

## **Unidad 4**

---

- El lenguaje de las noticias y los periódicos.

# El lenguaje de las noticias y los periódicos

## El periodista como escritor

UNA DE LAS REFLEXIONES MÁS HABITUALES cuando sopesamos convertirnos en periodistas es *¿Escribo bien?, ¿me es fácil redactar?* Aunque lo ideal es una respuesta afirmativa, la duda no debe desmotivar al futuro reportero.

La máxima de que *el escritor nace, no se hace* la propagan aquéllos que se piensan tocados con un don, con el objeto de restringir en lo posible la entrada a su club. La mayoría de los autores coincide en que para escribir, como para tantas cosas en la vida, la práctica es más importante que las condiciones innatas.

La figura del escritor despreocupado en espera de que la inspiración le guíe es un mito que quizá funcione para los poetas y algún que otro elegido. Para el resto de los mortales, enfrentarse a una cuartilla en blanco es un reto, y llenarla, un proceso laborioso, un pequeño parto. Quien al terminar de escribir no lo siente así probablemente no puso el máximo esfuerzo.

Si lo anterior aplica a los literatos, más aún a los periodistas. Dadas las limitantes de tiempo y espacio a las que cotidianamente ha de someterse, el reportero no puede pretender hacer del lenguaje un arte; ha de emplearlo, más bien, como la herramienta con que transmitir lo más exactamente posible aquellos hechos sobre los que informa al lector.

La buena redacción periodística no llama la atención por sí misma. La llama sobre los personajes de la historia, el suceso, la información. Esto implica el dominio de ciertas técnicas formales que la práctica, sobre todo, se encargará de pulir.

### El trabajo de escribir

Pocos son los escritores que producen sólo con la ayuda de la musas o el alcohol. Ernest Hemingway, a quien la leyenda nos ha presentado como el prototipo del literato aventurero y despreocupado, era muy metódico en sus hábitos de trabajo. Durante su estancia en Cuba, donde escribió, entre otras novelas, *El viejo y el mar*, Hemingway se levantaba diariamente a las seis de la mañana para ponerse delante de la máquina de escribir. Inspirado o no, seguía así hasta el medio día, cuando dejaba de trabajar para disfrutar de la isla.

La base de su escritura era trabajo, trabajo y trabajo (escribir, escribir y escribir). No contento con el resultado, reescribió el final de *Adiós a las armas* 39 veces. Si el Premio Nobel de literatura de 1954 tenía que intentarlo una y otra vez, probablemente el resto también deberíamos hacerlo.

Hemingway, por cierto, comenzó su carrera como periodista, cubriendo la nota policial y de tribunales para el *Kansas City Star*.

No queremos decir con esto que el periodista pueda prescindir de unos conocimientos básicos sobre el idioma o que no deba cultivar el gusto por la prosa bien hecha. Queremos indicar, más bien, que con esos conocimientos y aptitudes básicas, trabajo duro, respeto a unos estándares mínimos y la asesoría de unos buenos editores, se puede sacar al mejor escritor que cada uno lleva dentro.

Durante demasiados años esto no se hizo —en México como en todos los países—, y la redacción periodística se granjeó una pésima fama. Hoy día, tanto los lectores como los editores de los periódicos y revistas quieren reporteros que puedan contar verdades con una redacción y un estilo atractivos. Así un objetivo prioritario es, identificar los elementos estilísticos que caracterizan la buena redacción periodística.

### El estilo periodístico

Contrariamente a lo que la lectura de la prensa diaria pueda indicar, el estilo periodístico no consiste en una jerga especial que desecha las formas en aras de una transmisión rápida e impactante del mensaje. El lenguaje de los periódicos tiene unas características peculiares marcadas por sus objetivos, límites de tiempo y espacio y tipo de lectores, pero debe ser, por encima de todo, *español bien escrito*, simple y llanamente. Como tal, posee cuatro virtudes principales que todo periodista debe cultivar: claridad, precisión, concisión y fuerza.

### *Claridad*

Como mencionamos al principio de este capítulo, el lenguaje periodístico no llama la atención sobre sí mismo, sino sobre la historia que pretende contar: debe ser *claro*. El poeta, el literato y hasta el articulista tienen libertad para complicar el lenguaje a su antojo, a sabiendas de que sus lectores lo quieren así. Pero el periódico debe alcanzar a un público mucho más amplio y heterogéneo. (Vivaldi, 1981)

En el periódico se escribe —ha de escribirse— para que nos entienda todo el mundo: el docto y el menos docto; el erudito y el no erudito; el especialista en la materia y el profano; el muy inteligente y el menos inteligente (...)

