
Epílogo

Un mensaje opcional para el periodista

Cuanto ha leído, en páginas anteriores, quien tenga este libro en sus manos, es toda una aportación de cómo debe ser la actuación del periodista desde la parcela eclesial. Un manual opcional: para el periodista que se sienta cristiano, y dentro de la Iglesia Católica, supondrá una inmensa aportación que tendrá utilidad para su proceder profesional; para quien se encuentre en otra postura creencial o mantenga diferente aptitud social será poca cosa para su dinámica del quehacer periodístico, sin embargo le servirá, con plena seguridad, para saber sobre una parcela como la indicada. Nada se impone sino se ofrece su contenido para todo periodista que desee conocerle, y por tanto opcional por él para aplicar cuanto encierra, o para sencillamente aumentar su conocimiento, y respetarlo desde la pluralidad humana, en el ejercicio de la inmensa profesión periodística...

Cabe preguntarse: ¿qué es un “*Libro de Estilo*”? Para toda aquella persona que sepa sobre el ámbito periodístico, huelga decir nada. Sin embargo para quienes solamente sean receptores de los mensajes de los Medios de Comunicación Social si que es válido saber con exactitud sobre ello...

El conocido periodista Juan Luis Cebrián escribía, siendo director del diario “*El País*”, en el prólogo de la segunda edición del “*Libro de Estilo*” del expresado periódico, cuando corría marzo de 1980: “*No es una gramática ni un diccionario al uso. Es simplemente el código interno de una Redacción de cualquier medio informativo, que trata de unificar sistemas y formas expresivas con el fin de dar personalidad al propio medio y facilitar la tarea del lector en el caso de los periódicos*”¹.

En el “*Libro de Estilo de Canal Sur Televisión y Canal 2 de Andalucía*”, coordinado por José María Allas Llorente y Luis Carlos Díaz Salgado, editado en marzo de 2004, se lee: “*No es un reglamento inflexible ni un compendio de obligaciones ineludibles. Es un conjunto de recomendaciones periodísticas y una selección de métodos de trabajo basados en criterios generales y en las particularidades que la experiencia ha ido acumulando... [...] Su propósito es eliminar errores y unificar criterios para lograr que nuestras*

¹ La primera versión del “*Libro de Estilo*” de “*El País*” es de noviembre de 1977. Para conocerse la segunda edición y siguientes: <http://estudiantes.elpais.es/libroestilo/prologo003.htm>

noticias tengan sello propio, sean lingüísticamente correctas, socialmente responsables e informativamente precisas... ”².

También se ha dado en llamar “*Manual*”, como fue el nombre del primer volumen del que se tenga noticia editorial en habla española: “*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.*”³. La “*Agencia Efe*”, en 1975, difundía su primer “*Manual de estilo de Efe-exterior*” para en diciembre de 1978 distribuir su edición ya impresa con el nombre de “*Manual de Estilo*”, pudiéndose considerar realmente la primera publicación en librería sobre esta materia pues entre 1975 y 1978 había sido de uso interno de la redacción⁴, al igual que el “*Libro de Estilo*” de “*El*

² Hay una publicación titulada “*Libro de Estilo*” de “*Canal Sur Televisión*”, con prólogo y supervisión de Manuel Alvar, impresa en Sevilla en 1991 por la propia empresa. La edición de 2004 puede verse en: http://www.canalsur.es/html/portal/com/bin/contenidos/zona_descarga/libro_estilo/1156755897443_libro_estilo_estv_c2and.pdf

³ GÓMEZ FONT, Alberto: “*Los Libros de Estilo de los Medios de Comunicación en español: necesidad de un acuerdo*” en: http://www.ucm.es/info/especulo/ele/g_font.html

⁴ *Ibidem*. La primera edición está supervisada por Fernando Lázaro Carreter, miembro de la Academia de la Lengua, con palabras preliminares del periodista Luis María Ansón, entonces presidente de la “*Agencia Efe*”, y fue encargada a Editorial Castalia, en Madrid con un total 176 páginas.

País”, que entre 1977 y 1980 fue de manejo informativo de los profesionales del periódico⁵.

El periodista Antonio López de Zuazo expresaba, en 1976, en su divulgado “*Diccionario del Periodismo*” al referirse a la voz “*libro de estilo*”: “*Conjunto de normas para la redacción periodística de las noticias, muy empleado en los periódicos y en las agencias...*”, precisando que se “*llaman también hoja de estilo (si es muy breve), manual de estilo y estilibro*”⁶.

