

LA RESPONSABILIDAD DEL DISEÑO GRÁFICO Y DISCIPLINAS ASOCIADAS EN LA DEFENSA DE LA IDENTIDAD Y CALIDAD DE LA LENGUA ESPAÑOLA

Jorge Pradella (*)

Objetivos

1. Buscar una toma de conciencia por parte de los profesionales del diseño gráfico y disciplinas asociadas, acerca de la responsabilidad que deben asumir en la defensa de la identidad y calidad de la lengua española.
2. Estimular el intercambio de opiniones con el fin de encontrar posibles parámetros de pertinencia en el uso de la lengua en el proceso del diseño gráfico y disciplinas asociadas.
3. Detectar los niveles de influencia que producen los objetivos comerciales, de mercado, la colonización idiomática, los neologismos profesionales, entre otros.
4. Aportar material teórico para fortalecer las bases de una convivencia armoniosa entre la libertad de creación y el respeto por las normas que regulan la ortografía de la lengua española.

CUERPO A

Descripción del proyecto

Tema de investigación

Relación discursivo-dialéctico-normativa entre los procedimientos del diseño gráfico y las disciplinas asociadas, con el buen uso de la lengua española.

HIPÓTESIS

El diseño gráfico y las disciplinas asociadas, como actantes en la comunicación pública y productores de circulante simbólico, juegan un rol responsable en la defensa de la identidad y calidad de la lengua española.

DESCRIPCIÓN DEL PROYECTO

La tipografía y los campos visuales que generan los textos son una herramienta esencial en la labor del diseñador gráfico, así como también herramienta *sine qua non* para muchas otras disciplinas asociadas. Entonces podría ser grande la tentación, durante la instancia creativa, de servirse de los recursos lingüísticos desoyendo las normas que los regulan. El comunicador se nutre de numerosas artes visuales y, en apariencia, podría pensarse que esa comunión lo habilitaría para beneficiarse con las llamadas licencias artísticas. No es tan fácil. La comunicación profesional, desde un principio, asumió — voluntaria o no tan voluntariamente— un rol en la sociedad que limita seriamente su capacidad de servirse de dichas licencias. Las disciplinas relacionadas con la comunicación atraviesan dramáticamente a la sociedad en todos los sentidos. Son producto de la cultura y productoras de cultura. Respecto de este tema, la *Ortografía de*

* Para mayor claridad del texto, en adelante se usará el término comunicador o profesional de la comunicación, en representación de todas las otras disciplinas asociadas (publicidad, redacción, dirección de arte, etc.). Dichas disciplinas se detallan en el cuerpo B, ítem "Encuadre académico".

la lengua española, versión 2010, dedica un párrafo en el apartado 5 del capítulo IV (pág. 515), que parece importante transcribirlo casi en su totalidad, ya que se enfoca directo a la actividad del diseño gráfico, de la publicidad y otras actividades asociadas. Es el que sigue:

Existen ámbitos especiales, como la publicidad o el diseño gráfico, en los que, al igual que ocurre en el lenguaje literario, no sólo es relevante la información que se transmite, sino también la forma o apariencia del mensaje. Se busca, con ella, llamar la atención del receptor —para asegurar así la eficacia del acto comunicativo— o, simplemente, producir un efecto estético o artístico. Para conseguirlo, los publicistas y los diseñadores gráficos emplean todos los recursos lingüísticos y gráficos a su alcance (figuras retóricas, juegos de palabras, clases de letras, colores, tamaños, etc.) entre los que cumple un papel no menor el desvío o la transgresión de las normas que regulan el uso común del lenguaje [...]. En general, estos usos desviados, siempre que se apliquen con sentido y medida, son admisibles como recursos expresivos o estilísticos, pero conviene tener presente que su utilización abusiva e indiscriminada puede crear desconcierto e inseguridad en los hablantes en relación con la norma ortográfica. Se recomienda, por ello, sopesar bien antes si el fin buscado compensa los posibles perjuicios causados a la herramienta lingüística.