Visión clara de los hechos o de las ideas y exposición neta y tersa de los mismos. Escribe claro quien piensa claro. Pero no basta con la claridad mental o de ideas. Es preciso utilizar un lenguaje fácil, a base de palabras transparentes y frases breves. Se conseguirá así que el pensamiento del que escribe penetre sin esfuerzo en la mente del lector.

Los editores estadounidenses suelen aconsejar escribir a un nivel que un estudiante de primaria pueda entender. Las diferencias educativas entre ambos países hacen difícil aplicar este baremo en México. Pero vale recomendar aquí que el periodista tenga siempre en cuenta que sus lectores no han pasado necesariamente por la universidad, ni tienen un conocimiento de la política, la economía o el derecho más allá de lo necesario para solventar sus problemas cotidianos.

El primer paso para la consecución de una prosa clara, frecuentemente descuidado por editores y reporteros, es un *dominio completo de la gramática, la sintaxis y la puntuación*. Demasiado a menudo se olvida que una oración

completa necesita de un verbo conjugado; que un infinitivo funciona como un sustantivo; que el tiempo potencial debe ir acompañado de una cláusula que condicione la posibilidad de ejecutarse la acción; que el punto y seguido separa ideas diferentes pero con una estrecha relación entre ellas. Son conceptos aprendidos en la secundaria, que por falta de práctica han ido perdiéndose en el olvido. En el manual de estilo del Anexo 3 ofrecemos algunas reglas básicas que puede ser necesario recordar.

La corrección en el escribir debe ir acompañada de la *sencillez*. Se redacta para complacer al lector, no al que escribe. Es necesario huir de las palabras ampulosas (complicadas) y usar un vocabulario accesible (natural), como lo haríamos en un ambiente conversacional promedio (una conversación normal). Escribiremos:

muerte y no deceso  
pago y no estipendio  
delitos y no ilícitos  
tipo y no índole  
finalizar y no finiquitar  
aclarar y no apostillar

Si la gente no habla así cuando quiere comunicarse, ¿por qué complicar la escritura?

Igualmente, el reportero resulta a veces presuntuoso cuando sustituye expresiones comunes por otras que, piensa, dan un *toque de clase* a su escrito. Warren (1979) ofrece unos buenos ejemplos:

<i>Difuso</i>	<i>Directo</i>
En el momento actual	Ahora
Mantuvieron una reunión	Se reunieron
A considerable distancia	Lejos
Hizo su aparición	Llegó
Siguiendo la línea de	Como
Estampó su firma	Firmó
Con escasa conmoción	Tranquilamente

Estas frases pretenciosas ni añaden información al escrito ni lo hacen más digerible. Al contrario, alargan las frases y por tanto dificultan su lectura. Como apunta Vivaldi, la *longitud de las oraciones* es fundamental para la comprensión inmediata del texto. En su afán por no dejar una idea incompleta, el periodista inexperto —y el escritor— trata de comprimir en una frase todo aquello que le sugiere una idea principal. El resultado son oraciones sobrecargadas que hay que leer varias veces para no perderse en ellas:

Sin embargo, la Secretaría de Hacienda y Crédito Público emitió un comunicado por la noche en el que señala que, tomando en cuenta la solicitud de los diputados miembros de la Comisión de Hacienda, por conducto de su presidente, diputado Francisco Suárez Dávila, y en atención a la necesidad de apoyar a las familias durante 1997, año en que se consolidará el crecimiento económico, considera viable destinar recursos públicos a financiar por un año más, la aplicación de la tasa cero en el Impuesto al Valor Agregado sobre el servicio o suministro de agua para uso doméstico.

Académicos estadounidenses han estudiado la legibilidad de las noticias en función de la longitud de sus frases. Oraciones de ocho palabras o menos son consideradas como *muy fáciles de leer*, mientras que catalogan las de 29 palabras o más como *muy difíciles*, quedando el promedio en torno a las 17. El idioma español requiere normalmente de más palabras que el inglés para expresar la misma idea, por lo que esta cuantificación de la legibilidad no puede ser aplicada directamente a nuestros esquemas. Si puede servir, sin embargo, como orientación para calibrar ciertos excesos, como el de nuestro ejemplo: la frase, tomada de un diario capitalino, contine ¡96 palabras!

