuentro* a congresos y actos, además, la RAE admitió la enmienda de esta palabra para la 23ª edición del DRAE a pesar de que proviene de una mala adaptación del inglés *meeting*. Antes sólo significaba la *entrevista entre dos o más personas con el fin de resolver o preparar algún asunto*, la enmienda agrega la acepción *reunión de expertos en alguna materia con el fin de intercambiar opiniones y experiencias*. Admitiremos usar esta palabra sólo si es parte del nombre del acto a celebrarse o si involucra la participación de expertos.

Enfermedad: Alteración más o menos grave de salud. Distinga entre *síndrome* (conjunto de síntomas característicos de una enfermedad) y *padecimiento* (acción de sufrir daño, injuria, enfermedad, etc.).

Epidemia: Enfermedad que se propaga algún tiempo por un país afectando a gran número de personas. No use *epidemia* para referirse a los animales.

Epizootia: Enfermedad que acomete a una o varias especies de animales.

Especular: Meditaro reflexionar, en algunos casos, en hipótesis sin base real. No se use cuando se refiera a *sospechar*.

Estadounidense: Natural de los Estados Unidos de América. No escriba *norteamericano* cuando se refiera a este gentilicio.

Estimar: Apreciar, juzgar. Se usa para indicar que es la hora *programada* o *prevista*, el cambio surge de la influencia del anglicismo *estimated*. No lo use.

Evento: Hecho imprevisto. Aunque no es propio darle la acepción de acontecimiento o acto, tal significado se ha arraigado por la influencia del inglés *event*. Cuando se refiera a actos como un mitin, marcha, competencia, conferencia, congreso, etcétera, no use *evento*, en su lugar especifique a qué tipo de acto se refiere. Curiosamente, *eventualidad* sí retiene su significado original.

Éxodo: Emigración de un pueblo o de una muchedumbre de personas. Es empleado frecuentemente para hacer referencia a un viaje cansado o complicado, un recorrido extenuante e incluso a la realización de un trámite burocrático, sin embargo es un error. Utilice *éxodo* sólo cuando esté implicada la emigración.

Extranjerismo: Voz, frase o giro que un idioma toma de otro extranjero.

Grabar: Labrar en relieve una figura o representación de cualquier objeto. Captar y almacenar imágenes y sonidos para luego reproducirlos.

Gravar: Imponer un gravamen.

Haber: El verbo *haber* es usualmente mal empleado pues al escribirlo como impersonal se reproduce una falta de concordancia con el sujeto cuando se escribe en tercera persona del singular: "*En la marcha hubieron destrozos*", cuando lo correcto es: "*En la marcha hubo destrozos*". Mismo caso: "*Dijo que habrán más pruebas en su contra*", y lo correcto es: "*Dijo que habrá más pruebas en su contra*". Igualmente en los casos donde se usa *había*. El verbo *haber* cuando es empleado como auxiliar, es decir, cuando en la oración auxilia a otro verbo, puede ser pluralizado sin importar su conjugación: "*Los destrozos hubieran sido cuantificados oportunamente*" o "*Los manifestantes habrían regresado a Gobernación de seguir inconformes*" o "*Los políticos no han respondido a la convocatoria*". La excepción aplica cuando el verbo *haber* es auxiliar de sí mismo: "*Últimamente ha habido robos en Coyoacán*". Es incorrecto escribir *hemos* porque no existe tal conjugación, cuando escriba declaraciones como: "*Habemos inconformes con las nuevas tarifas*"; lo correcto es: "*Hay inconformes con las nuevas tarifas*". Evite la confusión: "*Haber qué sucede*"; escriba el verbo correcto: "*A ver qué sucede*".

Ignorar: Desconocer. Por la influencia del anglicismo *ignore* se usa como *despreciar, soslayar, desdeñar*.

Incidir: Caer o incurrir en una falta, un error, un extremo, etcétera.

Incipiente: Que empieza.

Insipiente: Falto de sabiduría o de juicio.

Instrumentalizar: Utilizar a algo o a alguien para conseguir un fin. No se confunda con *instrumentar* que significa *crear, constituir, organizar*.

Irak: En los medios de comunicación en México ha sido mayormente aceptada la terminación con **k**, no así con **q**. En consecuencia escribiremos *Irak*. Pero su gentilicio, en armonía con el idioma español, será *iraquí*.

Legitimación: Acto por el cual se prueba o justifica la verdad de algo o la calidad de alguien o algo conforme a las leyes. No se confunda con *legitimidad*, que indica cualidad, no una acción. Es incorrecto por lo tanto: "*La legitimación del proceso es indudable*"; pero es correcto: "*La legitimidad del proceso es indudable*".

Literal: Conforme a la letra del texto, o al sentido exacto y propio, no figurado, de las palabras empleadas en él.

Literario: Perteneiente o relativo a la literatura.

Multinacional: Relativo a muchas naciones. Este término ha sido utilizado en los últimos años con una connotación bélica o militar. No debe confundirse con *internacional* pues significa entre varias naciones, lo cual connota conjunto o aglomeración organizada de naciones, cooperación, etc. Preferiremos escribir *internacional* cuando se hable de la organización de países o asuntos relativos al conjunto de países como la *economía internacional*, pero preferiremos *multinacional* para asuntos bélicos de acuerdo a la tendencia.

Neologismo: Vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua.

Nobel: Es el premio anual instituido por Alfred Nobel, no admitiremos *Nóbel*.

Parista: Relativo a quien interrumpe actividades colectivas por iniciativa de algún grupo social o de una autoridad. No se confunda con *huelguista*: trabajador que participa en la interrupción de la actividad laboral.

Periodicidad: De periodo. No *perioricidad*.

Privacidad: No confunda con *íntimo*. Distinga lo público, lo privado y lo íntimo.

Ostentar: Mostrar, hacer patente o gala de algo. No se utilice *ostentar* para suplir *ejercer* o *tener*. Generalmente nadie *ostenta* un cargo, lo *ejerce* o lo *tiene*.

Pronunciamiento: Declaración en contra o a favor de algo. Evite usarla cuando se refiera a un dicho y lo coloque así fuera de contexto, por ejemplo: "*El pronunciamiento del gobernador fue de alegría*".

Realizar: Use otros verbos que expresen la misma idea además de éste como hacer, usar, practicar, obrar, exponer, elaborar, cometer, efectuar, ejecutar, ejercer o producir.

Rebelar: Sublevar, desobediencia.

Recinto: Espacio comprendido dentro de ciertos límites. Posee también una connotación en México de respeto y veneración. Modere el uso de esta palabra.

Recital: Reserve este concepto para la recitación de poesía y para la ejecución de varias obras por un solo artista en un mismo instrumento, no emplee *concierto*.

Reportar: Proviene del anglicismo *to report* y debe ser sustituido por *notificar*, *informar*, *comunicar*, etcétera.

Revelar: Descubrir o manifestar lo ignorado o secreto.

Secuestrar: En la toma de las instalaciones universitarias de abril de 1999 por el CGH los medios hablaron de que secuestraron el campus universitario, siendo que *secuestrar* alude a personas, no a edificios. Prefiera *toma* u *ocupación*.

Serio: Del anglicismo *serious*. No existen enfermedades *serias*, sino graves.

Seudo: Falso. No lo emplee como peyorativo.

Susceptible: Capacidad de recibir modificación o impresión. Es incorrecto decir: "*El programa de estudios es susceptible de brindar mejores herramientas*"; pero es correcto: "*El programa de estudios es susceptible de ser mejorado*". No se relaciona con la capacidad de hacer, sino de recibir.

Tasa: Relación entre dos magnitudes (tasa de desempleo), graduación del precio o valor de una cosa o trabajo.

Taza: Vasija pequeña con asa para tomar líquidos.

Tergiversar: Dar una interpretación errónea a palabras o acontecimientos.

Trans: Al otro lado, a través de, más allá de. La RAE ha admitido en numerosos casos la eliminación de la "n" para escribir *tras*. Es el mismo caso que el prefijo *post*, el cual fue simplificado a *pos* para escribir *posgrado*, por ejemplo. Sin embargo algunos conflictos en el uso del prefijo *tras* dan como resultado confundirlo en ocasiones en el uso común con la preposición *tras*. Se recomienda un estricto sentido de propiedad para usar correctamente los prefijos *trans* o *tras* dependiendo del contexto, pues algunas palabras con el prefijo *tras* sí se refieren al mismo sentido de dicha preposición como *después de*, *a continuación de* como *trastienda*, *traspatio*. Cabe mencionar que en este caso la etimología de numerosas palabras no corresponde a su significado común, así que sólo se sugiere identificar los casos donde se utilice el prefijo *tras* con el sentido de la preposición para escribirlos correctamente evitando *transpatio*, *transtienda*, etc.

Venir: La conjugación de este verbo suele ser errónea. *Venimos* se utiliza para el presente y *vinimos* para el pretérito de tal manera que es correcto: "*Vinimos la semana pasada*" así como "*Venimos a hacer una solicitud*".

c) Neologismos y extranjerismos:

El lenguaje es dinámico y el pensamiento también. Las innovaciones en todas las áreas del conocimiento empujan al lenguaje porque la necesidad inherente al ser humano de *nombrar* rebasa los límites lingüísticos dando como resultado nuevas palabras, nuevos conceptos y nuevos matices de ideas. En muchos casos dos o

más palabras o conceptos o ideas funden sus significados para dar lugar a otro. Es así como surgen los neologismos.