Este párrafo no es nada sorprendente, habida cuenta de que la relación de las disciplinas de la comunicación con la lengua exceden largamente la mera ubicación de bloques de texto, indicaciones, memorias, racionales creativos, rótulos o similares, como si fueran meros objetos, según las necesidades creativas. ¿Existe un conocimiento cabal de este compromiso?

Es sabido que, en algunos casos, el discurso lingüístico adquiere un peso fundamental en una pieza de comunicación, asumiendo el rol de transmitir información referencial. En otros casos el contenido lingüístico opera como anclaje y ocupa un lugar no menor, pero subsidiario, cediendo protagonismo a la imagen. En otros casos, en disciplinas tales como la arquitectura o el diseño industrial, no sólo se sirven de planos, croquis, imágenes en tres dimensiones, sino que también necesitan del contenido lingüístico, que lleva a cabo el papel de transmisor de los procesos intelectuales, procesales y creativos que dieron como resultado la pieza final. Ahora cabe la pregunta: ¿Es siempre el comunicador el productor de esos textos? ¿No debería, en el caso de que no sea el comunicador el responsable de los textos, recibirlos debidamente corregidos y operar con ellos tan sólo como un elemento más? ¿O debe existir la responsabilidad de una lectura crítica del material?

Este trabajo de investigación pretende ahondar en estos y otros interrogantes para intentar demostrar que en todos los casos, el ceñir el texto lingüístico a las normas ortográficas y sintácticas, no condiciona el logro de productos de comunicación creativos, con pregnancia y eficaces.

CUERPO B

A. **Encuadre académico**

Este trabajo pretende alcanzar a estudiantes, docentes y profesionales del diseño gráfico y disciplinas afines, a redactores y creativos publicitarios, directores de arte, así como también la importante figura del comitente, que interactúa en forma permanente con el trabajo de estos profesionales.

En cuanto a cuáles serán las carreras que se beneficiarán con el resultado de esta investigación, pareciera necesario dividir las en dos grupos: a) aquellas que trabajan comunicando en forma directa a través de la palabra y de la combinación de la palabra con la imagen, y b) aquellas que trabajan la comunicación a través de objetos, eventos, dirección conceptual u otro tipo de productos o servicios que no combinen la palabra escrita con la imagen.

A saber, y sin agotar la lista:

a) Diseño gráfico, diseño *web*, diseño de historietas, diseño de imagen y sonido, diseño de imagen empresaria, diseño de empaque, diseño editorial, comunicación audiovisual, guión de cine y televisión, creativo publicitario, relaciones públicas, publicidad, marketing de la moda, negocios de diseño y comunicación,

b) Las disciplinas de esta lista necesitan muchas veces de textos subsidiarios que apoyen el producto final, esta realidad obliga a la redacción de manifiestos, memorias creativas, racionales, carpetas de presentación, manuales, planos y carteles, por citar algunos pocos materiales adyacentes al trabajo central. Las disciplinas son: armado de vidrieras, diseño de espacios comerciales, decoración de interiores, diseño de interiores, diseño de joyas, diseño de mobiliario, diseño textil y de indumentaria, dirección de actores de cine y televisión, dirección de arte de cine y televisión, licenciatura en dirección cinematográfica, asistente universitario en dirección teatral, licenciatura en dirección teatral, escenografía, vestuario, diseño fotográfico, licenciatura en fotografía, técnico en moldes y confección de indumentaria, organización de eventos, organización de torneos y competencias, producción de modas, producción musical.

B. **Área de pertenencia**

El área de pertenencia tiene relación con la pedagogía de las asignaturas relacionadas con el diseño y la comunicación. El proyecto tendrá impacto transversal en otras áreas, ya que se centra en el correcto uso de la lengua española, insumo central en toda disciplina profesional y académica.

