

3. EL ESPAÑOL EN LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Se denominan lenguas de especialidad a las numerosas variantes de la lengua que utilizan las personas con ciertos conocimientos sobre una ciencia o actividad determinada. Más que "lenguas" son variantes de la lengua común con unas peculiaridades que diferencian unas especialidades de otras y las caracterizan frente a la lengua general. Las materias, las áreas de conocimiento y las profesiones que generan una lengua que es distinta de la lengua común son numerosas: las ciencias exactas (matemática, física...), las áreas de humanidades (filosofía, literatura...), económicas, jurídicas, biológicas; también actividades profesionales como la fotografía, la carpintería, la construcción, el deporte, el comercio, etc.

La caracterización lingüística de las lenguas de especialidad usadas por expertos de determinadas áreas para comunicar entre sí, con respecto a la lengua general se concreta en la terminología y en estructuras y frases hechas. El aspecto esencial que distingue las lenguas de especialidad es el léxico, donde destaca la abundancia de vocabulario acuñado del inglés, que lidera la ciencia mundial.

Además que por el léxico, las lenguas de especialidad se caracterizan también por la presencia de rasgos morfosintácticos y estilísticos propios. Son habituales las fórmulas características, como las que se encuentran en el lenguaje económico (*evolución al alza de...*, *registrar*

un recorte de...), u otras como las fórmulas de correspondencia comercial (nos complace comunicarles que...).

Todos los lenguajes tienen según su áreas, rasgos propios. En el **lenguaje informático**, por ejemplo, el verbo tiene una extraordinaria importancia por cuanto en él se expresa la acción que debe ejercitar el usuario, como es el caso de *recuperar, imprimir, abrir, hacer clic, modificar, chatear*. Otra característica del lenguaje informático viene dada por el reducido tamaño en pantalla de las ventanas y de los cuadros de diálogo, lo que obliga a condensar el texto e incluso a eliminar preposiciones o artículos: *guardar archivo*.

Elementos típicos del **lenguaje jurídico** son los arcaísmos y la fraseología, el uso del futuro de subjuntivo (*amare*), así como numerosas fórmulas estereotipadas, seudocultismos.

Por lo que respecta al **lenguaje económico**, las expresiones cuantitativas son algo muy característico por su frecuencia, distribución y función.

El **lenguaje de la publicidad** abunda de sintagmas nominales (*pisos llaves en mano*), de palabras extranjeras, adjetivos de intensidad y de exaltación de un producto, por las fórmulas directas, con *usted* o con el *tuteo*, por las oraciones exclamativas o interrogativas.

Los **medios de comunicación** (prensa, radio, televisión) tienen también ellos su propio lenguaje que, por tratar de distintos asuntos,

puede tomar en préstamo términos de otras lenguas de especialidad. Un fenómeno interesante de las lenguas de especialidad es el trasvase de léxico entre las distintas lenguas de especialidad, así como entre la lengua general y las lenguas de especialidad. En efecto, hay palabras y expresiones que pasan del lenguaje de especialidad a la lengua común cuando algunos conceptos se popularizan y empiezan a ser de dominio público.

Hay numerosos ejemplos de terminología de medicina, ingeniería, física, navegación, que han pasado a la lengua común cambiando de significado: *radiografiar* con el significado de "hacer una descripción exacta", *canalizar* como "recoger iniciativas y orientarlas", *en picado* con el significado de "empeorar rápidamente", *estar para el arrastre* como "estar completamente decaído", *volatilizar* por "desaparecer en la nada", *blanquear* "limpiar el dinero sucio".

La presencia de tecnicismos en la lengua común usada en la comunicación habitual entre no especialistas es más intensa de lo que pueda aparecer a primera vista. Esto ha sucedido como resultado del contacto de personas no profesionales con actividades especializadas (declaración de renta, comprar un ordenador, subir una operación o hacer un viaje).

Estos nuevos conocimientos de lenguajes especiales se producen como consecuencia de dos fenómenos: el primero es el progresivo

acceso de la población a la cultura durante la enseñanza obligatoria; el segundo fenómeno es la intensa presencia de los **medios de comunicación** en la vida cotidiana, los cuales contribuyen a la difusión de terminología específica entre los no profesionales. Por ejemplo, cuando salta a la actualidad un avance tecnológico, o se produce un accidente o fallo técnico de un invento reciente, o tiene lugar una epidemia, etc., esos asuntos se convierten en centro del interés general.