Desde el espacio religioso se viene desde hace años difundiendo pautas y orientaciones de la Iglesia ante el desarrollo de los Medios de Comunicación y primordialmente a lo largo del siglo XX, tanto desde distintas órdenes religiosas o carismas diversos como desde la propia sede apostólica. Desde los años sesenta, tras el Concilio Vaticano II, ha existido una especial atención, desde el ámbito eclesial, a los Medios de Comunicación Social; en los años de trabajo conciliar, uno de los 16 documentos emitidos, fue el Decreto “*Inter Mirifica*”, firmado por Pablo VI en Roma el 4 de diciembre de 1963⁷.

⁵ Véase nota 1 anterior.

⁶ LÓPEZ DE ZUAZO ALGAR, Antonio: “*Diccionario del Periodismo*”. Pirámide, Madrid, 1976, 1ª. ed., pág. 117; han existido posteriormente varias ediciones.

⁷ Puede leerse en: http://www.vatican.va/archive/hist_councils/ii_vatican_council/documents/vat-ii_decree_19631204_inter-mirifica_sp.html

Y desde 1967 se viene celebrando la “*Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales*” con mensajes papal y de las conferencias episcopales⁸.

Dejemos constancia que la Curia Romana está integrada por la Secretaría de Estado, las congregaciones, tribunales y pontificios consejos; entre estos últimos, que son 11, existe uno dedicado al tema periodístico con el nombre de “*Pontificio Consejo para las Comunicaciones Sociales*”⁹, lo cual patentiza el valor de los temas comunicativos dentro del seno de la Iglesia Católica.

Nada existía que se denominase “*El Libro de Estilo de los Medios de Comunicación según la Iglesia*”. Cuando en la organización del “*VIII Curso sobre Radio y Televisión*”,

⁸ Para conocer más sobre el tema de la Iglesia y los Medios, accédase a: RÍOS PÉREZ, Ricardo: “*El mensaje de la Iglesia Católica sobre Medios de Comunicación Social en el pontificado de Juan Pablo II (1978-2002)*”. Tesis doctoral, que tuve el placer de dirigir, siendo defendida en junio de 2004, obteniendo la máxima calificación de sobresaliente “*cum laude*” por unanimidad; en su capítulo primero trata sobre los pontificados anteriores a Juan Pablo II durante el siglo XX y las atenciones a los Medios de Comunicación; se encuentra inédita, pudiéndose consultar en la Biblioteca de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Sevilla. También: MARTÍN ALGARRA, Manuel: “*Las enseñanzas de Juan Pablo II acerca de la información (1978-1984)*”; tesis de licenciatura, defendida en 1987 en Pamplona, en la Facultad de Comunicación de la Universidad de Navarra; inédita, ejemplar disponible en la Biblioteca del indicado centro universitario.

⁹ http://www.vatican.va/roman_curia/pontifical_councils/index_sp.htm

celebrado en 2006, se invitó a fray Carlos Amigo Vallejo, cardenal arzobispo de Sevilla, a pronunciar una conferencia en el mismo, ese fue el título que tuvo en la programación para la sesión de apertura. La intervención fue grabada, transcrita y corregida. Hoy, se difunde impresa...

¿Por qué se publica? Para que quede un testimonio de su contenido para opción de práctica por aquel periodista que desee o para sencillo conocimiento de aquél que así lo decida. En esta colección de *"Pliegos de Información"*, como número 16 de la misma, que desde 1992 viene editando el *"Equipo de Investigación de Análisis y Técnica de la Información"* ubicado en la Universidad de Sevilla, donde se han ido publicando títulos dentro de la más absoluta pluralidad de contenidos, siempre a favor del entorno universitario como fin de ser de la Universidad. Y para conmemorar que durante 10 años consecutivos se ha mantenido la actividad denominada *"Curso de Radio y Televisión"* que, desde 1999, hemos organizado conjuntamente con la *"Cadena COPE"* y la *"Asociación para el Progreso de la Comunicación"* (APC); entonces ya pensábamos que el devenir pasaba por el Periodismo Local, lo cual actualmente es tangible tanto profesional como empresarialmente.

Prof. Dr. José Manuel Gómez y Méndez.
Director del Equipo de Investigación de
Análisis y Técnica de la Información.

Universidad de Sevilla, julio/agosto de 2008.