C. **Presentación del proyecto**

Fundamentación

La necesidad de la escritura de este ensayo nace a partir de la verificación de numerosos errores ortográficos detectados en piezas de comunicación sobre diversos soportes gráficos o sucedáneos: avisos en revistas y diarios, afiches de vía pública, folletos, Internet, portadas de libros, entre otros. Todas estas formas de comunicación revisten, en menor o mayor medida, alta exposición pública, y en algunos casos operan como

legitimadoras de determinados vocablos, frases, discursos, *estilemas*¹ y construcciones gramaticales, lo cual los habilita como fuentes de producción de circulante simbólico. Y no se trata de un tema emergente: el error ortográfico es parte de la lengua y —de más está decirlo—, de la falibilidad inmanente al ser humano que la usa. Nadie se encuentra libre de cometer un error ortográfico.

Y esto, por supuesto, incluye al que escribe estas líneas.

Escribir en forma correcta la lengua española, o cualquier otra, requiere de una gran concentración, una gran memoria o, carente de memoria, la posibilidad de acceder a la correcta bibliografía de consulta en el momento indicado, lo cual, a su vez implica saber en cuál parte de esa bibliografía buscar. Sin intentar liberar de responsabilidades a nadie, es muy probable que los creadores de las piezas de comunicación que son el centro de esta investigación exploratoria (las que tienen algún desliz ortográfico), perdieran un poco su concentración, confiaran demasiado en su memoria y pudieran no contar con la bibliografía adecuada en el momento de la producción de su trabajo. Dudaron. De seguro lo hicieron, pero decidieron no corregir porque no pudieron, no quisieron o no supieron: nadie puede ignorar que muchas veces, sino todas, se trabaja a presión, con tiempos irreales que llevan a que no se hagan efectivos los controles necesarios, las relecturas de rigor y las verificaciones que prescribe la prudencia profesional más elemental.

En definitiva, y por la razón que fuera, el error producido logra superar todos los anticuerpos del sistema, se cuele y llega al lector, al público. Pero ¿se trata de un error? Experiencias personales indican que no, que no se trata de un error. Un texto de un afiche, de un aviso gráfico, de la tapa de un libro no admite errores. Por lo tanto, no hay error. La consagración que los profesionales encargados de escribir esos vehículos de comunicación revisten entre el público, producen la sensación de que *no pueden* cometer errores de ortografía. Son expertos a la hora del uso de la lengua, se les paga por escribir. El público los ha canonizado y confía en que lo escrito por ellos en diarios, revistas y afiches de la vía pública no puede contener errores. La popular frase “lo vi escrito en el diario” es por demás elocuente. No puede haber error, entonces, y los usuarios pedestres —o no tanto— de la lengua escrita, se sienten confiados al escribir, se sienten seguros porque escriben como lo ven en los medios de comunicación en todas sus expresiones, en esos espejos de la perfección del uso de la lengua escrita. Se sienten habilitados a escribir como escriben los medios de comunicación. Y no se los puede responsabilizar.

Esta situación anómala es un vaciamiento lento y casi imperceptible de los cimientos de la identidad de la lengua de cualquier comunidad. Si la gente común lee en el ámbito público piezas de comunicación con errores ortográficos, y no cuenta con herramientas propias para detectar y desarraigar dichos errores, actualiza su diccionario interno con datos viciados, sin importar el nivel de instrucción. La penetración que tiene la comunicación masiva es tan poderosa, que anula, en muchos casos, la capacidad de percibir el error. Y esto ocurre porque a diario se tiene la sensación —por otro lado nada equivocada—, ya enfatizada más arriba, de que en los medios *no puede* haber errores ortográficos. Pero los hay, y las pruebas serán presentadas en el cuerpo del trabajo. Y la preocupación que fundamenta este ensayo tiene base en esa imbricación inquietante que

1 Estilema: neologismo que designa la existencia de ciertos estilos que por su profunda inserción en el conocimiento popular, se han transformado en signos que identifican a una determinada corriente estética o de pensamiento, a un autor o personalidad.