Los medios de comunicación no solo informan de estos acontecimientos, sino que también divulgan sus causas, consecuencias o procesos utilizando terminología especializada. Y entre los medios de comunicación, los periódicos desempeñan un papel de fundamental importancia en la evolución del idioma.

De ahí, el enorme poder que los medios de comunicación manejan y la extraordinaria influencia que tienen sobre sus destinatarios - los lectores- , la responsabilidad que tienen los periodistas de usar la lengua con claridad y rigor para que todos puedan comprenderla, y al mismo tiempo no alejarse del uso correcto de la misma.

La preocupación por la calidad del lenguaje de la lengua escrita no es algo nuevo, como tampoco lo es la crítica a la pobreza con que se escribe. Ya desde el siglo XVIII varios hombres aluden al lamentable estado en que se encuentra el idioma español a causa de los malos

escritores, con referencia especial al lenguaje de los pliegos y al usado en las publicaciones periódicas del momento. En el siglo XIX Larra traslada constantemente a sus escritos periodísticos la preocupación por el lenguaje y el mal uso que de éste se hace en la prensa. Más adelante otros acusan constantemente a los "gacetilleros", "noticieros" o "croniqueros" de ignorancia.

En la actualidad, personalidades del mundo de las letras, como J. Casares, M. Alvar, R. Lapesa, E. Lorenzo, M. Seco y, muy especialmente, F. Lázaro Carreter escriben con frecuencia sobre el tema. Lo cual, demuestra la importancia que este tema suscita entre los expertos, deseosos de que el castellano pueda servir como vehículo de comunicación correcto y claro entre los hablantes, y también como transmisor de los nuevos aires lingüísticos que la sociedad respira. Este interés de los especialistas por la lengua de los medios de comunicación ha traído aparejada la aparición de dos distintos tipos de trabajos:

1. los que se escriben con una intención normativa como el *Manual del español urgente*, Agencia EFE, 1994; el *Libro de Estilo de la Vanguardia*; el *Libro de estilo de El País*, 1996; el *Libro de Estilo de ABC*, 1993; el *Diccionario de dudas y dificultades de la lengua española* de Manuel Seco, Madrid, 1986; la sección "El dardo en la palabra" de F. Lázaro Carreter,

2. los que tienen un carácter más descriptivo, como los libros que la Fundación Juan March publicó sobre *Lenguaje en periodismo escrito*, 1977; *El lenguaje periodístico* de José Luis Martínez Albertos, Madrid, 1989; los trabajos periodísticos sobre el lenguaje de Amando de Miguel o su libro *La perversión del lenguaje*, Madrid, 1985.

Es también interesante destacar la creación en 1985, en el diario *El País*, de la figura de un *ombudsman* (= defensor del lector) encargado de defender a los lectores, cuya misión también se extiende hacia cuestiones relacionadas con la corrección con que se utiliza el lenguaje en el periódico.

A menudo se habla de *Lenguaje periodístico / Español en los medios de comunicación*, pero es necesario establecer una oposición entre estas dos denominaciones repetidas entre todos los interesados por la variedad de la lengua.

La primera es abarcadora de la segunda y más amplia: en ella aparece el adjetivo relacionado con *periodismo*, *periódico*, *periodista*., es decir, es el lenguaje propio, usado o creado por los periodistas, aparecido en los periódicos y en otros medios de comunicación, que contribuye a que el periodismo sea una actividad profesional caracterizable por su actuación lingüística diferenciada. Es una definición aproximada, ya que con el sintagma *lenguaje periodístico*

podemos referirnos tanto a un texto literario como a un despacho de agencia reelaborado en la redacción.

La segunda denominación, *Español en los medios de comunicación* hace referencia a una "técnica histórica del lenguaje", es decir, a una lengua concreta, la lengua española tal como se produce en los *medios de comunicación colectiva* o *medios de comunicación social*, traducción del sintagma *mass communication "media"* (*mass media*).