Los neologismos son vocablos, acepciones o giros nuevos en una lengua. Los medios de comunicación desempeñan una función muy importante en su difusión. De igual manera ocurre con los extranjerismos, voces, frases o giros que un idioma toma de otro extranjero. Esto es producto de la desidia en los medios por buscar sustitutos en español y de la indiferencia de la sociedad por ser críticos ante una gran cantidad de palabras “nuevas”. Es necesario delimitar en qué medida podemos usarlos para pensar en que generaciones futuras puedan comprender lo que quiso decir Monsiváis, Borges o Lorenzo Meyer.

Aunam, como medio de comunicación universitario y proyecto académico, tiene la misión de pugnar por la defensa del idioma español y por evitar el uso de neologismos, particularmente, cuando se desconozca el significado y su escritura. Sin embargo, así como surgió *priísta*, *perredista*, *destape*, *cuahutemiña* y alguna vez *abuchear*, producto de una onomatopeya, podemos emplear neologismos que mejoren o hagan más precisa una expresión de acuerdo a qué tan extendidos se encuentren. Los barbarismos —neologismos de otro idioma—, serán eliminados de nuestros despachos pues generalmente tienen un equivalente en nuestro idioma como *science fiction*, *babysitter*, *corner*, etcétera.

Existe la tendencia por castellanizar los extranjerismos, lo cual implica una adaptación fonética y morfológica, para que suene y se lea en español. Aunam se reserva la libertad de efectuar dicha práctica y se limitará a observar las tendencias en los medios de comunicación así como los pronunciamientos de la Real Academia Española. Todas estas palabras se sujetarán a la siguiente norma: Serán desechados todos aquellos extranjerismos que tengan una acepción en español, excepto, si se trata de un neologismo que no haya sido castellanizado aún.

Relación esencial de voces extranjeras que pueden ser sustituidas:

Access, acceder / acceder	Dream team / super equipo
Affaire / escándalo, incidente	E-mail / correo electrónico
Antidoping / antidopaje	Fair play / juego limpio
Apartheid / segregación	Fan / seguidor, aficionado, admirador
Argot / jerga, terminología	Fast food / comida rápida
Attachement / adjunto	Feeling / sentimiento, pasión
Banner / publicidad en internet	Film / película, cinta, filme
Baseball/ béisbol	Forwardear / Reenviar
Basic / básico	Gay / homosexual
Best seller / más vendido	Glamour / glamur, encanto
Boom / auge, apogeo	Godspell / gospel
Boulevard / bulevar	Happening / acto artístico o cultural
Boutique / tienda	Happy hour / hora feliz
Bug / defecto, anomalía	Hobbie / pasatiempo
Casting / audición, selección	Interview / entrevista
Clic, cliquear / pulsar	Jet-set / alta sociedad, famosos
Cocktail / coctel	Kindergarten / jardín de niños
Compat Disc / disco compacto	Kit / paquete
Confort / comodidad	Know how / saber cómo
Consulting / asesoramiento	Laissez-faire / dejar hacer
Copyright / derechos reservados	Light / ligero, dietético
Corner / tiro de esquina	Link / liga, (hiper) vínculo
Cornflakes / cereal, hojuelas de maíz	Look / apariencia, imagen
Champagne / champaña	Magazine / revista
Championship / campeonato	Mail / correo
Chef / cocinero en jefe	Manager / entrenador, representante
Check, chechar / revisar, confirmar	Marketing / mercadotecnia
Design / diseño	Masacre / matanza
Dossier / informe, análisis, expediente	New look / nueva imagen, apariencia

Night club / club nocturno	Staff / equipo, personal, organización
On line / en línea, conectado	Standard / estandar, promedio
Parking / estacionamiento	Star / estrella
Partner / socio, asociado	Stereo / estéreo
Password / contraseña, código	Stress / estrés
Pay per view / pago por evento	Symposium / simposio
Penalty / penal, castigo	Test / prueba, cuestionario, examen
Performance / actuación, parodia	Tour / gira
Pick-up / camioneta	Track / pista
Plug-in / conectar, enchufar	Underground / subterráneo, clandestino
Premiere / estreno	Unplugged / desconectado, en vivo
Premier / presidente	Vendetta / venganza
Preview / adelanto, avance	Walkman / tocacintas
Publishing / estrategias publicitarias	Way of life / estilo de vida
Ranking / clasificación	Web / internet, la red, ciberespacio
Rating / audiencia ⁸⁹ , auditorio	Worm / gusano (informático)
Récord / grabación, marca deportiva	Zoom / acercamiento
Referee / árbitro	
Sex symbol / símbolo sexual	
Site / página de internet	
Shock / trauma	
Show / espectáculo, presentación	
Showman / presentador, animador	
Sketch / rutina actoral	
Skinheads / cabezas rapadas	
Slogan / eslogan	
Smog / niebla tóxica, Imeca	
Speakers / bocinas, altavoces	
Sport / deportivo	

⁸⁹ Aceptación admitida por la RAE.

d) La redundancia y el pleonasma:

Es preferible decir en una palabra lo que podría decirse en dos. Como apunta Álex Grijelmo⁹⁰ el informador debe usar vocablos certeros, rigurosos con el contenido que desea transmitir y tenderá siempre a la brevedad y la precisión en sus expresiones, la redundancia y los pleonasmos son parte de un estilo pobre y prueba de un léxico limitado.

Expresiones como "*El auditorio nacional estaba completamente lleno*" hacen más extenso nuestro trabajo y en ocasiones difícil de comprender, a la vez que restamos valor a las palabras como *lleno* que de ninguna manera será medio lleno o muy lleno, sencillamente *lleno*, lo cual significa que la *concurencia ocupa todas las localidades de un lugar*⁹¹. Así como reza el popular ejemplo, que ninguna mujer está medio embarazada.

Lo usual es encontrar redundancias como *trabajar en el trabajo* o *juguemos un juego*, sin embargo es muy común escribir redundancias en las preposiciones, como:

Los pumas se enfrentarán contra el actual campeón.

El verbo enfrentarse ya implica la idea de relación con el adversario, lo correcto sería:

Los pumas enfrentarán al actual campeón.

Podemos mejorar los enunciados.

La manifestación salió desde Rectoría.

El concurso se enmarca dentro del aniversario de...

Ana Gabriela Guevara logró una nueva marca en CU.

El equipo partió con rumbo hacia Monterrey.

Por los siguientes:

La manifestación salió de Rectoría.

El concurso se enmarca en el aniversario de...

⁹⁰ Álex Grijelmo, El estilo del periodista, p. 362

⁹¹ <http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>, búsqueda de la palabra *lleno*.

Ana Gabriela Guevara rompió su marca en CU.

El equipo partió hacia Monterrey.

En cambio los pleonasmos son más sutiles y consisten en reforzar con adverbios, sustantivos, adjetivos y pronombres una idea expuesta con un concepto.

Si mejoramos los enunciados:

La comunidad apreció positivamente el esfuerzo del rector.

En este ciclo escolar las aulas se encuentran completamente abarrotadas.

El quinteto lució completamente rebosante de energía en su concierto.

El portero evitó que no pasara absolutamente nada a la red.

Por los siguientes:

La comunidad apreció el esfuerzo del rector.

Este ciclo escolar las aulas de Derecho se encuentran abarrotadas.

El quinteto lució rebosante de energía en su concierto.

El portero evitó que no pasara nada a la red.

Utilizar verbos que ya expresan una condición es suficiente, no necesitan ser reforzados. Ocurre lo mismo con los adjetivos de los ejemplos.

En ocasiones encontramos dos tipos de palabras en un mismo enunciado, una tiene un concepto y la otra contiene varios conceptos, por ejemplo:

Se dictó auto de formal prisión al preso.

No puede emitirse un fallo de tal naturaleza a un arrestado, sino a un preso que no ha sido recluido. Son clásicos los ejemplos: la autopsia al cadáver, la unanimidad o el consenso de todos, el muerto inerte, el monopolio de una empresa (implica la idea del singular y que se trata del ámbito empresarial o industrial), el nacimiento o la creación o el estreno de algo nuevo, el pasado histórico, volver a rehacer algo, los principales protagonistas, el deporte dinámico, lo que suele ser frecuente o habitual o usual (el verbo *so/er* indica frecuencia), lo que se predice o se prevé de

antemano, lo expuesto previamente (lo que se expuso ya ocurrió), los énfasis especiales y lo que se agrava o crece aún más.