se produce entre la escritura del público y la redacción de los profesionales de la comunicación. Pero, escribir y redactar, ¿no es lo mismo? No es tan así. Existe una sutil diferencia, desde lo etimológico y desde el uso cotidiano de los dos términos. Según la primera acepción del DRAE (Diccionario de la Real Academia Española), /escribir/ proviene del latín *scribĕre* y significa “representar las palabras o las ideas con letras u otros signos trazados en papel u otra superficie”. Y también según el DRAE, /redactar/ viene del latín *redactum*, supino de *redigĕre* (compilar, poner en orden) y significa “poner por escrito algo sucedido, acordado o pensado con anterioridad”. No se hace tan difícil establecer las diferencias: en un caso se trata simplemente de representar palabras y en el otro de ordenar y poner por escrito algo ya pensado. Todos los seres humanos escriben, sólo que algunos tienen como trabajo, además de escribir, redactar. Y mal que les pese, son responsables de transmitir mensajes escritos de acuerdo a las normas ortográficas de la lengua española, que no son fruto de un capricho o de un ejercicio de hegemonía: provienen de años, siglos de vigilancia y estudio. Ocurre que estos profesionales son parte también de un público lector, observador de avisos, que transita la calle, y existe la posibilidad —por cierto nada alejada de la realidad— de que se vean contaminados por estos usos a veces demasiado liberales de la lengua escrita, y tan peligrosamente naturalizados. Y es en este último concepto, el de la naturalización del error, sobre el que se apoya toda la intención del trabajo, que buscará aportar elementos para desactivar —o por lo menos intentar— la creciente naturalización de los deslices ortográficos, que se cuelean incluso en prestigiosos ámbitos profesionales y académicos. Desactivar, se decía, una naturalización que es hija de una opinión hegemónica (todas las naturalizaciones son vástagos de posturas hegemónicas), que es descendiente a su vez de una cierta relajación, una cierta comodidad. Comodidad que tal vez busca evitar el conflicto que supone perforar la superficie y entrar en un universo de descubrimientos que vulneren determinados paradigmas de seguridad. Y esta búsqueda de perforar la superficie es uno de los fundamentos inmediatos de este ensayo. Y tiene uno más material, y más humildemente ambicioso: aportar, desde el más absoluto respeto, material para llamar la atención, para inquietar y producir, como aspiración máxima, la autocrítica en el manejo de la lengua escrita y posterior auto-vigilancia, tanto en los profesionales y docentes en actividad, como en los estudiantes que recién comienzan sus carreras. El otro fundamento, el de más largo aliento, tiene que ver con crear una conciencia de pertenencia a una comunidad lingüística, y de esa manera, reavivar o despertar en los profesionales y docentes de las disciplinas de la comunicación, el rol de preservadores, de defensores de la identidad y calidad de la lengua española.

Tipología

Este trabajo, en esencia, se trata de una exploración en el medio profesional desde la óptica de sus producidos, vale decir, de las piezas terminadas y colocadas en los vehículos correspondientes. Se tuvieron en cuenta todos aquellos soportes, independientemente de sus objetivos (publicidad, promoción o propaganda) que contuvieran un mensaje lingüístico central o subsidiario. Tendrá influencia en lo pedagógico, ya que apunta a llamar la atención no solo a los profesionales y docentes de la comunicación, sino también a los estudiantes. Desde la didáctica, se espera que abra un canal extra de atención que trascienda los cánones valorativos centrados en la propia disciplina curricular, esto es: que los profesores agreguen, en forma natural, la mirada

crítica sobre la ortografía. Se da por descontado que ese control se lleva a cabo, pero quizá no como uno de los renglones específicos, sino como un extra de atención que el docente aplica en la corrección de los trabajos de los estudiantes. En una palabra: se apunta a que el docente incorpore la ortografía como elemento componente de la calificación de los trabajos, de la clase y de la planificación.

