



CONCLUSIONES

A continuación se resumen algunas de las cuestiones tratadas en el **X Seminario Internacional de Lengua y Periodismo** («Manuales de estilo en la era de la marca personal») organizado por la Fundación San Millán de la Cogolla y la Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA) los días 13 y 14 de octubre de 2015.

1. Norma y estilo no se oponen, se complementan

- La norma define un terreno de juego general para todos los hablantes; el estilo, un camino propio dentro de ese marco.
- Sin norma no hay estilo; es necesario conocerla antes de adoptar decisiones estilísticas, antes de innovar.
- No hay una sola norma.
- La norma fortalece la cohesión de la lengua.
- Algunas de las nuevas normas se incumplen más que otras (la supresión de la tilde en *solo*, la del punto de los millares en las cifras, la eliminación de algunas mayúsculas como las de *rey* y *papa*...). Aunque suelen argumentarse razones técnicas o de claridad, se trata más bien del apego a normas, reales o no, interiorizadas previamente. Hay cambios que tardan una generación en ser adoptados por los hablantes.

2. Los libros de estilo siguen teniendo sentido

- Los libros de estilo de los medios siguen teniendo sentido: los ayudan a dotarse de una voz propia, marcan preferencias cuando hay varias posibilidades admisibles, iluminan las zonas grises de la norma, ayudan a interpretar las grandes obras académicas, que en ocasiones son complejas... En resumen, adaptan la norma general a las necesidades de cada medio.

3. Los libros de estilo no pueden estar en un altar

- En demasiadas ocasiones, los libros de estilo se quedan en las estanterías y se consultan poco.
- Hay que lograr que sean orgánicos, que formen parte de la cultura de la redacción.
- Para ello es conveniente que su confección sea colaborativa, que sus decisiones estén explicadas y que se recuerden y revisen sus pautas regularmente.

4. Los manuales de estilo pueden ser útiles para el público

- Los manuales de estilo más generales, dirigidos a un público amplio más allá de los límites de las redacciones, tienen utilidad en esta época en la que cada ciudadano es un medio capaz de comunicar y busca orientación para expresarse correctamente.

5. Los libros y manuales de estilo deben adaptarse a los nuevos tiempos

- Profesionales y público necesitan herramientas útiles, ágiles y rápidas, que no solo miren a la edición tradicional en papel, sino a los muchos retos de estilo que plantea la escritura digital.
- Los libros y manuales de estilo deben contemplar que los contenidos creados para internet responden a una pautas de escritura y lectura adaptadas a las pantallas y en las que no solo se escribe para personas, sino también para robots, especialmente para los buscadores.
- Los manuales deberían ir a quien escribe sin esperar a que quien escribe vaya a los manuales. Para consultar hay que plantearse una duda que, a veces, ni siquiera surge. Los nuevos manuales deberían ser sistemas integrados en los programas de edición que alertaran al escritor, que le adviertan sobre posibles errores y le sugieran posibilidades y alternativas mientras escribe.

6. Eliminar y adelgazar los sistemas de edición y corrección de los medios compromete su calidad

- Además de libros de estilo, los medios necesitan correctores, asesores lingüísticos o editores profesionales que revisen el producto final.
- Lo ideal sería dotar a los medios de unidades de vigilancia capaces de detectar y atajar errores frecuentes.
- Por el contrario, los medios tienden en los últimos años a adelgazar e incluso a eliminar los controles profesionales y lingüísticos, lo que redundará en el aumento de errores, erratas, malos usos...

7. Los correctores hacen mejores escritores y periodistas

- Libros de estilo y correctores-asesores lingüísticos profesionales son complementarios. Los segundos recurren a los primeros, los consultan y aplican.
- El autor suele ser el peor corrector de su propio texto. Se necesita un ojo entrenado (para detectar), imparcial (no implicado en el texto) y conocedor de los recursos (como los manuales de estilo).
- La relación entre corrector y redactor ha de ser de confianza. Un buen corrector hace mejores redactores.
- La labor de estos profesionales de la calidad del texto es accesible y asequible y, en un mundo en el que todos somos o podemos ser medios, deberá estar presente en ámbitos donde hasta ahora apenas lo ha estado: blogs, autoedición...
- La existencia de correctores automáticos y sistemas de redacción asistida no convierte en innecesaria la labor de los correctores ni de los asesores lingüísticos. Estos sistemas ayudan a ejercerla de otra manera, orientada siempre hacia una mejor comprensión del texto.
- La corrección aporta seguridad y confianza a los periodistas y calidad a los textos finales.