Un indicador más fiable de lo complicado de una oración es el número de ideas que comprende. Es máxima periodística tratar de limitarse, siempre que sea posible, a una idea por frase, dejando que los puntos y seguidos y no las comas separen las diferentes ideas. Observemos nuestra *macro frase*:

- Idea 1: La Secretaría de Hacienda y Crédito Público emitió un comunicado.
- Idea 2: Señala viable destinar recursos públicos a financiar, por un año más....
- Idea 3: Se tuvo en cuenta la decisión de los diputados miembros de la Comisión de Hacienda.
- Idea 4: Francisco Suárez Dávila es el presidente de esa comisión.
- Idea 5: La decisión surge de la necesidad de apoyar a las familias en 1997.
- Idea 6: En este año se consolidará el crecimiento económico.

La idea central, la decisión de Hacienda de prorrogar el financiamiento público del IVA en el uso del agua, queda enterrada en la maraña de ideas de un confuso comunicado que el reportero no se preocupó por editar adecuadamente.

Tampoco hay que obsesionarse con la brevedad de las frases. Crea muchos problemas. Las ideas se aíslan. El texto queda entrecortado. Parece lenguaje telegráfico. Crea un mal efecto. Como de primaria.

Lo ideal es combinar frases de distinta longitud y complicación, que den variedad y equilibrio al texto. Una frase larga bien escrita, con una puntuación adecuada que establezca el ritmo necesario, puede ser tan legible como una de 10 palabras. Observemos el comienzo de esta nota publicada en las páginas de *El País* sobre un tema árido. El autor utiliza 9 oraciones de 8, 42, 14, 30, 8, 26, 4, 33 y 46 palabras. Las dos más largas, de 42 y 46 palabras, se encuentran tras otras de 8 y 4, creando una sensación de ritmo que hace fácil su lectura. El promedio es de unas razonables 23 palabras por frase:

“Es una gran victoria para la Unión Europea (UE)”. Así valoró el francés Hervé de Charette la decisión de los 15 ministros de exteriores de crear la figura de enviado especial permanente de la UE en Oriente Próximo y designar para ella al diplomático español Miguel Ángel Moratinos, de 45 años de edad.

El Gobierno de Israel rechazó la decisión al considerarla una intromisión en sus asuntos. *Curro* Moratinos, actual embajador en Israel, observará el desarrollo del proceso de paz, lanzará propuestas a israelíes y palestinos, y actuará en directa relación con el Consejo de Ministros comunitario.

Las loas de De Charette no acabaron ahí. Dijo que “Mo-

ratinos supone un gran nombramiento” y consideró que se trataba también de una victoria del “punto de vista francés”, que ha impulsado la creación de la figura. Lo primero es exacto. La propia Francia, Italia y el Reino Unido habían sugerido en el Comité Político que presentarían candidatos, pero no lo hicieron ante el peso y prestigio de la figura de Moratinos. Lo segundo es una verdad a medias, porque París había pugnado en la cumbre de Dublín por una figura de enviado especial de carácter más político, sugiriendo nombres como el de Felipe González o el de Valéry Giscard D’Estaing, y ahora se opta por un diplomático.

Al ser una nota político-diplomática en la que convergen complicadas luchas de poder, el estilo nunca podrá ser igual, por ejemplo, al de una que da cuenta de un asesinato. En este caso, las frases serían probablemente más cortas, más directas. Diferentes temas piden tratamientos, lenguajes y estilos diferentes, la experiencia irá dictando al reportero como abordar cada uno.

*Precisión*

El trabajo del periodista consiste en transmitir al lector los hechos ocurridos lo más fielmente posible. Esto implica precisión, exactitud, tanto en la recolección de la información como en la manera de expresarla.

Si la escritura clara, mencionaba Vivaldi, era resultado de un pensamiento claro, lo mismo podemos decir de una escritura precisa. Cuando el periodista no es capaz de encontrar la manera exacta de desarrollar un párrafo, o no puede pensar en la palabra precisa que describe lo que quiere expresar, a menudo el problema no es de estilo, sino de contenido. El reportero no hizo bien su tarea y, simplemente, no tiene claro lo que quiere decir. En los capítulos siguientes vamos a tratar de proporcionar las herramientas para que esto no suceda.