Necesidad que cubre

Aquellos profesionales que se dedican a la enseñanza de la comunicación a través de la escritura en sus múltiples facetas o producen obras relacionadas con el ensayo, la investigación o similares, cuentan a la hora de llevar a cabo su tarea, con los diccionarios y otros materiales que edita la Real Academia de la Lengua Española y otras entidades habilitadas. Por método, todas sus producciones se llevan a cabo con ese material de consulta sobre el escritorio o en la pantalla. Dudas, inseguridades y planteos de todo tipo tienen respuesta concreta en la bibliografía. Por hábito se recurre a diccionarios, manuales, digestos, actualizaciones y se navega por ellos con total comodidad. Existe una familiaridad, una naturalidad de uso y una confianza dada por la repetición, la costumbre, por la estrechez del vínculo y por las obligaciones de la disciplina.

Ahora, cuando se habla de profesores o profesionales de la comunicación que se manejan con la lengua en forma subsidiaria a sus tareas centrales, pareciera faltar un órgano de consulta más dinámico, menos distante, menos árido. Más dinámico porque tenga que ver con el acceso inmediato y cotidiano a un material de consulta integrado por los aportes de profesores y profesionales en actividad pertenecientes a una misma comunidad. Menos distante no porque no se trate de libros —benditos sean—, sino porque se trate de personas que pueden reunirse y entrar en interacción, compartir inquietudes y pareceres, conocimientos y dudas. Menos árido porque se pueda situar la duda. Y aquí parece ubicarse el quid de la cuestión: los diseñadores y otros profesionales se relacionan con el texto escrito como un elemento más a tener en cuenta, pero en muchos casos no se trata del componente capital, central. Un diseñador gráfico, por ejemplo, valora al texto más como objeto que por el discurso que contiene. Se relaciona con la lengua, pero no necesariamente es un experto dedicado a la lengua, con las muchas excepciones que de seguro habrá. Este profesional de la comunicación se relaciona con la lengua porque la pone en situación compartida, la hace llegar a la comunidad: la instala en situación de exposición. Sin embargo, y a riesgo de caer en un peligroso reduccionismo, se puede decir que el diseñador se dedica a diseñar. Ha sido formado para diseñar. Sin embargo, necesita un adecuado manejo de la lengua para poder, liberado de las dudas lingüísticas, dedicar todo el potencial a sus tareas específicas. Porque muchas veces el texto viene armado, pero en otras ocasiones, es el mismo diseñador quien debe lidiar con esa producción.

El trabajo más adelante encarado supone un primer paso para lograr una suerte de foro permanente de discusión que permita la actualización, así como también la provisión de una referencia, de un faro y guía en el momento de la duda a cualquier profesional relacionado con la comunicación. Sería pretencioso hablar de un manual, sin perjuicio del mismo, o más que pretencioso, atentatorio contra la misma naturaleza de la búsqueda, ya que producir un manual supondría volver sobre los pasos: escapando de los manuales se terminaría escribiendo uno.

No se pone en tela de juicio la capacidad en el manejo de la lengua escrita de los profesores y profesionales, pero nadie —quien escribe el primero— puede decir que se encuentra libre de dudas. Docenas de veces ante la pregunta del estudiante, surge la inseguridad (por cierto la sana inseguridad del profesor que no se erige en dueño de la sabiduría), la duda, la zozobra de no tener la respuesta justa respecto de un tema ortográfico, sintáctico, ortológico o semántico. Claro que existen diccionarios en línea, herramientas para instalar y demás recursos que se encuentran al alcance de cualquier persona con un mínimo manejo de la computadora. Pero ¿y el contexto de producción? ¿Y la capacidad de situar la duda y trabajar en función de lo pragmático? ¿Es igual la duda de un diseñador de indumentaria que la de un director de arte? ¿O un redactor? Los diccionarios son manuales, listados, mejores o peores, pero no piensan, no analizan, no interactúan, no valoran, no tienen punto de vista ni desafíos creativos. Considero de máxima utilidad contar con una entidad desburocratizada, cercana y confiable en donde recalar para despejar la duda. Un grupo de personas que en forma permanente agreguen información y produzcan un estado de sana vigilancia, de ninguna manera una suerte de *macarthismo* entre pares, sino un monitoreo constante del ambiente, que vaya alimentando la base de conocimiento específico a la profesión de comunicadores y construya, paso a paso, un marco referencial que aporte respaldo y seguridad. Así será posible mejorar el uso de la lengua escrita desde los trabajos profesionales hasta las planificaciones mismas, primer acercamiento de la cátedra con el estudiante, primer contacto que debe impregnar de suficiencia el resto de la relación. De otra manera: ¿Cómo poder transmitir solvencia si desde el arranque, una planificación tiene errores? Errores producidos tal vez por cuestiones ya mencionadas en la fundamentación de este trabajo, errores tal vez menores, y justamente por eso más susceptibles de ser erradicados. El manejo de la lengua en el ámbito académico y profesional debe tender a la perfección, a la excelencia y es un objetivo alcanzable en la medida de que se lo encare como comunidad y no como esfuerzos, valiosos en sí, pero individuales y aislados.