APÉNDICE I

Guía esencial de siglas y acrónimos

ABM	Asociación de Banqueros de México
ADN	ácido desoxirribonucleico (no DNA)
AI	Amnistía Internacional
ALCA	Área de Libre Comercio de las Américas
AMAF	Asociación Mexicana de Árbitros de Fútbol
ANUIES	Asociación Nacional de Universidades e Instituciones de Enseñanza Superior (México)
Banxico	Banco de México
BID	Banco Interamericano de Desarrollo
BM	Banco Mundial
BMV	Bolsa Mexicana de Valores
CAPFCE	Comité Administrador del Programa Federal de Construcción de Escuelas (México)
CCH	Colegio de Ciencias y Humanidades
CDHDF	Comisión de Derechos Humanos del Distrito Federal
CCE	Comunidad Económica Europea
CIDE	Centro de Investigación y Docencia Económica
CIDH	Corte Interamericana de Derechos Humanos
CIJH	Corte Internacional de Justicia (La Haya)
CNBV	Comisión Nacional Bancaria y de Valores
CNCA	Consejo Nacional para la Cultura y las Artes
CNDH	Comisión Nacional de Derechos Humanos
COI	Comité Olímpico Internacional
COM	Comité Olímpico Mexicano
Conacyt	Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología (México)
Conade	Comisión Nacional del Deporte (México)

Conapo	Consejo Nacional de Población (México)
Conasida	Consejo Nacional de Prevención del sida (México)
CRM	Cruz Roja Mexicana
CTM	Confederación de Trabajadores de México
CU	Ciudad Universitaria (UNAM, México)
DF	Distrito Federal
ENEP	Escuela Nacional de Estudios Superiores (UNAM, México)
ENAP	Escuela Nacional de Artes Plásticas
EU	Estados Unidos de América
EZLN	Ejército Zapatista de Liberación Nacional
FCPS	Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (sin la "y")
FMF	Federación Mexicana de Fútbol
FMI	Fondo Monetario Internacional
GDF	Gobierno del Distrito Federal
GMT	Hora del meridiano de Greenwich
IFE	Instituto Federal Electoral
ILCE	Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (México)
IMP	Instituto Mexicano del Petróleo
IMSS	Instituto Mexicano del Seguro Social
INBA	Instituto Nacional de Bellas Artes
INEGI	Instituto Nacional de Estadística, Geografía e Informática (México)
INI	Instituto Nacional Indigenista
IPN	Instituto Politécnico Nacional (México)
ISR	Impuesto sobre la renta
ISSSTE	Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (México)
OCDE	Organización para la Cooperación y el Desarrollo Económico
OEA	Organización de Estados Americanos
OMC	Organización Mundial de Comercio
ONG	Organización No Gubernamental

ONU	Organización de las Naciones Unidas
PAN	Partido Acción Nacional
Pemex	Petróleos Mexicanos
PGJDF	Procuraduría General de Justicia del Distrito Federal (México)
PGR	Procuraduría General de la República (México)
PJF	Policía Judicial Federal (México)
PRD	Partido de la Revolución Democrática
PRI	Partido Revolucionario Institucional
Profepa	Procuraduría Federal de Protección al Medio Ambiente (México)
PT	Partido del Trabajo
PVEM	Partido Verde Ecologista de México
RAE	Real Academia Española de la Lengua
SCT	Secretaría de Telecomunicaciones y Transportes
SE	Secretaría de Energía
SFP	Secretaría de la Función Pública
Secofi	Secretaría de Comercio y Fomento Industrial
Sectur	Secretaría de Turismo
Sedena	Secretaría de la Defensa Nacional
Sedesol	Secretaría de Desarrollo Social
Segob	Secretaría de Gobernación
Semarnat	Secretaría de Medio Ambiente, Recursos Naturales
Semefo	Servicio Médico Forense
SEP	Secretaría de Educación Pública
Sepomex	Servicio Postal Mexicano
Servimet	Servicios metropolitanos
SHCP	Secretaría de Hacienda y Crédito Público
SM	Secretaría de Marina
SMN	Servicio Meteorológico Nacional
SRE	Secretaría de Relaciones Exteriores
Ssa	Secretaría de Salud

STUNAM	Sindicato de Trabajadores de la Universidad Nacional Autónoma de México
Telmex	Teléfonos de México
TLC	Tratado de Libre Comercio de América del Norte
UAM	Universidad Autónoma Metropolitana
UE	Unión Europea
UNAM	Universidad Nacional Autónoma de México
Unesco	Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura
Unicef	Fondo Internacional de las Naciones Unidas para la Ayuda a la Infancia

APÉNDICE II

Siglas y Acrónimos de la UNAM

Se pretende facilitar el trabajo del reportero de Aunam y uniformarlo con el presente listado oficial de siglas y acrónimos de la UNAM. La mayoría son usadas oficialmente por facultades, escuelas, institutos, centros, programas, direcciones, secretarías y coordinaciones, pero algunas han sido simplificadas o modificadas con el fin de hacer práctica su redacción y lectura. En los casos de las siglas que presentaban la conjunción “y”, fue eliminada. En los casos en los que el acrónimo completo es escrito con mayúscula como IIEC, Instituto de Investigaciones Económicas, fue sustituida la mayúscula “C” por minúscula, para dar cumplimiento a nuestras normas de redacción, IIEc; excepto IGI, del Instituto de Geología, la cual respeta remos. La sigla FM, de la Facultad de Medicina, fue sustituida por el acrónimo FMed para evitar confusiones con Veterinaria y Zootecnia.

• <u>Junta de Gobierno</u>	JG
• <u>Consejo Universitario</u>	ConU
• <u>Consejo Técnico</u>	CT
• <u>Facultad de Arquitectura</u>	FA
• <u>Facultad de Ciencias</u>	FC
• <u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales</u>	FCPyS
• <u>Facultad de Ciencias Políticas y Sociales (Sistema Universidad Abierta)</u>	FCPyS SUA
• <u>Facultad de Contaduría y Administración</u>	FCA
• <u>Facultad de Derecho</u>	FD
• <u>Facultad de Derecho (Sistema Universidad Abierta)</u>	FD SUA
• <u>Facultad de Economía</u>	FE
• <u>Facultad de Economía (Sistema Universidad Abierta)</u>	FE SUA
• <u>Facultad de Estudios Superiores Acatlán</u>	FES Acatlán
• <u>Facultad de Estudios Superiores Cuautitlán</u>	FES Cuautitlán
• <u>Facultad de Estudios Superiores Iztacala</u>	FES Iztacala
• <u>Facultad de Estudios Superiores Zaragoza</u>	FES Zaragoza
• <u>Facultad de Filosofía y Letras</u>	FFyL
• <u>Facultad de Ingeniería</u>	FI
• <u>Facultad de Medicina</u>	FM
• <u>Facultad de Medicina Veterinaria y Zootecnia</u>	FMVZ
• <u>Facultad de Odontología</u>	FO
• <u>Facultad de Psicología</u>	FP
• <u>Facultad de Química</u>	FQ
• <u>Escuela Nacional de Estudios Profesionales Aragón</u>	ENEP Aragón
• <u>Escuela Nacional de Artes Plásticas</u>	ENAP
• <u>Escuela Nacional de Enfermería y Obstetricia</u>	ENEO
• <u>Escuela Nacional de Música</u>	ENM
• <u>Escuela Nacional de Trabajo Social</u>	ENTS
• <u>Coordinación de Humanidades</u>	CHum

• <u>Instituto de Investigaciones Antropológicas</u>	IIA
• <u>Instituto de Investigaciones Bibliográficas</u>	IIB
• <u>Instituto de Investigaciones Económicas</u>	IIEc
• <u>Instituto de Investigaciones Estéticas</u>	IIE
• <u>Instituto de Investigaciones Filológicas</u>	IIFI
• <u>Instituto de Investigaciones Filosóficas</u>	IIF
• <u>Instituto de Investigaciones Históricas</u>	IIH
• <u>Instituto de Investigaciones Jurídicas</u>	IIJ
• <u>Instituto de Investigaciones Sociales</u>	IIS
• <u>Centro Coordinador y Difusor de Estudios Latinoamericanos</u>	CCyDEL
• <u>Centro de Enseñanza de Lenguas Extranjeras</u>	CELE
• <u>Centro de Estudios Sobre la Universidad</u>	CESU
• <u>Centro de Investigaciones Interdisciplinarias en Ciencias y Humanidades</u>	CEIICH
• <u>Centro de Investigaciones Sobre América del Norte</u>	CISAN
• <u>Centro Regional de Investigaciones Multidisciplinarias</u>	CRIM
• <u>Centro Universitario de Investigaciones Bibliotecológicas</u>	CUIB
• <u>Programa Universitario de Estudios de Género</u>	PUEG
• <u>Programa Universitario de Estudios sobre la Ciudad</u>	PUEC
• <u>Coordinación de la Investigación Científica</u>	CIC
• <u>Instituto de Astronomía</u>	IA
• <u>Instituto de Biología</u>	IB
• <u>Instituto de Biotecnología</u>	IBt
• <u>Instituto de Ciencias del Mar y Limnología</u>	ICML
• <u>Instituto de Ciencias Nucleares</u>	ICN
• <u>Instituto de Ecología</u>	IE
• <u>Instituto de Física</u>	IF
• <u>Instituto de Fisiología Celular</u>	IFC
• <u>Instituto de Geofísica</u>	IGf
• <u>Instituto de Geografía</u>	IG
• <u>Instituto de Geología</u>	IGa
• <u>Instituto de Ingeniería</u>	II
• <u>Instituto de Investigaciones Biomédicas</u>	IIB
• <u>Instituto de Investigaciones en Matemáticas Aplicadas y en Sistemas</u>	IIMAS
• <u>Instituto de Investigaciones en Materiales</u>	IIM
• <u>Instituto de Matemáticas</u>	IM
• <u>Instituto de Neurobiología</u>	INB
• <u>Instituto de Química</u>	IQ
• <u>Centro de Ciencias Aplicadas y Desarrollo Tecnológico</u>	CCADET
• <u>Centro de Ciencias de la Atmósfera</u>	CCA
• <u>Centro de Ciencias de la Materia Condensada</u>	CCMC
• <u>Centro de Ciencias Físicas</u>	CCF
• <u>Centro de Física Aplicada y Tecnología Avanzada</u>	CFATA
• <u>Centro de Geociencias</u>	CGc
• <u>Centro de Investigación en Energía</u>	CIE
• <u>Centro de Investigaciones sobre Fijación de Nitrógeno</u>	CIFN
• <u>Programa Universitario de Alimentos</u>	PUAI
• <u>Programa Universitario de Energía</u>	PUE
• <u>Programa Universitario de Investigación en Salud</u>	PUIS
• <u>Programa Universitario de Medio Ambiente</u>	PUMA
• <u>Programa Universitario de Ciencia e Ingeniería de Materiales</u>	PUCIM
• <u>Dirección General de Divulgación de la Ciencia</u>	DGDC
• <u>Coordinación de Difusión Cultural</u>	CDC
• <u>Centro Universitario de Estudios Cinematográficos</u>	CUEC
• <u>Centro Universitario de Teatro</u>	CUT

