



# Estilo para escritores científico y técnicos

Manuel Calvo Hernando

Periodista profesional, Dr. en Ciencias de la Información y autor de una treintena de libros sobre estos temas.

A pesar de los manuales de estilo de algunos medios informativos, se percibe una carencia de textos que, desde esta perspectiva, aborden algunas de las cuestiones básicas para escribir sobre ciencia y tecnología. Este trabajo tiene, dentro de su brevedad, y el propósito de llamar la atención sobre el problema y proponer algunos instrumentos para escribir sobre estos temas de modo que puedan atraer la atención del público.

Debemos recordar, antes de empezar, que el concepto de Comunicación Científica Pública (CCP) abarca el conjunto de actividades de comunicación que tienen contenidos científicos divulgadores y destinados al público no especialista. La CCP utiliza técnicas de la publicidad, el espectáculo, las relaciones públicas, la divulgación tradicional, el periodismo, la enseñanza y otras. En cambio, excluye de su campo, como es lógico, la comunicación entre especialistas y la enseñanza. El Periodismo Científico es una rama de la CCP y su acción va orientada hacia la información científica y tecnológica en los medios de comunicación.

Para el profesor Pierre Fayard (Universidad de Poitiers), la CCP –que en su definición en castellano sería CPCT (Comunicación Pública sobre Ciencia y Tecnología)– se inserta en el conjunto de las industrias culturales, dentro del movimiento generalizado de profesionalización y rentabilización de las actividades de comunica-

ción. Una sociedad informada es capaz de tomar mejores decisiones y muchos de sus individuos pueden capacitarse a sí mismos para ayudar a sus conciudadanos en este tipo de trabajo, con la única condición de que lo hagan con gusto.

Hoy contamos ya con literatura sobre cómo explicar los temas difíciles en los medios informativos y especialmente en la prensa escrita. No obstante, debe tenerse en cuenta que, a la larga, escribir bien depende de cada uno y que para conseguirlo sin imprescindibles dos tipos de acciones: leer y escribir todo lo posible.

En los últimos años, los libros de estilo de medios informativos han experimentado un gran crecimiento, por su utilidad para que los redactores y colaboradores dispongan de un conjunto de normas a que atenerse en su trabajo para alcanzar cierta uniformidad formal en la producción de textos, ahorrar espacio y preparar los originales según lo prescrito. La mayoría de los libros de estilo incluye normas sobre ortografía, puntuación, uso de mayúsculas, abreviaturas, ordinales, etc. Suelen denominarse Libros o Manuales de Estilo y pueden adquirirse en librerías o en las sedes de los propios medios. Son aconsejables también para quienes no se dediquen al periodismo activo, sino a la colaboración, la redacción de artículos para revistas profesionales y también a escribir folletos, manuales de instrucciones o libros para explicar algo al público.



La Agencia Reuter elaboró uno de los mejores libros de estilo y en idioma español debe elogiarse la tarea que viene realizando el Departamento de Español Urgente de la Agencia informativa EFE.

## CONSEJOS DE LOS EXPERTOS

Charles McDowell, que fue corresponsal en Washington del *Richmond Times-Dispatch*, orientó a cientos de escritores que publicaban en periódicos. Sus sugerencias principales son:

1. Escribir el texto como si se lo estuviera contando a un amigo.
2. Deben darse detalles, describir el escenario y evitar ser indirecto.
3. No tengamos miedo de poner algo de nuestra personalidad en el trabajo y de vez en cuando, atrevámonos a usar la primera persona. Pero no hay que pasarse.
4. Relajamiento. Escribir es un trabajo difícil, pero no tiene por qué ser frenético.
5. Simplificación. El medio de redacción más simple es la oración declarativa. Escribamos con oraciones directas, pero no todas y no muchas seguidas, porque en ese caso el texto resultará monótono.
6. Si quiere asombrar, no exagere; al contrario, diga menos de lo que pretende.

Al poner el punto final al trabajo, no hemos acabado de escribirlo. Como el pintor, el escritor (en el sentido del que escribe, no del académico de la Lengua o del novelista) ha de añadir también unos toques finales. Son muy pocos, o muy experimentados, los periodistas y escritores que pueden entregar el trabajo sin haberlo repasado –incluso más de una vez–, eso que los procesadores de textos han facilitado de modo espectacular.