Aquí vamos a señalar los rasgos estilísticos característicos de la escritura imprecisa y a proponer formas de corregirlos.

Un primer problema es la *vaguedad*, la tendencia a lo general por encima de lo específico. El uso de palabras y expresiones específicas tiene la enorme ventaja de crear en la mente del lector una imagen del hecho descrito. Así, es más interesante leer sobre *un techo hundido* que sobre *daños en la vivienda*; *un beso* evoca más emociones en el lector que *una demostración de afecto*; es mucho más fácil imaginar *una limusina blanca de siete metros de longitud* que *un lujoso vehículo*.

Hay que escoger los términos más específicos y que se ajustan a los hechos. La gente quiere leer —no sólo en periódicos, también en literatura— palabras con referentes concretos, aquellas que componen el mundo que vemos y el lenguaje con el que normalmente hablamos.

Otra ventaja del lenguaje específico es que contiene más información que el general. Entendemos mejor si leemos sobre *un biólogo* que sobre un *investigador*; es más fácil de entender la nota que habla de un candidato a gobernador *juzgado en tres ocasiones por injurias y condenado por evasión fiscal* que la de un político *con antecedentes penales*.

El periodista experimentado lee atentamente su escrito en busca de aquellas expresiones generales que pueden ser sustituidas por otras más específicas, más precisas:

<i>General</i>	<i>Específico</i>
Un arma blanca	Un picahielos
Intensas lluvias	120 litros por metro cuadrado
Cultivos	Viñedos

Enfermedad	Cáncer
Insectos	Abejas
Un viaje de placer	Un crucero por el Caribe
Una factoría	Maquiladora de autopartes
Un fraude	Estafa por 15 millones de pesos
Ascendido	Promovido a subsecretario

No obstante, es necesario tener cuidado con ir demasiado lejos en la búsqueda de la precisión. Como señala Warren, algunas veces se recurre a diferentes *jergas* en el intento de elegir la palabra que más adecuadamente describe un concepto. Entendemos por jerga el lenguaje especializado que utilizan las personas que pertenecen a determinados ambientes o profesiones. Este recurso es especialmente visible en el periodismo taquigráfico y acrítico que venimos describiendo en estas páginas, en el que la palabra de la fuente se hace sagrada.

En este contexto, no es extraño que sea la jerga político-burocrático-funcionarial la que se imponga en las páginas de los diarios. Tanto en España como en los Estados Unidos se sigue muy de cerca la forma en que los medios de comunicación influyen en los cambios que se producen en el habla cotidiana. Los estudiosos del tema coinciden en señalar que es el habla de los políticos la que más presencia tiene en los medios, y la que, consecuentemente, se acaba transmitiendo al ciudadano común.

La mayor parte de la jerga usada por profesionales en general y políticos en particular es abstracta, verbosa, repetitiva y confusa, y es así porque cumple un objetivo muy preciso: impresionar o despistar al público.

No es difícil reconocer este tipo de términos en la redacción de cualquier nota de contenido político:

conceptualizar	excelencia	calidad
retroalimentación	maximizar	concientizar
escenario	estado del arte	viabilidad
salvaguarda	transitorio	arraigo
puntual	orgánico	renovación
legitimación	coyuntural	oficializar
inocultable	organizacional	implementar

Este tipo de palabras ofrece un par de serios problemas: son innecesariamente complicadas y no están al alcance del lector medio, que no sabe lo que significan exactamente (muchas veces, ni el político que las pronuncia ni el periodista que las transcribe lo saben); se pervierte el idioma, pues algunas de estas palabras ni siquiera figuran en el diccionario.

### Conexión cultural

Entre otros muchos efectos, la cercanía/dependencia con los Estados Unidos conlleva también la asimilación de la jerga propia de su idioma, que es traducida literalmente sin ningún recato por académicos, políticos y periodistas.

El fenómeno más común es el de convertir sustantivos en verbos, tal y como la gramática inglesa permite. El *chequear* abrió las puertas al *maximizar*, *optimizar*, *priorizar*, *gradualizar*, *posicionar*, *balancear*, etcétera.

Cuando se trata de cuestiones tecnológicas se recurre al engendro que conocemos como *Spanglish*. Así, se *forwardean* llamadas, se *cliquea* el ratón (o el *mouse*) y se *switchean* los interruptores.