Otra manera de definir el *lenguaje periodístico* sería considerarlo como el *argot* o *jerga* de los periodistas. Pero no todos están de acuerdo en considerar sinónimos los términos *argot* y *jerga*. Para Gómez Torrego, *jerga* es "cualquier variedad de lengua propia de una profesión, oficio o deporte"; en cambio, prefiere usar *argot* para aquella variedad de lengua cuyos usuarios intentan que los de fuera de su grupo no les entiendan. En este sentido, el lenguaje periodístico sería una *jerga*, ya que la misión de los periodistas es informar de un modo claro y conciso.

Obviamente no es una variedad marginal del español, porque desde el punto de vista morfológico y sintáctico no se diferencia de la lengua común: las peculiaridades afectan solo a la semántica, más exactamente al vocabulario. Pero, de todas las variedades lingüísticas sectoriales no hay duda de que es la periodística la que más influye en el hablante común, y el lenguaje de los periódicos se está

convirtiéndose en un lenguaje especial, al cual caracterizan algunos rasgos no compartidos por la comunidad hablante y que son solo distintivos de un grupo, los periodistas.

Otros definidos como "lenguajes sectoriales" (el económico, el de la ciencia y la técnica, el político o el de la publicidad) podrían entenderse en algunos aspectos incluidos en el periodístico, puesto que contenidos económicos, científicos y técnicos, políticos o publicitarios han de encontrar formas de expresión en el medio periodístico.

Resumiendo, podría hablarse de tres tipos de lenguajes especiales:

- a) *Argots y jergas*. Son lenguajes de grupos sociales muy determinados y con finalidad críptica. Este lenguaje es oscuro y enigmático para todo aquel que no pertenezca a este grupo social.
- b) *Lenguajes sectoriales*. Son los que corresponden a las actividades y profesiones en las que la finalidad críptica no existe (lenguaje del deporte o del periodismo).
- c) *Lenguajes científico-técnicos*. Son aquellos en los cuales no existe la finalidad críptica, aunque la incompreensión por parte del no iniciado es casi total. Este lenguaje no puede ser comprendido por aquellas personas que no posean una formación básica sobre la materia.

Según esta clasificación el lenguaje periodístico sería un *lenguaje*

sectorial que cumple una serie de características, las cuales son:

- a) Sufre los condicionamientos de uso del lenguaje, es decir, está sometido a la creatividad lingüística;
- b) No existe en él la función críptica, a diferencia del argot o jerga;
- c) No hay univocidad en la relación significante-significado (como en los lenguajes científicos y técnicos) y el valor de sus unidades es lingüístico y depende del uso.

Por lo tanto, hay que considerar el lenguaje periodístico como lenguaje sectorial dentro de la variedad de los lenguajes especiales porque es el lenguaje propio de un grupo de profesionales, no persigue una finalidad críptica como el argot o la jerga, y no necesita de una formación específica para poder ser entendido.

Finalmente, al hablar del español en los medios de comunicación hay que tener en cuenta no sólo los medios escritos - diarios y revistas - sino también el radiofónico y el audiovisual. Sus características particulares mediatizan la actividad idiomática: en los medios escritos el receptor lee y la comunicación es mediata frente a la inmediatez comunicativa producida por la radio que se oye y por la televisión que se oye y se ve.

Los medios escritos y orales presentan diferencias destacables derivadas de su propia naturaleza, e influyen en el hablante de manera. El periódico impreso, como texto escrito, exige cierto nivel

cultural y no llega a todos los lugares; por el contrario, la rapidez de difusión de lo emitido por televisión es incomparablemente mayor. La radio es un medio perfecto de nivelación y de normalización; ambos medios, radio y televisión, se escuchan y se ven en pueblos alejados, de otras manifestaciones culturales y de civilización, cubren todo el ámbito hispánico tanto en lo geográfico como en lo sociocultural.

Para el periodista, la noticia es su objetivo, y su obligación transmitirla fidedignamente. Esa transmisión fidedigna se entiende en muchas ocasiones como transcripción literal de lo dicho por otros; se configura entonces el informador como un mero transmisor aséptico y objetivo.