Descripción pormenorizada

La tendencia profesional que este trabajo afecta en forma directa es de una amplitud significativa. El uso respetuoso de la lengua se ve relacionado con todas las actividades humanas: desde la esquila pegada en la heladera hasta una novela, desde un *graffiti* hasta una declaración jurada. Sin embargo, existen determinadas actividades sociales que desde todo punto de vista deben asumir un especial cuidado a la hora del uso de la lengua escrita. Existen disciplinas cuyos productos escritos alcanzan valor legal y pueden modificar seriamente el curso de una vida o de una comunidad. Una sentencia judicial, una declaración de bienes, un testimonio, un manual de instrucciones, un protocolo de ensayo, pueden, aplicada mal una coma o una tilde, variar sensiblemente en su significado, y como consecuencia en sus efectos. El respeto de la ortografía no se trata de un capricho o un exceso de sensibilidad. En el curso de este trabajo se verificará que la ortografía, como parte de un sistema solidario, que es la lengua, juega un rol central.

En este mismo párrafo se mencionaron productos escritos en relación con disciplinas que requieren una precisión en el lenguaje que llega a extremos de muy alta sensibilidad: el derecho, la tecnología, las ciencias médicas. Los errores en estos casos tienen consecuencias muy graves. Y los errores de ortografía son los más peligrosos, ya que no siempre son de fácil detección y en muchos casos su análisis resulta complicado: existen