Hay que prestar suma atención a los defectos de escribir, para no caer en ellos: las redundancias (“lo ví con mis propios ojos”, “planificación previa”, “hechos verídicos”, “requisitos necesarios”, etc.), la oscuridad en la expresión (ambigüedad, brevedad, orden), y otros que no es posible indicar aquí, porque no es este el tema de mi trabajo.

## ALGUNAS NORMAS PARA DIVULGAR EL CONOCIMIENTO

Hablo de normas y no de reglas, porque las primeras pueden admitir distintas interpretaciones y ser observadas de modos diversos, lo cual no ocurre con las reglas.

Aunque no sea hecho por periodistas –y con frecuencia no lo es, ni es necesario que lo sea–, un trabajo de divulgación científica o tecnológica debe tratar de cumplir los requisitos exigidos habitualmente en los medios informativos. No entro aquí en su descripción pormenorizada, ni sería ese nuestro objeto. Me limito, pues, a un breve repaso:

- El arte de divulgar tiene sus técnicas e incluso sus recetas, que provienen del arte de escribir claramente, lógicamente, sencillamente. Para Pierre de Latil y algunos otros, la divulgación es un género literario, y hoy tenemos la prueba con sólo echar un vistazo a cualquier librería y a los catálogos de algunas editoriales. Una parte importante de la producción editorial, dentro y fuera de España, consiste en la divulgación de temas científicos actuales, generalmente a cargo de científicos.
- Prestar atención a los niveles de los receptores de estos mensajes: científicos, personas cultivadas, público en general y estadios intermedios, que varían según los países y las sociedades.

Cada uno de tales niveles exige una determinada gradación, tanto en la exposición y en los razonamientos, como en el lenguaje. Y cada uno de ellos está en función de las características generales de los destinatarios de cada tipo de divulgación y depende de cada sociedad y de cada tiempo.

- Empezar por el final. Primero la conclusión y después las explicaciones. En realidad, se trata del “lead”, o entradilla, utilizado habitualmente por los periodistas.
- La anterior no es una norma general. También puede empezarse exponiendo un hecho curioso, anecdótico o asombroso, aunque no sea un resumen del trabajo. Y en todo caso, es positivo utilizar metáforas y ejemplos, que con frecuencia aclaran al lector las ideas más que la explicación exhaustiva.
- Tener en cuenta que la unidad de la materia (no es útil mezclar temas distintos en un mismo trabajo,



salvo cuando sea estrictamente necesario) no debe confundirse con la monotonía (José Reis).

- Un título sugestivo puede, en ciertos casos, hacer las veces de “lead” o introducción.
- Utilizar los tres recursos del periodismo: 1. La pura información. 2. La documentación complementaria. 3. La opinión, informada y documentada.
- Tener presentes los aspectos humanos del hombre de ciencia o del tecnólogo y también del descubrimiento sobre el que se informa.
- Procurar no decir “esto es demasiado complicado”. Equivale a llamar tonto al público.
- Contar una historia hilvanada en lugar de revisar solamente los experimentos más relevantes que se quieran difundir (Bridgeman, 1988). Esto necesita a veces del empleo de técnicas útiles para captar la atención del público, como la sorpresa, el misterio, el “suspense”, el humor, las curiosidades, etc.
- Debe evitarse ese vicio tan común en los malos escritores, conferenciantes y predicadores: generali-

zar las primeras consideraciones cuando no se tiene nada más que considerar.

- Aunque no pueda definirse, y haya de ser una conquista individual de cada escritor, el ideal del estilo para difundir el conocimiento es crear “esas frases por las que se penetra de golpe en el corazón del tumulto” (Duby, 1991).

Además de estas normas y recursos, en la divulgación científica y tecnológica son útiles otras posibilidades ofrecidas por el lenguaje, como la metáfora, la hipérbole, la analogía, la transposición, la parábola, la ironía. Debe tenerse en cuenta que a veces estas clasificaciones tienen propósitos didácticos y pueden no responder a la realidad, ya que en unos casos se solapan (como les gusta decir a los ingenieros) y en otros son tan tenues las diferencias y los límites que pueden confundirse y en ocasiones ser conceptos equivalentes.

En resumen, estos son los requisitos que debemos tener en cuenta para realizar cualquier tipo de texto escrito destinado al público: corrección lingüística, claridad conceptual y, sobre todo, la armonización, el equilibrio, de los factores implicados.