También son frecuentes las traducciones de expresiones propias del inglés, que generalmente tienen equivalentes en español. De este tipo son: *hacer la diferencia* (*to make a difference*); *ir al punto* (*get to the point*), *punto controversial* (*controversial point*); *autodefensa* (*self-defense*); *mantener el balance* (*keep the balance*)

Por supuesto, no nos olvidemos de los que vinieron sin traducción para quedarse: el *O.K.*, el *coffee break*, el *background*, el *dossier*, el *folder*, el *marketing*, el *broker*, los *blue jeans* el *long play*, el *compact disc* y el *bye*. Pero recordemos que aún nos quedan el de acuerdo, el receso, el bagaje, el expediente, la carpeta, la mercadotecnia, el corredor de bolsa, los pantalones de mezclilla, el larga duración, el disco compacto y el adiós.

### Conexión internacional

Lee Iacocca, el legendario expresidente de la Chrysler, llegó a escribir un libro llamado *Hablar claro* (*Talking straight*) con el fin de concienciar sobre la necesidad de cambiar la forma en que se habla en ambientes profesionales (Fedler, 1993). En él comentaba que:

Hay tres factores detrás de la jerga pomposa. Primero, el casi incontrolable deseo de contarle a todo el mundo todo lo que sabes sobre un tema. Segundo, el amor por los adjetivos y adverbios sobre sustantivos y verbos. Y tercero, el deseo de impresionar a la audiencia con tu profundidad de vocabulario. Una vez leí un informe de 15 páginas difícil de entender, llamé al autor y le pedí que me explicara el contenido del bulto que había escrito. Lo hizo en dos minutos. Identificó lo que estábamos haciendo mal, lo que podríamos hacer para arreglarlo, y lo que él recomendaba. Cuando terminó le pregunté por qué no escribía eso en el informe de la manera que me lo había explicado. No tenía una respuesta. Todo lo que dijo fue: A mí me enseñaron así. Y para colmo, tenía una maestría en administración de empresas.

Otra característica típica de la escritura poco pulida es el *abuso del cliché* o lugar común. Éstos son frases más o menos ingeniosas, generalmente metáforas, que sirven para ilustrar determinadas situaciones. Es frecuente su uso en la redacción periodística, porque, bajo la presión de la hora de cierre, permiten al reportero ahorrarse la búsqueda de las palabras correctas, los detalles específicos, y escoger una expresión ya hecha.

El problema es que la frase hecha sólo causa impacto las primeras veces. El primer poeta que habló de *labios de rubí* probablemente enamoró a su pretendida. Hoy, a nadie —salvo a algunos cantantes— se le ocurre utilizarla. A fuerza del uso pierden su *gancho* y, más que mostrar ingenio, denotan la falta de originalidad del autor y su incapacidad para expresar, con sus propias palabras, aquello que quiere transmitir.

Algunos clichés son notorios, pero otros —como los anglicismos— están tan arraigados que es difícil discernir si son parte del habla común o una frase que alguien ideó un día. La lista de unos y otros es casi infinita. Aquí ofrecemos algunos:

bautismo de fuego	comenzar una nueva vida
el beneficio de la duda	un manto de nieve
con las manos en la masa	completo éxito
decidir el destino	condenado al fracaso
caer en saco roto	ganar terreno
acalorada discusión	dar en el blanco
arrancar aplausos	celoso guardián
vivas muestras de afecto	razones de peso
quedarse sin habla	la madre naturaleza
una vez en la vida	luchar a brazo partido
delante de sus narices	escapar milagrosamente
superar la ficción	frío como el hielo
un golpe de suerte	inquebrantable adhesión
febril actividad	luctuoso suceso

Y así, la lista sigue y sigue. El periodista debe saber reconocer estas expresiones y tratar de evitarlas. Habrá ocasiones en que no se pueda dar con una descripción más efectiva, pero pensando, escribiendo y reescribiendo, siempre podremos sustituir una *calurosa ovación* por *un aplauso de cinco minutos con todo el público puesto en pie*.