• <u>Dirección de Literatura</u>	DLit
• <u>Dirección de Teatro y Danza</u>	DTD
• <u>Dirección General de Actividades Cinematográficas</u>	DGAC
• <u>Dirección General de Artes Plásticas</u>	DGAP
• <u>Dirección General de Música</u>	DGM
• <u>Dirección General de Publicaciones y Fomento Editorial</u>	DGPFE
• <u>Dirección General de Radio UNAM</u>	DGRUNAM
• <u>Dirección General Televisión Universitaria</u>	DGTVUNAM
• <u>Casa de Lago "Mtro. Juan José Arreola"</u>	Casa de Lago
• <u>Museo Universitario del Chopo</u>	Museo del Chopo
• <u>Escuela Nacional Preparatoria</u>	ENP
• <u>Escuela Nacional Colegio de Ciencias y Humanidades</u>	ENCCH
• <u>Patronato Universitario (Tesorería)</u>	PU
• <u>Dirección General de Patrimonio Universitario</u>	DGPau
• <u>Dirección General de Finanzas</u>	DGF
• <u>Auditoría Interna</u>	AI
• <u>Dirección General de Responsabilidades, Inconformidades y Registro Patrimonial</u>	DGRIRP
• <u>Dirección General de Control e Informática</u>	DGCI
• <u>Dirección General de Presupuesto Universitario</u>	DGPU
• <u>Defensoría de los Derechos Universitarios</u>	DDU
• <u>Secretaría General</u>	SG
• <u>Coordinación de Universidad Abierta y Educación a Distancia</u>	CUAED
• <u>Centro de Enseñanza Para Extranjeros</u>	CEPE
• <u>Dirección General de Administración Escolar</u>	DGAE
• <u>Dirección General de Asuntos del Personal Académico</u>	DGAPA
• <u>Dirección General de Bibliotecas</u>	DGB
• <u>Dirección General de Estudios de Posgrado</u>	DGEP
• <u>Dirección General de Evaluación Educativa</u>	DGEE
• <u>Dirección General de Incorporación y Revalidación de Estudios</u>	DGIRE
• <u>Dirección General de Servicios de Cómputo Académico</u>	DGSCA
• <u>Unidad de Apoyo a Consejo Universitario y Colegio de Directores</u>	UACUCD
• <u>Secretaría Administrativa</u>	SA
• <u>Dirección General de Obras y Conservación</u>	DGOC
• <u>Dirección General de Personal</u>	DGP
• <u>Dirección General de Proveduría</u>	DGPro
• <u>Dirección General de Servicios Generales</u>	DGSG
• <u>Dirección General de Servicios Administrativos</u>	DGSA
• <u>Dirección General de Servicios Médicos</u>	DGSM
• <u>Coordinación de General de Reforma Universitaria</u>	DGRU
• <u>Dirección General de Estadística y Desarrollo Institucional</u>	DGEDI
• <u>Secretaría de Servicios a la Comunidad Universitaria</u>	SSCU
• <u>Dirección General de Atención a la Comunidad Universitaria</u>	DGACU
• <u>Dirección General de Orientación y Servicios Educativos</u>	DGOSE
• <u>Dirección General de Actividades Deportivas y Recreativas</u>	DGADRE
• <u>Programa de Vinculación con los Exalumnos</u>	PROVIE
• <u>Oficina del Abogado General</u>	AG
• <u>Dirección General de Asuntos Jurídicos</u>	DGAJ
• <u>Dirección General de Estudios de Legislación Universitaria</u>	DGELU
• <u>Dirección General de Comunicación Social</u>	DGCS
• <u>Secretaría Técnica del Consejo de Planeación</u>	STCP
• <u>Oficina de Colaboración Interinstitucional</u>	CI

APÉNDICE III

Atribuciones

Es casi una regla emplear diversas palabras como sinónimos o equivalencias del verbo "dijo". Así como se maneja el tiempo presente para los documentos, las atribuciones deben escribirse en pasado. Los verbos de atribución tienen como función comunicar, según el criterio del reportero, la conducta de quien declara o del entrevistado así como el carácter de sus palabras. Cada atribución expresa una acción distinta y responde a una construcción gramatical diferente, procure usar la que proporcione más información al lector para comprender los factores ubicados alrededor de la noticia.

Recuerde en todo momento: En muchos casos es de mayor calidad el periodismo que informa hechos y se apoya en declaraciones que el basado en declaraciones.

Aceptar: Aprobar, dar por bueno, asumir un hecho o responsabilidad.

Aclarar: Disipar lo que ofusca la claridad o transparencia de algo.

Acusar: Imputar a alguien algún delito, culpa, vicio o cualquier cosa vituperable.

Admitir: Aceptar, reconocer por presión algo que no se quería confesar.

Aducir: Presentar o alegar pruebas, razones, etc.

Advertir: Llamar la atención de alguien sobre algo, prevenir, avisar con amenazas.

Afirmar: Dar por cierto algo.

Agregar: Añadir algo a lo ya dicho o escrito.

Anunciar: Dar noticia o aviso de algo, publicar, proclamar, hacer saber.

Añadir: Aumentar, ampliar información, datos.

Apuntar: Señalar, indicar.

Argumentar: Impugnar una opinión ajena, dar razones.

Asegurar: Afirmar la certeza de lo que se refiere.

Aseverar: Asegurar lo que se dice.

Citar: Referir algún autor, texto o declaración.

Comentar: Hacer juicios, consideraciones del parecer de alguien acerca de otro o algo.

Concluir: Determinar y resolver sobre lo que se ha tratado.

Considerar: Pensar, meditar, reflexionar algo con atención y cuidado.

Decir: Manifestar con palabras el pensamiento, opinar.

Declarar: Manifestar, hacer público.

Destacar: Poner de relieve, sobresalir, resaltar.

Detallar: Tratar, referir algo por partes, minuciosamente.

Enfatizar: Expresarse con fuerza para realzar la importancia de lo que se dice o se lee.

Explicar: Dar a conocer lo que se piensa, exponer algo complicado con palabras claras.

Expresar: Manifestar con palabras, miradas o gestos lo que se quiere dar a entender.

Exponer: Hablar de algo para darlo a conocer, ponerlo de manifiesto.

Externar: Manifestar una opinión.

Informar: Enterar, dar noticia de algo.

Indicar: Mostrar algo con indicios o señales.

Insistir: Persistir o mantenerse firme en algo, repetir o hacer hincapié.

Lamentar: Sentir, pena, contrariedad, arrepentimiento, etc., por alguna cosa.

Manifestar: Declarar, dar a conocer, descubrir, poner a la vista.

Mencionar: Recordar, distinguir o hacer referencia de alguien o algo.

Observar: Examinar atentamente.

Plantear: Proponer o exponer un tema o una duda.

Precisar: Fijar o determinar algo puntal o exactamente.

Profundizar: Examinar o razonar algo para llegar a su perfecto conocimiento.

Pronosticar: Conocer por algunos indicios lo futuro.

Proseguir: Continuar con lo que se tenía pensado.

Puntualizar: Añadir una o más precisiones a algo para aclararlo, completarlo o corregirlo.

Recalcar: Hablar con lentitud y exagerada fuerza de expresión para eliminar toda posibilidad de duda de lo que se dice.

Reconocer: Admitir que es cierto lo que otra persona dice o que está de acuerdo con ello.

Recordar: Traer a la memoria algo.

Reiterar: Volver a decir o a hacer algo.

Resumir: Reducir a términos breves o precisos un asunto o materia.

Señalar: Llamar la atención hacia alguien o algo.

Sostener: Mantener firme algo, defender una proposición.

NOTA: Las atribuciones que no se encuentran en el presente listado procure evitarlas, pueden ser imprecisas.

CONCLUSIONES

La lengua es un fenómeno cambiante y corruptible, ¿existirá una lengua en estado puro? La lengua no es sólo un instrumento de comunicación, sino también una herramienta para el pensamiento. No sólo hablamos en español, también pensamos en español.

Nuestro idioma no sólo es el puente que nos une con los otros seres humanos; formamos parte de una comunidad cultural diseminada por el mundo, pero unida por el español. En la aldea global en la cual vivimos, a merced de una trepidante integración de nuevos paradigmas y sus influencias, nos acerca, afirma nuestra identidad. Nuestra lengua nos proporciona unidad en ese proceso, no obstante es factible su enriquecimiento mediante la aceptación crítica de los continuos aportes de la cultura global.

Esto significa saber que el español —como todas las lenguas— se hace fuerte en la diversidad. Si se incorporan nuevas palabras, se espera que con ellas aparezcan nuevas ideas, nuevos conceptos; sin embargo, es preciso estar alerta al evaluar qué contribuciones y particularismos idiomáticos son novedosos y únicos, pertinentes, matizados y procurar su castellanización.

Desgraciadamente la Real Academia Española ha aceptado palabras extranjeras como *leader* habiendo otras como *cabecilla*, *dirigente*, *gobernante*, etc. Además, ha consentido la mala utilización de verbos como *raptar*, el cual significaba sólo *sacar a una mujer violentamente o con engaño de la potestad de sus padres y parientes*, pero ahora le han otorgado la acepción de secuestro, entonces, perdió el matiz, la diferencia entre una palabra y otra prácticamente se ha desvanecido. De seguir por ese rumbo, los hispanohablantes podríamos contar con un amplio repertorio de palabras que expresen cada vez menos significados.