Aun en el caso hipotético de que ese tipo aséptico de transmisión pudiera darse, no hay que olvidar otro aspecto: la división entre los llamados géneros informativos y los de opinión, división casi imposible, porque hay excesivas zonas limítrofes para que la separación sea nítida y, en ocasiones, únicamente los rasgos lingüísticos permiten adscribir un texto a uno u otro género.

Los rasgos diferenciales del «lenguaje que se utiliza para la producción de mensajes periodísticos, sea cual sea el medio o el canal para su difusión», pueden resumirse en seis puntos:

1. *Corrección*: el lenguaje periodístico es un lenguaje no literal próximo a la lengua coloquial culta.

2. *Concisión*: en el lenguaje periodístico es normal el predominio de sintagmas nominales para conseguir frase cortas.
3. *Claridad*: la eficacia y univocidad comunicativa se consigue por el uso de verbos adecuados y comprensibles, en forma activa y tiempo de indicativo. Estas indicaciones son especialmente recomendables para formular la negación.
4. *Capacidad del receptor*: la estructura peculiar de los relatos periodísticos de carácter informativo se explica por la capacidad de cautivar la atención del lector desde las primeras líneas del texto.
5. *Lenguaje de producción colectiva*: todos los mensajes de la comunicación colectivas son obras de diferentes coautores, unos con mayor responsabilidad que otros en el resultado final que reciben los lectores.
6. *Lenguaje mixto*: la pluralidad de códigos que concurren hace que los diferentes lenguajes se condicionen entre sí.

En cuanto a la *pluralidad o heterogeneidad de códigos y de referentes*, el lenguaje periodístico:

- a) cuenta con signos pertenecientes a códigos distintos,
- b) sufre varias contaminaciones limitadoras y conformadoras,
- c) en él podemos encontrar varios registros, no solo uno, desde el más culto al coloquial,
- d) es un modo híbrido de construir texto: en el lenguaje periodístico

pueden mezclarse la enunciación histórica propia de la transmisión de hechos y la enunciación discursiva característica de la expresión de opiniones, pueden aparecer formas narrativas entrelazadas con fórmulas descriptivas.

HETEROGENEIDAD DE CODIGOS

Los códigos empleados por el periodismo escrito son: el **lingüístico**, que presenta una secuencia lineal y cuya descodificación se efectúa como la de cualquier escrito; el **paralingüístico**, que se lee lineal y no linealmente; el **icónico**, que no se lee linealmente.

Los signos del primero son los propios del idioma español; los del segundo, son los propios de la tipografía; los del tercero son imágenes y todo aquello que contribuya a la organización de la página. Estos signos se combinan entre ellos en las páginas de un diario cuya lectura es diferente a la de la página de un libro. En el periódico, "leemos" los distintos tipos de letra, los titulares y su propia organización, las fotografías y sus pies - breves textos que las acompañan - ; "leemos", de alguna manera, el color y la organización - "arquitectura" de la página - que haya decidido destacar un texto frente a otro.

CONTAMINACIONES DEL LENGUAJE PERIODÍSTICO.

Existen contaminaciones del lenguaje periodístico con otros lenguajes, sobre todo, el literario, el administrativo, el oral-coloquial,

como de tres fronteras delimitadoras de la lengua periodística, pero habría que añadir también el habla de los políticos. Muchos usos de esos cuatro ámbitos han pasado al español que aparece en los medios de comunicación; así que no puede hablarse totalmente de **lenguaje periodístico puro** libre de esos contagios ya que todos contribuyen en cierta medida a que reconozcamos lo periodístico como un amalgama de varios de ellos:

1. Había un encapotado volante de nubes que resultó ser algo más que un encapotado atmosférico: finalizado su corto cenit superlativo, sobre la isla de la Cartuja se abatió ayer un entorchado de ensombrecimientos. El decaimiento ambiental - primero la mañana surgió esclarecida: lentamente fue apagándose como un atardecer novembrino - contaminó a la audiencia con el virus de la melancolía.