### Mecánica repoteril

Íntimamente ligado al fenómeno del cliché está el de las *muletillas*: esas palabras o expresiones que el reportero usa rutinariamente para evitarse el trabajo de pensar en una transición inteligente o una atribución diferente. Son expresiones que no añaden nada de significado al texto y que llegan a cansar por reiterativas. El manual de estilo de *Reforma/El Norte* ofrece una extensa lista. Destacamos las siguientes:

- Al dar a conocer lo anterior dijo que...
- Al respecto de
- Así lo dieron a conocer
- Así lo manifestó
- Así lo señaló
- A su vez
- Como se recordará
- Declaró (anunció, dijo, etcétera) lo anterior
- Dio a conocer
- En respuesta a la pregunta de...
- Entre otras cosas
- Informó sobre el particular
- La mencionada dependencia
- Por su parte
- Por otro lado
- Según dijo
- Por lo que

### Concisión

La mayor parte de los periódicos publica sólo una pequeña parte de todo el caudal informativo que recibe a diario. El papel es caro y la publicidad contratada del día determina cuánto texto entra en cada edición. Al ser conciso, el periodista trata de presentar la mayor cantidad de información posible en

el menor espacio. La brevedad ayuda también al lector a entender mejor los conceptos vertidos en cada nota, pues no tiene que pasar tiempo leyendo palabras innecesarias. Usar dos o tres palabras cuando se puede expresar lo mismo con una es desperdiciar espacio del medio y tiempo del lector.

Como señalábamos en el apartado anterior, quienes escriben tienen a menudo la percepción de que más palabras equivalen a más profundidad de pensamiento. Al contrario, la inteligencia al escribir está en la síntesis. De no ser así, Cantinflas hubiera sido un gran literato.

Algunas palabras son casi siempre innecesarias, como *entonces, actualmente, ahora*. El verbo bien conjugado indica cuándo ocurre la acción —pasado, presente o futuro— por lo que resultan redundantes las segundas palabras que añadimos para reiterar la cuestión temporal: *es ahora, historial previo, planes futuros*.

Una de las formas en que se presentan las palabras innecesaria es el *exceso de modificadores*, principalmente adjetivos y adverbios. Éstos son necesarios para la escritura —por eso existen—, pero usados exageradamente se convierten en una carga. Obsérvese cómo en las siguientes expresiones la palabra subrayada es perfectamente desechable:

resultado <i>final</i>	expertos <i>cualificados</i>
destrucción <i>completa</i>	<i>totalmente</i> rodeados
salió <i>afuera</i>	reunión <i>colectiva</i>
amigo <i>personal</i>	<i>nuevo</i> descubrimiento
importaciones <i>foráneas</i>	pequeño <i>de tamaño</i>
multitud <i>de gente</i>	hábito <i>personal</i>

Otras veces, una palabra y su modificador pueden ser sustituidas por una sola palabra que expresa lo mismo. El caso más típico es el del adverbio *mu*y, frecuentemente usado por el escritor cómodo que prefiere no tener que pensar en una plabra más descriptiva:

Muy flojo	vago
Muy bonito	atractivo
Muy cerca	próximo
Muy feo	desagradable
Muy bueno	estupendo
Muy inteligente	brillante
Muy tímido	introvertido
Muy grande	enorme

Las palabras desechables no aparecen sólo en forma de adjetivos y adverbios. Hay multitud de expresiones que con un mínimo esfuerzo pueden ser eliminadas sin afectar el contenido de la frase:

Llevaron a cabo una reunión...	se reunieron
Fue el ganador de...	ganó
Decidieron nombrar...	nombraron
Está desarrollando actualmente...	desarrolla
Hizo una denuncia...	denunció
Condujo una encuesta...	encuestó
Han llegado al acuerdo de...	acordaron
Dio su aprobación...	aprobó
Algunos miembros del público...	algunas personas
Tomó en consideración...	consideró

Como éstas, existen otras muchas construcciones que vienen a nuestra mente automáticamente sin que nos planteemos si aportan información al escrito. Aunque no es un lujo que se pueda permitir normalmente en el ejercicio de la profesión periodística, el reportero debe adoptar el hábito de revisar sus textos en busca de la palabra-estorbo. El principiante siempre se sorprende viendo como con cada nueva revisión el editor encuentra palabras prescindibles.