Por su alcance e influencia, los medios de información tienen como misión irrenunciable observar el buen uso del idioma para evitar su degradación debido a las reiteradas concesiones al avance del sentido figurado y del habla coloquial improvisado e influido; lo cual deteriora las bases de nuestra lengua común.

Su responsabilidad debe radicar, sobre todo, en los aspectos lingüístico y social, en que lleven a cabo su misión en sintonía con el desarrollo de los ámbitos culturales y académicos, económicos, tecnológicos, científicos y sociales. Hacer conciencia de ello evitará con el paso de los años afrontar esa realidad de manera desordenada y fortalecerá los acuerdos así como los canales de comunicación y difusión entre los países de la región para conocer y dar a conocer las formas correctas existentes o aprobadas con el objetivo de ser una comunidad unida en sus múltiples expresiones culturales.

Un manual de estilo es una herramienta que coadyuva a conseguir dicho objetivo, su naturaleza es de perfectibilidad, lo cual manifiesta la necesidad de la permanente actualización debido a la magnitud y la dinámica de la lengua y de los medios informativos. Las revisiones de las cuales son objeto los dotan del carácter de trabajo inacabado.

La propuesta de manual de estilo para la Agencia Universitaria de Noticias, Aunam, de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales expuesta en este trabajo de tesis, es el resultado de la reflexión acerca de cómo son elaboradas las normas de redacción en medios de comunicación influyentes y de gran alcance, lo cual implica responsabilidad al transmitir usos del lenguaje correctos, armónicos con los avances del conocimiento y con el idioma.

La confirmación de la hipótesis consiste en que el manual vigente no contempla las normas de redacción para conseguir uniformidad en la presentación de los materiales informativos de Aunam, sino que está enfocado a solucionar errores

gramaticales. Es preciso insistir en que el objetivo de la revisión de dichas notas no consistió en diagnosticar si los colaboradores de la agencia conocen y/o utilizan el manual, sino en recopilar información concerniente a las necesidades y fallas comunes en temáticas como la uniformidad, el léxico, los errores de hecho, la jerarquización de los datos o la ubicación del ángulo noticioso.

Los resultados evidenciaron errores cometidos sistemáticamente. La propuesta tiene como objetivo principal atacarlos señalando el fallo, sin embargo, la forma eficaz de corregir errores es la lectura asidua. Un manual no despeja todas las dudas ni resuelve todos los problemas, pero existe la convicción de que es posible proporcionar los recursos adecuados a sus usuarios con el fin de mejorar su desempeño y su trabajo para constituirse así en una herramienta de uso cotidiano, útil, real y viable; esa es la aportación de esta tesis.

En Aunam, por ser un proyecto que nació en la academia para afirmarse como un eslabón en la cadena de estrategias didácticas del proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de la opción terminal de periodismo, es pertinente esta propuesta de manual de estilo porque fue elaborada en congruencia con los objetivos de la agencia y del plan de estudios para contribuir a alcanzarlos: *"Las necesidades reales del profesional de comunicación frente al ámbito laboral y las de la sociedad en su conjunto, en materia de comunicación, información, cultura y entretenimiento, requieren de una formación de los comunicadores que se ajuste a las nuevas demandas"*⁹².

Por nuevas demandas se entienden, además de las del ámbito técnico, las del social. La sociedad demanda información oportuna, sí, pero también integralmente ética, gramatical y lingüísticamente correcta, así como elaborada profesionalmente por el licenciado en Ciencias de la Comunicación de la UNAM, aspectos que pueden complementarse con las asignaturas de la carrera. Ya lo consignó la responsable

⁹² Plan de Estudios de la Licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1997, p.19

académica de Aunam en el planteamiento del problema del proyecto presentado a PAPIME: *"...además de los conocimientos que obtenga sobre diversas disciplinas será necesario que (el estudiante de periodismo) maneje en forma precisa, correcta y ágil la lengua española"*⁹³.

Este trabajo también ha servido de reflexión para replantearnos la importancia de la gramática. Si bien es cierto que las normas de redacción pueden establecer los casos en los que se escribe con mayúscula o minúscula, por ejemplo, en realidad permanece la sujeción del lenguaje informativo y sus normas a la gramática, la puntuación y la ortografía. Es decir, cualquier manual de estilo debe elaborarse en armonía con la estructura gramatical, la concordancia, la claridad y la sintaxis independientemente de la preferencia por ciertos usos.

El Plan de Estudios de 1997 de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación incorporó ocho asignaturas vinculadas al estudio del lenguaje, cuatro de ellas relacionadas con la redacción y los géneros periodísticos. Se propone, de encontrarse útil, analizar el empleo de la presente propuesta en las asignaturas de redacción y periodismo para contribuir al establecimiento de una referencia común y a la vez como estrategia didáctica.

De tener el visto bueno del Consejo Editorial, deben ser añadidos al manual todos aquellos recursos que no quedan contemplados en su primera edición. Esto implica un análisis permanente de los usos de las normas de redacción, del lenguaje y de los errores frecuentes en el trabajo cotidiano de Aunam. En el mismo sentido, para la aplicación del manual se recomienda estructurar un taller corto para sensibilizar al usuario sobre las temáticas abordadas y, hacer de esta manera, exponencial su utilidad.

⁹³ Proyecto *Sala de Redacción, Agencia Informativa y Periódico Estudiantil* presentado a PAPIME, p. 6

ANEXOS

ANEXO 1

EJEMPLOS DE HOJAS DE ESTILO

- SAMPLE STYLE SHEET
- 978
100. All points and all operations are related to their place in the sequence of the message.
 101. Each detail must be clear in relation to its context and its global meaning.
 102. Propositions or related elements should not be placed in parallel with a sentence element in a way which makes the reading of the sentence difficult.
 103. The use of the same terms for a sequence may vary within different sheets in relation with the publication of the work in issue.
 104. Text layout and layout are the responsibility of every author, depending on the use to be given of every corresponding element.

- ANEXO 1 (Ej. 1) - Hoja 1
100. Debe ser un elemento.
 101. Las operaciones deben estar conectadas.
 102. Cada detalle debe ser claro en relación con su contexto y su significado global.
 103. Las proposiciones o elementos relacionados no deben colocarse en paralelo con un elemento de una oración de una manera que dificulte la lectura de la oración.
 104. El uso de los mismos términos para una secuencia puede variar dentro de diferentes hojas en relación con la publicación de la obra en cuestión.
- Programa
100. Todos los puntos y todas las operaciones deben estar relacionadas con su lugar en la secuencia de la información.
 101. Cada detalle debe ser claro en relación con su contexto y su significado global.

- Programa
100. Todos los puntos y todas las operaciones deben estar relacionadas con su lugar en la secuencia de la información.
 101. Cada detalle debe ser claro en relación con su contexto y su significado global.
 102. Las proposiciones o elementos relacionados no deben colocarse en paralelo con un elemento de una oración de una manera que dificulte la lectura de la oración.
 103. El uso de los mismos términos para una secuencia puede variar dentro de diferentes hojas en relación con la publicación de la obra en cuestión.
 104. El uso de los mismos términos para una secuencia puede variar dentro de diferentes hojas en relación con la publicación de la obra en cuestión.

- Programa
100. Todos los puntos y todas las operaciones deben estar relacionadas con su lugar en la secuencia de la información.
 101. Cada detalle debe ser claro en relación con su contexto y su significado global.
 102. Las proposiciones o elementos relacionados no deben colocarse en paralelo con un elemento de una oración de una manera que dificulte la lectura de la oración.
 103. El uso de los mismos términos para una secuencia puede variar dentro de diferentes hojas en relación con la publicación de la obra en cuestión.
 104. El uso de los mismos términos para una secuencia puede variar dentro de diferentes hojas en relación con la publicación de la obra en cuestión.

ANEXO 2

<http://www.jornada.unam.mx/2019/04/19/2aJornada.html>

LaJornada

Director General: Carmen Lira Saade - México, D.F. - lunes 19 de abril de 1999

«Inminente, la huelga en la UNAM a partir de la medianoche»

Acusan 117 diputados a Barnés de Castro de violar la Constitución»

«El aumento de las cuotas atenta contra el espíritu del artículo 3o., según legisladores»

«Le advierten que está fomentando "un conflicto estudiantil de gran envergadura"»

«Participaron 100 mil en la consulta sobre el reglamento de pagos: se opuso a cambios 70%»



En una reunión en la explanada frente a la rectoría de la UNAM, ayer se integró la Asamblea de Padres de Familia, en apoyo al movimiento estudiantil en ese caso de solución. Durante el acto, los asistentes criticaron la decisión de las autoridades universitarias de convocar para mañana a una manifestación que propiciaría enfrentamientos entre alumnos. Foto: Crisline Rodríguez

ANEXO 2

<http://www.jornada.unam.mx/1998/04/29/02042902.htm>

La Jornada

Directora General: Carmen Lira Saade - México, D.F. - martes 29 de abril de 1998

«Paro en 27 de 36 planteles contra el alza de cuotas»

Huelga en la UNAM; Barnés asegura que no cederá ante presiones □

«Acusa a actores externos de alentar el movimiento y darle recursos» □

«Pablo Gómez deslinda al PRD; pide evitar que se agrave el conflicto»

«Ordena el director de Derecho a profesores resguardar la escuela»



Levantamiento de la bandera roja y negra en CU □ Foto: Alfredo Estrada

ANEXO 2

Mensaje televisado del rector, a pocas horas de iniciada la huelga indefinida

La UNAM "no cederá a presiones o amenazas"

Angélica Escrivé y Alma Muñoz. El rector de la UNAM, Francisco Barrón de Castro, advirtió que la institución no cederá ante "amenazas ni presiones de ninguna co-pecor", luego de que ayer comenzó el paro estudiantil en cuatro plantones de la Escuela Nacional Preparatoria y dos del Colegio de Ciencias y Humanidades.