Este texto es muestra de clara literarización, justificable, en parte, por el contenido, ya que se trata de una crónica sobre la clausura de la Exposición Universal de Sevilla de 1992. Quizá esta contaminación literaria sea la menos peligrosas y la más querida por los profesionales:

2. Días antes de la muerte de Franco, en noviembre del 75, Felipe González asiste al congreso del SPD que se celebra en Mannheim; al entrar Willy Brandt interrumpe su discurso y se queda en silencio. Y siempre en silencio baja de la tribuna y, en medio del pasillo, da un fuerte abrazo a González entre los aplausos de los asistentes.

Lo que en el primer texto se ha conseguido con la selección léxica, aquí lo vemos en el uso de las formas verbales y la construcción polisindética que presenta un ritmo creciente.

3. Entre naranjos impregnados de azahar, cuyo olor cubría prácticamente todo el recorrido, bajo un bochorno increíble, Rocío cerraba la penúltima oportunidad para los más débiles, para los que tienen que labrar sus triunfos con escapadas maratónicas bajo cualquier cielo.

En el periodismo deportivo la literarización es muy frecuente. La maximización de adjetivos, el empleo de verbos que invitan al esfuerzo, aparecen con la mayor naturalidad.

Es fácil encontrar términos de significación bélica.

4. No hay criterios económicos, sino una lucha política que como todas, se establece en términos de relación de fuerzas y en la que los productores de petróleo utilizan como arma la única que tienen.

Más peligroso es el contagio de formas administrativas que retardan la frase, provocan el oscurecimiento del mensaje al utilizar vocablos incomprensibles para el receptor común, estructuras complejas, tecnicismos, términos abstractos, gerundios con valor especificativo.

Del lenguaje de la administración han pasado al periodismo expresiones como *el mismo, dicho asunto, el anteriormente citado, a la mayor brevedad, con la mayor brevedad* (por: *cuanto antes*).

5. «de nombre Pedro Jiménez y de profesión taxista se personó» o

« la flexibilización de plantilla que se está acometiendo obedece a la actual

reducción de la producción a consecuencia de la constante renovación del sector...».

En ocasiones, este contagio puede tener la intención de dominar la realidad mediante la palabra inusual y en cierto modo incomprensible para el hablante común.

La contaminación de lo oral, es decir, del lenguaje coloquial (tacos, frases hechas, abuso de muletillas, elipsis, diminutivos, eufemismos), en el periodismo escrito es también muy arriesgada, porque lengua hablada y lengua escrita son dos realidades distintas. Cuando escribimos utilizamos habilidades que no empleamos en la lengua hablada: fórmulas sintácticas complejas, léxico más ajustado, contextualizaciones innecesarias en el acto comunicativo inmediato. Lo oral es presentado como registro más coloquial y se detecta, sobre todo, en las entrevistas, en las encuestas, en las transcripciones en estilo directo, etc. Este contagio es muy preocupante si se mezcla con lo vulgar y erróneo :

6. «Perico López y Jaime Gonzáles se **verán las caras** a partir de las doce del mediodía»

«Se presentó en Edimburgo entre manifestaciones **de todo pelaje** para llamar la atención de las cámaras de televisión»

«Ya se sabe que por muy seguro que sea un coche, si uno se empeña en darse un **castañazo** se lo da»

«Combina la seguridad con un diseño que **quita** el hipo».

En cualquier caso, el problema más grave está en los medios orales ya que en ellos se confunde muchas veces lo coloquial con lo vulgar o con lo absolutamente incorrecto.

Lenguaje político y lenguaje de los medios de comunicación

El lenguaje de los políticos resulta de especial interés, porque los dirigentes desempeñan gran parte de su papel a través de los medios de comunicación; consecuencia del contagio de los modos de hablar de los políticos es que los textos periodísticos pueden teñirse de eufemismos, términos vagos y abstractos, tecnicismos innecesarios, vanilocuencia:

7. Lo que tipifica a tan penúltima forma de democracia en su inmediato horizonte posindustrial, poshistórico, parece ser una decisiva metamorfosis tecnopolítica.

La conjunción tecnocrática de la comunicación, ordenadores y "mass-media" preside el salto hacia el futuro del planetarizado tiempo.

