

Libros de estilo y periodismo global en español. Origen, evolución y realidad digital

José Luis Rojas Torrijos

Tirant Humanidades

Valencia, 2011. 241 páginas.

Los libros de estilo se constituyen como una de las herramientas más valiosas de las que disponen en la actualidad los medios de comunicación para elaborar y transmitir la información de la forma más correcta, homogénea y eficaz posible. Gracias a la aplicación de estos instrumentos, que contienen orientaciones para un uso correcto y unificado del idioma, el manejo de fuentes, el tratamiento de citas y formas de atribución o la corrección y admisión de errores, los medios pueden ofrecer a los ciudadanos un producto riguroso, transparente y creíble.

No obstante, pese a que la aparición y posterior consolidación de este tipo de obras en el ámbito periodístico es todavía relativamente reciente en España y pese a tratarse de un fenómeno trascendente que ha favorecido la implantación de mayores controles de calidad lingüística y ética en la rutina de trabajo de muchos medios, los libros de estilo han sido hasta ahora una materia poco explorada dentro del ámbito de la comunicación.

Efectivamente, los libros de estilo periodísticos son un campo en el que la principal monografía de referencia hasta la fecha, *El lenguaje del periodismo moderno* de José Fernández Beaumont, data de 1987, es decir, casi un cuarto de siglo; y sobre el que hay referencias bibliográficas bastante dispersas, las cuales quedan recogidas en actas de congresos o en obras colectivas (una de las más recientes es *Diccionarios y libros de estilo* [Fragua, 2009] coordinada por Pilar Fernández e Ignacio Blanco).

Esta obra, se remite al pasado para configurar el futuro. El planteamiento riguroso, pormenorizado y mimado que se hace de la literatura existente confiere un valor extra a la investigación que presentamos. Valiosa, si a la historia de los libros de estilo nos remitimos. Preciosa, si lo que buscamos es una radiografía del presente en la materia. Visionaria, en lo que a las nuevas tecnologías y los nuevos problemas que presentan los soportes cibernéticos para los nuevos formatos periodísticos.

Por todo ello, cobra un significado especial la publicación de *Libros de estilo y periodismo global en español. Origen, evolución y realidad digital*, obra de José Luis Rojas Torrijos, periodista y doctor en Periodismo por la Universidad de Sevilla, y miembro fundador del Grupo de Investigación Estudio de Medios para un Periodismo de Calidad. Alberto Gómez Font, autor del prólogo, es coordinador general de la Fundación del Español Urgente (Fundéu-BBVA) y miembro de la Academia Norteamericana de la Lengua Española, y asegura que, aunque aún queda mucho por hacer, pasos como el que Rojas da en este libro servirán para adivinar lo que queda por hacer.

Tal como señala el propio autor, este estudio «hace un acopio actualizado de todos los libros y manuales de estilo (a lo largo de la obra se utilizan indistintamente ambas denominaciones como sinónimos) o de redacción elaborados por

medios de comunicación, tanto los de carácter venal como los no publicados en ninguna editorial, de forma que se crea un corpus bibliográfico específico y nuevo, el cual puede servir de base para futuras investigaciones».

A partir de un extenso trabajo de campo, que abarca el estudio de más de un centenar de libros de estilo, Rojas ofrece un recorrido histórico-descriptivo para explicar la relevancia que han desempeñado este tipo de obras en la evolución del periodismo desde principios del siglo XX hasta hoy y, al mismo tiempo, ofrece una perspectiva comparada entre el grado de implantación actual que tienen estos manuales en los medios de comunicación de España e Hispanoamérica.

Para ello, recoge las diferentes definiciones que se han realizado de libro de estilo, tanto en el ámbito periodístico como fuera de él, desde sus orígenes en Estados Unidos, donde surge como un fenómeno directamente ligado al ámbito universitario, primero como evolución de los primeros manuales de estilo de servicios de publicaciones de estas instituciones académicas (*The Chicago Manual of Style*, 1906) y, posteriormente, como consecuencia del nacimiento de las primeras escuelas de Periodismo en la primera década del siglo XX.

Guiado por una clara vocación panhispánica, este libro se sitúa además en la misma línea de trabajo de la Asociación de Academias de la Lengua Española (*Diccionario Panhispánico*, *Diccionario de Americanismos*, *Nueva Gramática y Nueva Ortografía*) y que tiene su punto de partida en I Congreso Internacional de la Lengua, celebrado en el año 1997 en Zacatecas (México). En aquella ocasión, el prologuista de este libro, Alberto Gómez Font, y el hoy presidente de la Agencia EFE, Álex Grijelmo, recopilaron 54 manuales de estilo procedentes de medios de comunicación españoles y americanos con el objetivo de hacer un libro de estilo común y válido para todos los países de habla hispana.

Iniciaron entonces un camino que ahora retoma, casi de forma natural, *Libros de estilo y periodismo global español*. Así, Rojas plantea la necesidad de hacer un periodismo global en español a raíz del desarrollo extraordinario de internet, que ha protagonizado, «una verdadera revolución periodística al aprovechar las posibilidades que ofrecen las nuevas tecnologías para crear una innovadora forma de transmitir y presentar los contenidos a un público amplio y diverso, no circunscrito a ningún ámbito geográfico en concreto». Pero, como apunta Alex Grijelmo: «Internet es un basural repleto de joyas. Moverse en la Red precisa más del discernimiento que de la habilidad. Y no todos los usuarios están adiestrados para separar la información fiable de los rumores y los bulos» (*Libro del estilo urgente*, Agencia EFE, 2011: 13). Por ello, este libro cobra un valor especial en el momento actual.

En el caso particular de la lengua española, internet, dado su carácter universal y el creciente número de medios digitales en el espacio latinoamericano, se constituye como el canal con mayores posibilidades para fomentar un uso panhispánico del idioma, y los libros de estilo periodísticos, como los instrumentos más valiosos para fijar los estándares lingüísticos que contribuyan definitivamente a la construcción de un espacio cultural común en el ámbito hispanoamericano.

Si bien esta obra recopila prácticamente todo lo que se ha hecho en materia de libros de estilo hasta ahora en el mundo hispanohablante, no puede considerarse ni mucho menos como cerrada. Sin duda, abordar un campo como éste es

también entrar en la realidad del idioma y de las empresas, que es absolutamente dinámica. Y de hecho, la cifra de libros de estilo sigue creciendo con títulos como *Manual de Estilo* de RTVE (2010), *Libro del Estilo Urgente* de la Agencia EFE (2011) o *Estilo*, el manual de estilo participativo online creado por la Fundéu. Todas estas novedades y otras más que están por venir exigirán, por tanto, futuras revisiones periódicas de este ambicioso trabajo. Pese a lo cual su lectura, más que recomendable, resulta imprescindible.

María del Mar García Gordillo
Universidad de Sevilla