### *Fuerza*

El lenguaje periodístico debe ser vigoroso, directo, con palabras llenas de significado y capaces de evocar imágenes. Este principio queda precisamente plasmado en la expresión *Muéstralo, no me lo digas* (*Show, don't tell*, en inglés). Al lector hay que mostrarle los hechos, no contárselos ni comentárselos. Eso queda para los editorialistas. El reportero se limita a mostrar cómo suceden las cosas, cómo se comportan las personas, de modo que el lector saque sus propias conclusiones. No hacerlo implica relegar al lector a la pasividad, a no involucrarse con la historia que le estamos contando y, lo que es peor, despreciar su inteligencia para analizar los hechos.

Cuando de fuerza en el estilo se trata —como cuando hablamos de la concisión— los *adjetivos* se convierten en enemigos de la redacción periodística. Éstos siempre han tenido mala fama entre los escritores. Mark Twain, por ejemplo, decía que rara vez se tacha uno sin que ello mejore la escritura.

No es lo mismo *contar* que el debate en la Cámara fue *muy acalorado* que *mostrar* a los diputados discutiendo a gritos, describiendo los insultos que se lanzaban y narrando cómo unos pateaban mientras sus opositores salían a la tribuna.

Como mencionamos más arriba, el adjetivo modifica a otra palabra — un sustantivo—, y le ahorra a quien escribe el trabajo de elaborar una descripción, narración o diálogo que ilustren lo definido por el adjetivo. Son, por supuesto, necesarios, pero un uso excesivo indica falta de recursos del escritor —o reportero— y debilita la historia que cuenta.

Decirle al lector que a ciertas elecciones se presenta un *candidato carismático* es introducir un elemento subjetivo innecesario. Ya discutimos el concepto de objetividad, y no yerra el periodista por hacer esa interpretación del candidato, si ésta es honesta. Pero el buen profesional le muestra al lector cómo llegó a la conclusión: con una cita de alguien que lo conoce, explicando qué cosas ha hecho, mostrando, en fin, los detalles, el color de la nota.

En la sección sobre el periodismo interpretativo hacemos un análisis más extenso de cómo enriquecer las historias con los recursos de la descripción y la narración. Aquí vamos a ofrecer una serie de técnicas muy simples que pueden ser de gran ayuda para dar al estilo el vigor que exige la redacción periodística.

La primera de ellas es usar *verbos fuertes*. El verbo es la palabra que transmite la acción de la frase y la hace moverse. Hay que evitar los verbos gastados y que suenan a lugar común:

<i>Verbo débil</i>	<i>Verbo fuerte</i>
Ocurrió un derrumbamiento en el edificio...	El edificio se derrumbó...
El arresto tuvo lugar...	Lo arrestaron...
El susto lo hizo gritar...	Gritó del susto...
Estaba empleado en el taller....	Arreglaba autos...
Dijo que quería justicia...	Exigió justicia...

Los verbos de la segunda columna nos hacen ver a gente haciendo cosas, mientras que los de la primera apenas transmiten la sensación de que algo esté ocurriendo.

De todos los verbos, los más débiles son *ser* y *estar*. Se llaman copulativos porque no llegan a expresar una acción, sino que unen a un sujeto con su atributo: *Esto es injusto*, *La tesorería está arruinada*. Son muy útiles para expresar este tipo de relaciones, pero hay que evitarlos y sustituirlos cuando se pueda por verbos más ágiles:

*Verbo débil (ser, estar, parecer)*

La postura del secretario *fue* de rechazo...

El criminal se *fue* corriendo...

*Estuvo* en la policía...

Su enfermedad *es* grave...

*Verbo fuerte*

El secretario rechazó...

El criminal huyó...

Sirvió en la policía...

Sufre una grave enfermedad

Otro tanto sucede con las *formas impersonales del verbo haber*: *hay, había, habrá*. Casi todas las frases que comienzan con ellas se pueden modificar para darles más vida:

*Verbo débil (haber)*

*Había* miles de personas concentradas...

*Habrà* muchos gastos...

No *hay* razones para su decisión...

*Verbo fuerte*

Se concentraron miles...

Se gastará mucho...

No dio razones...

Un último aspecto a tener en cuenta con los verbos es el del uso de las construcciones con voz activa o pasiva. Preferimos la primera, pues es la más natural: sujeto+verbo+objeto. La oración en voz pasiva suele ser más complicada, más larga y menos vigorosa:

*Voz pasiva*

El hecho fue denunciado por la víctima...

El accidente fue causado por una avería...

Es considerado por los críticos...

*Voz activa*

La víctima denunció...

Una avería causó...

Los críticos lo consideran...