Además, los dos discursos - el periodístico y el político - tienen distinta finalidad: el primero ha de ser radicalmente informativo, el segundo es básicamente persuasivo.

En el primero, el receptor busca que se le expliquen hechos, que se le señalen causas y consecuencias de ellos; si se trata de contenidos conceptuales, querrá que se les expliquen con razonamientos claros y pertinentes al tema en cuestión; si en lugar de eso el emisor busca suscitar emociones, conseguir adhesiones emocionales y en su caso

provocar acciones, estaremos frente a textos persuasorios.

Las características comunes que comparten el lenguaje político y el periodístico son muchas, y esto provoca la continua simbiosis entre ambos tipos de lenguajes, en los cuales, independientemente de que haya interferencias entre ellos, se encuentran similitudes basadas en su carácter intrínseco:

1. Ambos lenguajes son lenguajes especiales o sectoriales - esto es, lenguajes profesionales que se conforman como islotes dentro de la lengua común - y, como tales, poseen unas especificaciones.
2. Adoptan nuevos vocablos, tecnicismos y extranjerismos.
3. El lenguaje político, casi por definición, es persuasivo, pero también puede participar de esta característica el lenguaje periodístico.
4. Ambos lenguajes pueden ser, en un momento dado, políticos, ya que, en el lenguaje de los medios de comunicación, la presencia o ausencia de una noticia puede tener una fuerte carga ideológica.
5. Los dos lenguajes tienen similares recursos de lexicogénesis, pero el lenguaje periodístico se inclina más hacia la producción léxica a través de la prefijación, mientras que el lenguaje político parece recurrir con mayor profusión al uso de la sufijación.
6. Ambos discursos recurren a la técnica del alargamiento de las palabras. Sobre todo los políticos utilizan esdrújulos (*problemática*,

tecnócrata, sistemática, programática) y crean constantemente términos de tamaño considerable con lo que se persigue una doble finalidad: apariencia de sabiduría o conocimiento y una cierta oscuridad en el significado.

7. Lenguaje político y lenguaje periodístico recurren al uso de los eufemismos (*actualización de tarifas - modificación del mapa tarifario* para disimular una subida de precios).
8. Contagio del lenguaje coloquial, casi vulgar.
9. También coinciden en algunas características formales, como:
 - a. ampulosidad en la expresión. Se prefieren las perífrasis formadas por *verbo + complemento* (*poner de manifiesto* en vez de *manifestar*; *poner en duda / dudar*; *hacer mención / mencionar*; *hacer entrega / entregar*; *proceder a una detención / detener*; *tomar un acuerdo / acordar*).
 - b. Acusada propensión al esnobismo.
 - c. Tendencia a la adjetivación sinonímica (*procedimiento de comprobación objetivo, imparcial, riguroso*).
 - d. Abundancia de extranjerismos (anglicismos) y neologismos innecesarios.
 - e. Abundancia de impropiedades léxicas.
 - f. Mal uso de las preposiciones.
 - g. Gusto por las expresiones redundantes.

HETEROGENEIDAD DE REFERENTES

Los textos periodísticos remiten a contenidos muy variados; en ellos se puede hablar de un partido de fútbol, de acuerdos internacionales, de guerras en lugares alejados de nuestro entorno, de bodas y divorcios de personas conocidas, de problemas económicos.

La variedad de referentes impone léxicos diferenciados; la presencia de tecnicismos propios de cada actividad sería nota distintiva de las variadas páginas de un periódico.

Manuel Seco ha hablado de la creatividad léxica en las páginas dedicadas a temas culturales, quizá sea en ellas donde los procesos neológicos representen más la voluntad de estilo de quienes escriben: a veces, no son estrictamente periodistas sino críticos y especialistas de distintas actividades. La llamada «seccionalización» del periódico obliga a considerar los textos según las áreas, que a veces son muy diferenciadas: por ejemplo, la deportiva, la económica y la cultural:

- En todas las jugadas a balón parado se cuenta con el rechace al borde del área, donde Vizcaíno, el jugador que mejor vuela de España, está atento por las inmediaciones para aplicar su violento disparo. Incluso hay una jugada preparada a tal efecto. En los corners las torres suben al primer y segundo palo para efectuar el clásico saque con toque de cabeza hacia atrás. Es un lanzamiento que se realiza muy abierto a la frontal del área donde llega Vizcaíno y la empalma sin parar.
- El Banco emisor pretende liberalizar el mercado de divisas mediante un

mayor desarrollo de las coberturas de riesgo de cambio e introduce para ello instrumentos como las permutas financieras y los futuros sobre divisas que quedan por primera vez regulados.