Refirió lo anterior a "todos los grupos que pretenden convertir a la institución en vehículo de intereses particulares" en mensaje de dos minutos de duración, y un día antes de que el paro estudiantil se extendiera a cerca de 10 escuelas y facultades.

Barrón de Castro aseguró que en este conflicto participan actores externos que buscan beneficios políticos y se han encargado de "abitar el movimiento y canalizar recursos de diversa índole".

En lo que Barrón usó "invitación al diálogo y a la conciliación entre universitarios", señaló que esto es un momento de deficiencia del finca de la institución debido a la "amenaza de una creciente suspensión de actividades". Señaló que "el pretexto" para ello es la actualización del Reglamento General de Pagos, que aprobó el Consejo Universitario el 15 de marzo pasado.

En la impugnación del nuevo reglamento, afirmó, se reunían diversos actores. Por un lado, dijo, están los universitarios que consideran necesario defender sus puntos de vista sobre la gratuidad de la educación superior y están conforme a la legislación universitaria. Los que generan el conflicto, agregó, son quienes siempre han estado a la espera de cualquier oportunidad para fracturar el marco jurídico vigente, "aprovechándose para ello de la reacción generosa de los estudiantes".

La Universidad, sostuvo, es centro de diálogo donde "no debe haber cabida para la intolerancia o la intemperancia, mucho menos para la violencia". Invitó a quienes se han manifestado en desacuerdo con el Reglamento General de Pagos a utilizar el "espacio de discusión acordado por el Consejo Universitario y plantear propuestas que permitan mejorarlo".

También exhortó a quienes se oponen al paro indefinido de labores, a los que calificó de "gran mayoría", a no caer en provocaciones y rechazar la violencia y la intolerancia por muchos universitarios.

Finalmente, Barrón a la comunidad a actuar con cordura y prudencia para construir "sucesos más amplios que nos permitan superar nuestras diferencias sin lugar de recurrir a enfrentamientos estériles que polarizan, dividen y dañan a la institución".

ANEXO 2

Derogar reglamento de pagos, "única" solución al conflicto

Angélica Encina, académica de la Facultad de Ciencias Exactas al sector de la UNAM, Francisco Ruíz de Castro, para que convocar al Consejo Universitario con el fin de que derogue el Reglamento General de Pagos que fue aprobado el pasado 15 de marzo.

En una carta enviada a Ruíz de Castro, los académicos le dicen que esta autoridad universitaria debería ser el primer interesado en que la UNAM "cumpla a cabalidad las funciones para las que fue creada". Dentro de ellas, agregaron, no cuenta "ser una institución recordadora de los recursos humanos para llevar a cabo sus labores académicas". Le piden derogar en la Secretaría de Hacienda, mediante una política impositiva adecuada, la recaudación de esos recursos.

En tanto, profesores y académicos de la Facultad de Filosofía y Letras, en una declaración derivada del Encuentro por la Universidad, consideran que la suspensión del Reglamento General de Pagos es la única forma de solucionar el conflicto.

Asimismo, expresaron su preocupación por el llamado de los directores de escuelas y facultades a participar hoy en un acto de repudio a la huelga.

Por su parte, un grupo de 85 profesores de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales, Iztacala instaron al rector a suspender la aplicación del Reglamento General de Pagos, como condición necesaria para que haya un verdadero diálogo de las diferentes posturas presentes en la UNAM en torno al conflicto, así como su derogación si la comunidad se manifiesta en ese sentido.

Llama Diódoro Guerra a que *no se politice* el problema de la UNAM

Alvaro Prada a El director del Instituto Politécnico Nacional, Diódoro Guerra, llamó a no politizar el problema de la Universidad Nacional Autónoma de México e hizo una advertencia en torno a los serios daños que también para la institución y para el desempeño académico el que se concretara la huelga convocada para hoy.

Luego de reunirse con senadores de la República para firmar un convenio de colaboración, Guerra dijo que la mejor opción para salir del conflicto es el diálogo, como lo ha planteado las autoridades universitarias, para que haya libre discusión de las propuestas sobre la situación de la universidad y la del rector Francisco Ruíz de Castro. Guerra dijo

ANEXO 2

que no deben politizarse las cuestiones académicas. "no debe haber acciones de carácter político que puedan intervenir con ese propósito en la problemática de la universidad".

Razonamiento que el conflicto con estudiantes podría repercutir en la vida académica del Politécnico, por lo que llama a los alumnos de la institución a expresar, en su caso, su solidaridad con los trabajadores mediante mecanismos que no sean parte o finaliquen.

Comentó que detener la actividad académica abruptamente por motivos políticos es atacar contra la esencia misma de las instituciones de educación superior en México, provocando graves perjuicios que difícilmente se podrían recuperar.

Al referirse al debate sobre educación pública o privada, dijo que en todas las instituciones públicas del mundo "se pide una aportación que se representa más de 10 a 20 por ciento para garantizar una educación pública", y que de manera alguna implica que el Estado deje de cumplir con su función de apoyar la actividad docente orientada a mejorar los niveles de los programas académicos y la calidad de la educación e investigación.

Miembros tanto, según el sector general de la Universidad Autónoma Metropolitana (UAM), José Luis Gázquez Mateos: "no es correcto suspender actividades en una universidad tan importante como la UNAM", y agregó: "opón y otras situaciones se arreglan a través de los canales del diálogo y de los canales institucionales, como planteó el doctor Barrios". Lo anterior fue expresado durante la inauguración del primer Congreso Nacional de Ciencias Sociales, a la que no pudieron asistir al doctor Francisco Barrios de Castro y Casabánchez Cárdenas. Por su parte, Alejandro Azúa, director del Instituto de Cultura de la Ciudad de México, en representación del jefe de Gobierno capitalino, sostuvo que se continúa a valorar de nuevo la relevancia, el debate y la relevancia de los estudios sociales, y afirmó que "las autoridades capitalinas están convencidas que de este intercambio de ideas surgirá una serie de planteamientos que ayudarán a entender mejor nuestras comunidades diversas".

En la Unidad de Convenciones del Centro Médico Nacional Siglo XXI, donde se desarrollará durante toda la semana este primer Congreso Nacional de Ciencias Sociales, el sector de la UAM opinerá que el aumento de cuotas en esta casa de estudios "no está en la agenda de discusión". Al ser interrogado sobre alguna manifestación de apoyo hacia el conflicto en la UNAM, como en 1988, el doctor Gázquez Mateos respondió que no debe ocurrir, pues este conflicto "no está siendo internamente en la UNAM, y es ahí donde deben encontrarse los canales... y no a través de la suspensión de actividades".

ANEXO 3

EJERCICIOS DIAGNÓSTICO "A"

- Elabore una nota informativa a partir de los siguientes oraciones:
 - "La organización criminal estaba ligada con el denominado ERP", dijo en conferencia de prensa José Luis Santiago Vasconcelos.
 - Santiago Vasconcelos es Titular de la UEDD.
 - Los detenidos son José Guasteluz Antamendi, operador de la organización; Eusebio Suredqui Ganda, alias "el Alacrán", operador de la organización criminal en el municipio de Tacaná; y Concepción Ramírez Ramírez, alias "Chonita".
 - Le fueron decomisados a la banda 12 armas de fuego, 2 mil 146 cartuchos de diferentes calibres, 11 carpas, un teléfono satélite, varios uniformes de mástil, y una silla que le era proporcionada a las víctimas durante su cautiverio.
 - La operación fue resultado conjunto de la P.G.R., el gobierno del estado de Guerrero y personal de la AFJ, quienes el 21 de mayo lograron la localización de seis integrantes de una organización delictiva que operaba en los Municipios de Tacaná y Ayutla de los Libres, Guerrero.
 - Venecida el grupo guerrillero ERP, una banda de secuestradores fue desmantelada por elementos de la AFJ en coordinación con la UEDD en el estado de Guerrero.

2. Haga la redacción de los siguientes fragmentos de notas:

- a) El juez llegó a una decisión.
- b) Cayó de un elevado edificio de 18 pisos.
- c) La sequía que hubo en el pasado invierno.
- d) La policía prendió al preso y lo empuja a la celda.
- e) El Comité Electoral Regional eligió presidente a Juan Pérez.
- f) Los científicos del Instituto de Investigaciones Biomédicas estudian el DNA.
- g) La muestra internacional de cine será inaugurada con un show previo.
- h) En ingeniería cuántica pueden ser las prohibiciones de la web.
- i) Creció este trimestre el número de e-mails con virus.