palabras que se escriben exactamente igual y su relación con el resto de un enunciado variará mucho con la ausencia de una tilde, pero puede ocurrir que el enunciado conserve sentido. Es bastante sencillo determinar que falta una palabra en un escrito del derecho: la ausencia marcará alguna anomalía, inicialmente desde lo sintáctico, y muy pronto desde lo estrictamente legal. En cambio la falta de una tilde no hará variar la validez sintáctica de “llego tarde” con respecto de “llegó tarde”. Requerirá un análisis semántico y pragmático para determinar cuál es la palabra que aplica, si la tildada o la que no. Parecería tentador asumir que las disciplinas asociadas a la comunicación —cuando no se encuentren al servicio de otras disciplinas (derecho, medicina, etc.)—, no producirán perjuicios graves a los destinatarios lectores de un producto con faltas de ortografía. Un aviso publicitario con faltas de ortografía no hará que alguien cometa un error que ponga en riesgo su seguridad. Como mucho, podrá esperar algo de un producto o servicio que nunca recibirá. Nada demasiado grave. Y desde algún punto de vista es cierto. Sin embargo, existe un ámbito en el cual la comisión de errores ortográficos producen un daño acumulativo: la identidad de la lengua. Y para abonar el escepticismo, se puede volver a argumentar que la identidad dañada de la lengua española no modificará demasiado las vidas de sus usuarios. Y es cierto, por lo menos en el corto plazo, pero desde una visión prospectiva, el daño puede afectar a la capacidad de comunicación de la comunidad que comparte la lengua. Existe una razón de peso: las disciplinas más ligadas a la precisión en el uso de la lengua escrita por lo general producen discurso para pares, vale decir, un abogado escribe para otro abogado y un ingeniero que escribió un manual de procedimiento de una planta, lo hace para otro ingeniero. Por lo general no producen circulante simbólico ya que manejan una comunicación restringida, limitada a pares o a personas idóneas en aquellos discursos. Los profesionales ligados a la comunicación, en casi su mayoría, se dirigen en forma masiva a públicos indeterminados. Un afiche en la vía pública, si bien contiene una estrategia de comunicación que ha seleccionado con mayor o menor precisión una audiencia objetivo, aparece en la calle, expuesto a la lectura de quien quiera que pase frente a él. Forman parte del paisaje urbano y no pueden (ni tampoco lo buscan) discriminar quién lo lee y quién no. No se trata de comunicación restringida, por el contrario, su cometido, su razón de ser, su esencia tiene que ver con alcanzar, con la mayor potencia, a la mayor cantidad de personas posible. Y en un afiche se ven involucrados redactores, directores de arte, diseñadores gráficos, fotógrafos, ejecutivos de cuenta, de medios, de producción. Todos esos profesionales manipulan una pieza que desde su concepción tiene el destino de producir circulante simbólico, ya que la cultura es una construcción de doble vía: es construida por sus actores —emisores y receptores, llevando al extremo de la reducción a las partes involucradas en la comunicación— y construye a esos mismos actores. Esto se traduce en una realidad: los profesionales de la comunicación alimentan esta relación de construcción mutua, por lo tanto, al no llevar a cabo un manejo prolijo de la lengua están produciendo a los profesionales futuros que se harán responsables de continuar el ciclo. El empobrecimiento de la lengua, en estas condiciones, es silencioso y lento, pero no se detiene. Claro que al mismo tiempo se puede decir que muchos profesionales relacionados con la comunicación también producen discursos de circulación restringida. Por tomar un ejemplo: un diseñador industrial difícilmente haga llegar al público los racionales o memorias creativas. De seguro estos circularán en un ámbito limitado por los comitentes o en todo caso por sus pares, sin embargo, es muy probable que dicho

diseñador se vea involucrado con la confección de folletos (pongamos el caso de que se trata del diseño de un teléfono celular) asociada con el objeto. ¿Debe o no intervenir ante el descubrimiento de una falta de ortografía? Desde lo estrictamente disciplinar, no. Un diseñador industrial no se ocupa de producir textos correctos, es cierto, pero si cuenta con los elementos para evaluar uno, tiene la oportunidad de producir un aporte, ya que el manual de instrucciones llegará al público. Sin ir muy lejos, y en mi devenir profesional enfrenté muchas veces el caso: un diseñador gráfico se relaciona con el texto desde lo morfológico, desde su ubicación entre muchos otros objetos que forman parte de una pieza visual. Por lo tanto, ¿tiene obligación, habida cuenta de los exiguos tiempos de trabajo, de revisar la ortografía del texto que aplicará a un diseño? Desde lo estrictamente disciplinar, no. Y se pueden multiplicar los ejemplos. Por eso es que este trabajo afecta en forma transversal a una multiplicidad de disciplinas relacionadas con la comunicación. ¿Cómo determinar entonces a cuál disciplina involucra más? La respuesta es a aquellas que entran en contacto con el texto que al corto o largo plazo llegará a públicos masivos. ¿Y los estudiantes? Los estudiantes no son otra cosa que la materia que se encuentra en la fragua esperando darse a sí misma la forma final. Son los que producirán el circulante simbólico del que hoy son consumidores. Son la oportunidad. Por eso este trabajo no apunta solo a los profesionales, a los profesores, actores del cambio. Apunta a los estudiantes porque sus fallas pueden ser detectadas antes de que se enquisten, antes de que pasen a formar parte de sus paradigmas, de que desaparezcan en la costumbre, en la comodidad. Los estudiantes deben asumir que tienen una responsabilidad en la preservación de la identidad de la lengua y que esa responsabilidad afecta en forma directa a su labor profesional.