- Inventó la primera alternativa radical del uso cubista del collage, para evitar la representación mediante perspectiva ilusoria [...] la transgresión literal de la estructura - soporte del arte, eliminando lo ilusorio y activando el espacio circundante.

La lectura de estos textos permite ver el empleo técnico de voces (palo, saque, mercado de divisas, cubista, etc.) y extranjerismos (corners, collage), ya que cada uno de ellos se adscribe a áreas determinadas.

USO Y EMPLEO DEL ESPAÑOL EN LOS MEDIOS

Como hemos destacado anteriormente, los periodistas trabajan con el sistema lingüístico que les es propio, y que es propio de la comunidad de hablantes que utilizan el mismo sistema. De ahí el máximo cuidado que deberían poner los medios en la corrección de sus textos, desde la ortográfica (*relacción, erudicción, antigüalla, excèptico..*), hasta la morfológica y sintáctica (*el apoteosis, el índole, la detonante, "Los «novillos» de los diputados deteriora la imagen del Parlamento...*).

Todos estos errores no pueden clasificarse de la misma manera, ya que unos son debidos a la impericia del profesional; otros se dan como propios del español periodístico, y en su mayoría aceptados; otros, a la voluntad de estilo del escritor periodista.

PLANO GRÁFICO

1. Comillas (p. 22)
2. Paréntesis (p. 24)
3. Puntuación (p. 26): *Yacían en el piso que ambos compartían en estado de descomposición - La Policía ha detenido a una pareja que ejercían como camellos en relación con esta incautación.* La ausencia generalizada de punto se nota también tras los grafemas de las siglas (p.55).
4. Acentuación (p. 28).

PLANO FÓNICO

1. Pronunciación y entonación (p. 28)
2. Pronunciación de extranjerismos (p.30)
3. Vacilación en la escritura de topónimos y antropónimos de origen extranjero: *Nueva York/ New York.*

PLANO MORFOSINTÁCTICO

Es en este plano donde el español periodístico ofrece más casos de estudios. Entre los errores más comunes, los morfemas de género y de número ofrecen una nómina de ejemplos muy larga, y los medios de comunicación desempeñan un papel fundamental en la consolidación de procesos como el uso del femenino en los nombres de profesiones desempeñadas por mujeres (desde el ya consolidado *ministra, doctora*, a la última aprobación académica *jueza*).

Consecuentemente es fácil encontrar vacilaciones de género en algunos sustantivos. Por ejemplo, *interrogante*, que, a pesar de que normalmente debe utilizarse como masculino, se acepta como femenino y así aparece en el uso periodístico:

9. El compromiso con CiU obligó a que el nuevo modelo de financiación automática fuese el tema estrella de la sesión y de ello se encargó también González dejando en el aire interrogantes a las que el candidato no supo responder.

Otro fenómeno es el de la formación del plural: en los sustantivos terminados en consonante tiende a hacerse añadiendo el -s (42); esto sucede no solamente en el caso de palabras extranjeras (*pubs, clubs*), sino también en cultismos latinos (*curriculum*s). Lo mismo pasa en las palabras terminada en vocal tónica (*marroquí*s, *maravéd*is, *jerseys*, *jabalí*s).