3. Elige la opción que aplica siempre:

- | | | |
|-------------------------|----------------------------------|-------------------------|
| a) UNAM | b) UNAM | c) UNAM |
| a) Bogotá | b) Bogotá | c) Bogotá |
| a) TELMEX | b) TelMex | c) Telmex |
| a) mil 500 | b) 1500 | c) mil quinientos |
| a) 28 mil 321 | b) veintiocho mil trescientos... | c) 28, 321 |
| a) Instituto de Química | b) Instituto de química | c) Instituto de químico |
| a) No. 3 | b) Número 3 | c) # 3 |
| a) Doctor Julio Pérez | b) Dr. Julio Pérez | c) Dr. Julio Pérez |
| a) Kilómetros | b) Km | c) Kilómetros |
| a) Online | b) En línea | c) conectado |
| a) coctel | b) cocktail | c) coctel |
| a) planear | b) encanto | c) planear |
| a) attached | b) adjunte | |
| a) Presidente | b) presidente | |

ANEXO 3

EJERCICIOS DIAGNÓSTICO "B"

1. Elabore una nota informativa a partir de las siguientes oraciones:
 - Los "testigos sociales" vigilarán que los 30 mil que donó la Fundación Bill y Melinda Gates de EE.UU. para cubrir los costos universitarios, no sufran irregularidad alguna.
 - El acuerdo tiene como principal objetivo hacer más transparente el proceso que se seguirá para adquirir hardware para equipar las bibliotecas que se encuentran ubicadas en los diferentes estados de la república.
 - El acuerdo tiene como finalidad hacer transparente ante la sociedad mexicana el proceso que se seguirá los próximos 3 años.
 - El CONACULTA y Transparencia Mexicana firmaron un pacto de integridad para la licitación internacional de equipo de cómputo para la red nacional de bibliotecas públicas.
 - La meta es equipar 1700 bibliotecas.
 - La entrega e instalación de los equipos se llevará a cabo entre el año 2003 y el año 2007.
 - El evento fue presidido por San Bermúdez y Federico Reyes-Héroles.

2. Mejora la redacción de los siguientes fragmentos de noticias:

- a) El juez llegó a una decisión.
- b) Cayó de un elevado edificio de 13 pisos.
- c) La secula que hubo en el pasado invierno.
- d) La policía prende al preso y lo empuja a la celda.
- e) El Comité Electoral Regional eligió presidente a Juan Pérez.
- f) Los científicos del Instituto de Investigaciones Biomédicas estudian el DNA.
- g) La muestra internacional de cine será inaugurada con un show previo.
- h) En ingeniería estudian cuáles pueden ser las posibilidades de la web.
- i) Creó una brecha el número de e-mails con virus.

3. Elija la opción que utilices siempre:

a)UNAM	b)UNLA.M.	c)Unam
a)Segob	b)SEGOB	c)SeGov
a)TELMEX	b)TelMex	c)Telmex
a)el 500	b)1500	c)mil quinientos
a)28 mil 221	b)veintiocho mil trescientos...	c)28, 221
a)Instituto de Química	b)Instituto de química	c)instituto de química
a)no. 3	b)Número 3	c)# 3
a)Doctor Julio Pérez	b)Dr. Julio Pérez	c)Dr. Julio Pérez
a)Olímpicas	b)en	c)Olimpicas
a)Online	b)En línea	c)cometado
a)cocor	b)cocotal	c)coctel
a)glamour	b)glamuro	c)glamor
a)stachea	b)stache	
a)Presidente	b)presidente	

Elige la opción de la siguiente figura:

a) El juez flora o su condena.

b) El juicio capit de un caso político de 18 piso.

c) La fecha de creación en el primer punto histórico.

d) La política hacia el delincuente y la acción en el caso.

e) El caso del laboral Agencia para los trabajadores.

f) Los investigadores del Instituto de Investigaciones Forenses de Madrid (18).

g) La Marcha Internacional de Caro y su compañía con un cheque de un comercio.

h) En el caso del Ingeniero, se realizan las pruebas en el caso.

i) En este caso, existe el alguno de los casos.

NOTA

Vuelvo al grupo ~~en el~~ **ANEXO 4**

ERROR de la UNO

Una banda de constructores fue desmantelada por la FAE el gobierno
Nacional (UNO) y personal de la ATU gracias al 21 de marzo la que con la
institución de sus integrantes de una organización clandestina y habían
en los municipios de Tecapan y Apulte de las Libres Escuelas.

La organización criminal estaba hecha con el documento CRAT, dijo en
conferencia de prensa José Luis Santiago Vasconcelos, titular de la UNO.
Los detenidos ~~eran~~ con José Cuadros Arriaga, ~~un~~
~~de~~ Carlos Santiago García, alias "el Abasco" y Concepción Ramírez Ramos,
~~de~~ alias "Chelito", quienes eran operadores de la organización criminal
en el municipio de Tecapan.

Los fueron desarmados 12 armas de fuego (2 mil 196 cartuchos de diferentes
calibres, 11 cargadores, un teléfono satelital, armas estroboscópicas de un litro y
una Biblia por lo que se proporcionó a los víctimas durante su estancia.

- a) El juez decidió
- b) Copi de un edificio de 18 pisos
- c) La copia del número pasado
- d) El policía grande, copió a la sala al preso.
- e) El Comate (Comité Democrático) al que a Juan Torres como presidente
- f) Comités del Instituto de Investigaciones Biomédicas (IIB) estudios de ADN
- g) ~~Un~~ Un día para inaugurar la muestra internacional de León
- h) Las posibilidades de la vida estudiadas en la genética
- i) Crear el libro de animales con en este trimestre.

- a) ONA 4
- b) SeGab
- c) mil 500
- d) 28 mil 321
- e) Instituto de Química
- f) número 3
- g) ~~Dr. Luis~~ Dr. Luis Pérez
- h) 14

- i) En casa
 - j) cartilla
 - k) encuesta
 - l) adentro
 - m) presidente
- NO corresponden*

1)

Literatura

Un dráma ocurrido en la escuela de Uruapan y Calcuta de Toluca tras la muerte por ahogamiento de un niño. Sergio Jesús Gómez, profesor del teatro, el autor del espectáculo por Miguel Ángel "Perito" el artista al de un niño prodigio y dejó expuestas a un niño una hora en el escenario.

Estruc
de
teatro

El niño desaparece del escenario.

Cuarenta y cinco minutos después del accidente arribó una ambulancia que trasladó a los víctimas del accidente. Se le le por Miguel Ángel "Perito" y otros niños no identificados de los cuales uno era acompañado a la ambulancia de al otro.

De acuerdo con uno de los reporteros de la ambulancia, el niño se cayó desde el escenario en que se estaba el teatro

2)

- El juez tomó una decisión.
- Los automata electrónicos quedan destruidos por completo.
- Un crimen adicional de 17 años.
- El accidente ocurrió en la intersección de las calles Pinar y Hueso.
- La policía sujetó al preso y lo obligó a ingresar en la celda.
- Después la señora que cuida al preso muere.
- J-2 fue designado como el nuevo presidente del Comité Electoral P.
- Científicos del INIA Instituto de Investigaciones Biomédicas ha estudiado el DNA.
- Una investigación de la misión internacional de una banda como antes ante la presencia de un financista intelectual.
- Después el problema través causa el número de es en los electrónicos que quedan en ellos.

El Gobierno y Transparencia Mexicana firman un pacto de integridad por la libertad de información de empresa de campo por la Asociación de Bibliotecas, en un evento dirigido por José Bermúdez y Federico Riego Herrera (quienos son).

El acuerdo tiene como principal objetivo hacer más transparente el proceso que se realiza para la adquisición de bienes para equipar las bibliotecas que se encuentran clausuradas en diferentes estados de la República.

Los hechos ocurren: además al presidente para que los BCR que dan la Transparencia Bill y Hedera (antes de Asociación de Bibliotecas (AIB)) permitan los datos y no revelan irregularidades algunas.

El acuerdo tiene como finalidad hacer transparente visible abierta equidad el proceso que se regula en las políticas.

En otro, la entrega e instalación de los equipos se hacen entre el año 2002 y 2000 / la meta es equipar mil 700 bibliotecas.

2) del punto de orden

a) Cayo de un edificio de 18 pisos

a) La empresa que hizo el otro punto

a) La empresa de la industria y la empresa a una solita

a) Juan Pérez fue elegido presidente del Comité Electoral Nacional

a) Los científicos del Instituto de Investigaciones Eléctricas relacionan el ADN

a) Cuando se trata del caso de ciertas electrónicas comuni-
con las

2.

- El juez tomó una decisión.
- Cayó de un edificio de 18 pisos.
- La caída que hubo en el pasado infierno.
- La policía aprehendió al delincuente y lo empujo a la celda.
- Juan Pérez le dejó como presidente de el Comité Electoral Popular.
- El DNIA es realizado por los comité del Instituto de Estadística de la UNAM.
- Después de un breve espíritu triste se inauguró la muestra internacional de arte.
- ✓
- ✓

1. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes y el grupo Transparencia Mexicana firmaron un pacto de integridad para la licitación internacional de equipo de cómputo para la Red Nacional de Bibliotecas públicas.

Primer → El evento, dirigido por Sorri Brindley, a Tere de Vayas Heróles, tiene como principal objetivo, hacer más transparente el proceso de selección para adquirir hardware y así equipar las bibliotecas que se encuentran ubicadas en los diferentes estados de la república.

La meta de este proyecto es equipar 1700 bibliotecas a los cuales les será entregado el equipo de computo entre el año 2007 y 2008.

Los "cheques blancos" estiman al reducir de los gastos (30 mill) obtenidos por la Fundación Gill y Madira Graves de EU; no existen impugnación alguna.

→

25

1. El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) e Instituciones Nacionales Encuentran un punto de interacción con la industria internacional de equipos de cómputo como lo son el Festival de Etnomusicología.

El estudio tiene como principal objetivo hacer una encuesta entre el personal que se ocupa de los negocios de COMPUTO a través de las diferentes oficinas de la República.

La encuesta e información de los equipos se llevará a cabo entre el 1 de mayo y 30 de mayo en el equipo con COMPUTO.

2. a) El 1 de mayo en COMPUTO.

b) El 1 de mayo en COMPUTO en la 1ra oficina de COMPUTO.

c) El 1 de mayo en COMPUTO en la 1ra oficina de COMPUTO.

d) El 1 de mayo en COMPUTO en la 1ra oficina de COMPUTO en la 1ra oficina de COMPUTO.

e) El 1 de mayo en COMPUTO en la 1ra oficina de COMPUTO en la 1ra oficina de COMPUTO.

COMPUTO

El Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) y Turismo
 como institución fomenta la participación de integrantes internacio-
 nales de equipos de cineastas para la Red Nacional de Bibliotecas (RNB).

El evento tiene como propósito principal hacer del conocimiento el
 proceso que debe seguirse al llegar al destino por cuestiones de
 logística que se encuentran ubicadas en los diferentes estados de
 la República. Además, se pretende fortalecer la capacidad organizati-
 va de quienes se ocupan de organizar los festivales de cine.

El evento fue dirigido por Susi Fernández y Tadeo Pajón Heredia y
 informó que la entrega e instalación de los equipos se llevará a cabo
 entre 2003 y 2005; la meta es equipar 1700 bibliotecas.

La 'Alianza Nacional' también al pendiente para que los 30 mil
 que donó la Fundación El y México (FEMEX) de Estados Unidos, para
 cubrir las necesidades de instalar algunos tipos de equipos.

BIBLIOGRAFÍA

Avilés Solís, Carmen (Comp.). *De universitarios y algo más... AUNAM: los primeros pasos*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2002.

Avilés Solís, Carmen. *Proyecto Sala de redacción, agencia informativa y periódico estudiantil*.

Avilés Solís, Carmen (Comp.). *Relatos periodísticos de la vida universitaria*. Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 2003.

Bernardino, Hernando. *Lenguaje de la prensa*. Eudema, España, 1990.

Bond, Fraser. *Introducción al periodismo*. Limusa, México, 7ma. reimpresión, 1985.

Brom, Juan. *Esbozo de Historia Universal*. Grijalbo, México, 1973.

Buen, Jorge de. *Manual de Diseño Editorial*. Santillana, México, 2000.

Diccionario de la Real Academia Española, 22a. edición, ESPASA-CALPE, 2001

Ferguson, Donald. *El periodismo en la actualidad*. Edamex, México, 1988.

Fernández Beaumont, José. *El Lenguaje del periodismo moderno*. Sociedad General de Librería, Madrid, 1987.

Fernández Serna, Gabino y Vite Bonilla, Omar. *Evolución del libro. Breviario Histórico*. IPN, Dirección de Bibliotecas y Publicaciones, México, 1986.

Grijelmo, Alex. *El estilo del periodista*. Taurus, México, 9na edición, 2002.

Grijelmo, Alex. *La seducción de las palabras*. Taurus, México, 2002

Hohenberg, John. *El periodista profesional*. Ed. Letras, México, 1962.

La Ciencia en la UNAM a través del Subsistema de la investigación científica. Coordinación de la Investigación Científica, UNAM, México, 2002.

- La lengua española y los medios de comunicación.*
Tomo I y II, SEP-Instituto Cervantes-S.XXI, Ciudad de México, 1998.
- Lázaro Carreter, Fernando. *Diccionario de Comunicación.*
Gredos, Madrid, 1992.
- Lázaro Carreter, Fernando. *Diccionario de Términos Filológicos.*
Gredos, Madrid, Tercera edición, 8va. Reimpresión, 1990.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos. *Manual de periodismo.*
Grijalbo, México, 1986.
- León Penagos, Jorge de. *El Libro.*
ANUIES-Trillas, 3ª Edición, México, 1990.
- López Ruíz, Miguel. *Elementos metodológicos y ortográficos básicos para el proceso de investigación.* UNAM, México, 1989.
- Maqueo, Ana María. *Redacción.*
Limusa, México, 1992.
- Martin Vivaldi, Gonzalo. *Géneros Periodísticos.*
Paraninfo, Madrid, 1987.
- Martínez Albertos, José Luis. *Redacción Periodística.*
ATE, España, 1974.
- Martínez de Souza, José. *Diccionario General del Periodismo.*
Paraninfo, Barcelona, 1981.
- Matterlart Armand y Michèle. *Historia de las teorías de la comunicación.*
Paidós comunicación, España, 1997.
- Nuñez Lavadeze, Luis. *El lenguaje de los media.*
Pirámide, Madrid, 1979.
- Pardinas, Felipe. *Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales.*
Siglo Veintiuno Editores, México, 1981.
- Plan de Estudios de la licenciatura en Ciencias de la Comunicación 1997.* Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, UNAM, México, 1998.
- Rivadeneira Prada, Raúl. *Periodismo.*
Trillas, México, 3ra edición, 1990.
- Rojas Soriano, Raúl. *Guía para realizar investigaciones sociales.*
Plaza y Valdés, México, 30ª edición, 1998.

Rojas Soriano, Raúl. *Formación de investigadores educativos*. Plaza y Valdés, México, 6ª edición, 1997.

Romero Álvarez, Lourdes. *Técnicas Modernas de Redacción*. Editorial Harla, México, 1991

Romero Álvarez, Lourdes y Herrerías, Rafael. *Instructivo Interior sala de redacción de la Agencia de Redacción y Análisis Informativo, ARAI*.

Rucker, Frank y Warren. *News Paper Organization Managment* Iowa State College Press, EUA, 1956.

Stanley, Johnson y Harris, Julian. *El reportero profesional*. Trillas, México, 8va reimpresión, 1985.

Trejo Delarbre, Raúl. *Las agencias de noticias en México*. Trillas, México, 1989.

Wetley, Bruce. *News Editing*. The Riverside Press, EUA, 1953.

Wolseley and Campbell. *Exploring Journalism*. Prentice Hall, New York, 1954.

Manuales de Estilo

Agencia EFE. *Manual de español urgente*. Cátedra. Madrid, 1995.

Agencia EFE. *Vademécum de español urgente I y II*. Fundación EFE, Madrid, 1995 y 1996.

Agencia EFE. *Normas Básicas para los Servicios Informativos*. Agencia EFE, Madrid, 1989.

Connolly William G. y Siegal Allan M. *The New York Times Manual of Style and Usage: The Official Style Guide used by the writers and editors of the world's most authoritative newspaper*. Crown Publishers, Nueva York, 1999.

El País. *Libro de Estilo*. Ediciones El País. Madrid, 1990.

Grupo Reforma. *Manual de Estilo*. Editora Sol, México, 1999.

Goldstein, Norm. *The Associated Press Stylebook and Briefing on Media Law*. Perseus Publishing, EUA, 2002

Instituto de Investigaciones Históricas. *Lineamientos editoriales*. México, 1999.

Manual de Organización, Estilo y Código de Ética de Aunam, Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 2002.

Notimex. *Manual de operación y estilo editorial*. México, 1999.

Proceso, Agencia Proceso de Información (APRO). *Manual de estilo*. México, 1999.

HEMEROGRAFÍA Y BÚSQUEDAS EN PÁGINAS ELECTRÓNICAS

<http://buscon.rae.es/diccionario/drae.htm>. Página de consultas al DRAE por internet.

Los libros de estilo de los medios de comunicación en español: Necesidad de un acuerdo por Alberto Gómez Font (Filólogo del Departamento de Español Urgente), 1997. Tomado del libro de actas del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española en www.cvc.cervantes.es

Posición Ideológica y uso del lenguaje en la prensa mexicana por Silvia Gutiérrez Vidrio, 1997. Tomado del libro de actas del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española en www.cvc.cervantes.es

Correcto manejo del español en los medios de comunicación por Alberto Gómez Font, 1997. Tomado del libro de actas del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española en www.cvc.cervantes.es

Deformaciones de la lengua española en la prensa por Alejandro Aguilar Gómez, 1997. Tomado del libro de actas del Primer Congreso Internacional de la Lengua Española en www.cvc.cervantes.es

Página electrónica de la Universidad Nacional Autónoma de México, www.unam.mx

Página electrónica del Instituto Cervantes [Http://cvc.cervantes.es](http://cvc.cervantes.es).

Página electrónica de la Dirección General de Planeación de la UNAM, www.planeacion.unam.mx

Página electrónica de la Dirección General de Asuntos del Personal Académico, <http://dgapa.unam.mx/papime/papime.html>.

Página electrónica del diario La Jornada, <http://www.jornada.unam.mx/1999/abr99/990419/primer.html>.

Página electrónica del periódico El Universal, www.eluniversal.com.mx.

Romero Álvarez, Lourdes. *Lo individual y lo colectivo de la Puntuación*. Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales No.144, Año XXXVI, Nueva Época, abril-junio, México-UNAM, 1991, p.143-153.

Entrevistas

Alejandro Junco de la Vega, Director General del Grupo Reforma, 21 de agosto de 2001.

Carmen Avilés Solís, responsable académica de la Agencia Universitaria de Noticias Aunam, 1 de marzo de 2004.

Débora Baldwin, Style Editor del periódico *The New York Times*, entrevista vía correo electrónico, 5 de abril de 2002.

Jorge Medina Viedas, exdirector de Notimex y director del suplemento *Campus Universitario* de *Milenio Diario*, 29 de mayo de 2003.

María de Jesús García, instructora de capacitación de Desarrollo Editorial, 12 de marzo de 2003.

Sergio Loya, editor del semanario *Proceso*, 27 de marzo de 2003.