Otras características interesantes (y preocupantes) son:

1. *Orden de palabras* (p.30)
2. *Estilo directo* (p.32)
3. *Uso del verbo* (p.33) : Transitivos/ pronominales (207); Infinitivo (42); Condicional (41); Subjuntivo (44) :uso del *imperfecto de subjuntivo* en su forma -ra [p.35] con el valor etimológico de pluscuamperfecto de indicativo: *Era visible la alegría del equipo comentando el gol que marcara su compañero*; Pretérito (44):

abandono paulatino del *pretérito perfecto* [p.36] en favor del indefinido: *Esta misma mañana llegó al aeropuerto de Madrid la actriz*; Gerundio (43); uso cada vez más abundante de la voz pasiva [p.38-39] perifrástica: *Los resultados de los estudios serán hechos públicos próximamente.*

4. *Usos preposicionales* (p.40) y *locuciones verbales* (39)
5. *Supresión de conectores* (p.46): *Está siendo utilizado por hilos muy poderosos en la sombra.*
6. *Queísmo y dequeísmo* [p.43] como dos caras de la misma moneda (ultracorrecciones): *Piensa de que... Tiene la certeza que...*
7. Abuso de adverbios en *-mente*, como fórmulas de relleno, utilizados de forma enfática (*indudablemente, evidentemente..*). Asimismo, los adverbios del tipo *hoy, mañana, anoche* se ven desplazados en la prensa actual por otras fórmulas perifrásticas como *en el día de hoy/ayer, en la mañana de hoy/ayer...*

RASGOS LEXICO-SEMANTICOS

Dentro de este marco destaca la presencia constante de los anglicismos [p.48-49], no sólo desde un punto de vista léxico, sino también semántico; es decir, dotar a palabras españolas el contenido procedente del inglés (*nominar* "proponer o elegir a un candidato"; *copia* "ejemplar; *ejecutivo* " personal de dirección de una empresa"; *administración por gobierno; enseñante / docente; agresivo /*

dinámico; planta / fábrica).

El problema de los anglicismos debe ser contemplado desde un marco más amplio: dentro del creciente proceso de transculturación que están viviendo las diversas comunidades humanas, la difusión internacional que alcanzan los usos lingüísticos ingleses no es más que complemento o corolario de la penetración pacífica, pero incesante, de usos y actitudes de origen británico o norteamericano. Hay también tecnicismos (49) y seudocultismos (50).

En cuanto a la formación de palabras destacan los prefijos *re-*, *des-*, *dis-*, *anti-*, *premulti-*, *post-*, en la constitución de neologismos; mientras que los sufijos más productivos son *-dad*, *-al*, *-ista*, *-ismo*, *-ción* (*reinserción*, *despenalizar*, *discapacitado*, *antimilitarista*, *precampaña*, *multiuso*, *posmoderno*, *porcentual*, *credibilidad*, *sectorial*, *belicista*, *amiguismo*, *politización*). (pp.52-53)

Alargamiento de palabras (p. 52)

Redundancia y reiteraciones léxicas: *Una joven jovial. Finalmente sucumbió de muerte por esta causa* (se refiere a Atila y al polen de las rosas amarillas); *el estornudo fue tan fuerte que terminó por derribarle en el suelo.*

Creaciones léxicas: *mitinero*, *bisoñés*, *sidosod* (SIDA).

La corrección lingüística en los periódicos tiene tres tipos de implicaciones importantes:

1. **Implicaciones culturales:** siendo el vehículo de expresión que goza de mayor permanencia que la que poseen otros medios de comunicación, su efecto sobre la lengua es fundamental como vínculo de la unión entre todos los hispanohablantes.
2. **Implicaciones políticas:** para que pueda existir una libertad de información hay que respetar una serie de reglas que mueven determinadas formas de expresión. No es lo mismo el estilo informativo - propio de las noticias -, que el de opinión, utilizado para los géneros de comentario, que el estilo ameno.
3. **Implicaciones profesionales:** hay una evidente relación entre el prestigio profesional de la prensa y la calidad de sus escritos.

Se trata de relacionar la corrección del lenguaje y el cumplimiento de los objetivos propios de la comunicación periodística, evitando lo que

Los tres abusos principales en el comportamiento lingüístico de algunos periodistas son:

- a) Utilización de un estilo muy literario y de unos recursos expresivos que tienen más que ver con el género épico que con el periodismo.
- b) Uso de un lenguaje formal, burocrático, en el que están presentes continuamente los extranjerismos, tecnicismos, términos abstractos y ampulosos, los estereotipos y el rodeo gramatical.
- c) Por lo contrario, una tendencia de aproximación al lenguaje de base oral para intensificar el hecho comunicativo.