Desarrollo del ensayo

Resumen

Es sabido que la lengua escrita y la imagen son las materias primas de la comunicación moderna. En infinitas combinaciones, estos dos elementos componen todo lo que el ser humano construye a la hora de transmitir un mensaje, sea o no comercial. En esta interacción pueden surgir conflictos entre los objetivos del comunicador —entendido este término como todo aquel profesional que piensa un mensaje que establecerá un nexo entre un referente y una audiencia— y el uso correcto de la lengua, traducido esto en un buen manejo de la ortografía en todas sus dimensiones. Este trabajo tratará de definir, explorando trabajos reales, cuáles son los límites de esta relación entre la palabra escrita y la imagen, y hasta qué punto es posible eludir las reglas de la ortografía sin caer en el error que afecta al buen uso de la lengua.

Palabras clave

Comunicación – comunicador – comercial – ortografía – lengua – imagen.

Summary

It is known that the written language and the image are the raw materials of the modern communication. In infinite combinations, these two elements compose everything what

the human being constructs at the moment of transmitting a message, be or not commercial. In this interaction conflicts can arise between the aims of the communicator - understood this term as all that professional who thinks a message that will establish a link between a modal and a hearing- and the correct use of the language, translated this in a good managing of the spelling in all his dimensions. This work will try to define, exploring royal works, which are the limits of this relation between the written word and the image, and up to what point it is possible to elude the rules of the spelling without falling down in the mistake that concerns the good use of the language.

Key words

Communication - communicator - commercial - spelling - language - image.

Primeras reflexiones

Ferdinand de Saussure, lingüista suizo que desarrolló sus teorías en los últimos años del siglo XIX y principios del XX es considerado el padre del estructuralismo. Hijo filosófico de la ciencia positivista de aquellos tiempos, luchó intelectualmente con un *establishment* poderoso que exigía un objeto de estudio a cualquier ciencia que quisiera sacar patente de tal. Aquel objeto debía ser mensurable, ponderable en su peso, pasible de ser cortado, fundido, disuelto y evaporado de manera tal de que produjera resultados tangibles.

De Saussure se enfrentaba a un serio problema, ya que lo que pretendía como objeto de estudio de su incipiente ciencia (la semiología, si bien ni siquiera él la denominaba así en aquel entonces) era nada menos que el lenguaje, una facultad humana tan inmaterial como el pensamiento mismo. Por lo tanto su desafío consistía en encontrar aquel objeto de estudio mensurable. Y lo encontró en la lengua, estudiada a través del habla. Definió entonces que, aquella especie de gran aparato virtual instalado en la mente de todas aquellas personas que formaban parte de una comunidad lingüística, conformaba la lengua. Lengua que se heredaba sin intervención del heredero y la herencia era parcial, vale decir, ninguno de los miembros de una comunidad lingüística ostentaba el 100% de la lengua, así como tampoco tenía habilidades para ejercer cambio alguno sobre ella. La diferencia —muy a su favor—, se daba en el habla, que variaba de individuo a individuo, y además, se le presentaba como la parte material y analizable del lenguaje.

Armado con estos conceptos pudo encarar la definición de su ciencia y establecer como paradigma fundacional que el lenguaje —con raíces virtuales en las mentes de todos los nativos de una lengua, y con un vehículo material en el habla de esos mismos—, conformaba una estructura formada en sus ligazones más íntimas y estrechas por unidades interdependientes: los signos lingüísticos. Y pareciera interesante, en este punto, destacar el término “interdependientes”.

El signo lingüístico

De Saussure estableció tres principios que definen al signo lingüístico (arbitrariedad, inmutabilidad y mutabilidad, y linealidad del significante), pero pareciera ocioso e incluso poco pertinente desarrollarlos en este ensayo. Sin embargo hay un concepto relacionado con el signo lingüístico que en este trabajo reviste suma importancia: el

concepto de valor. En la obra *Curso de lingüística general*, una compilación de las clases magistrales de Ferdinand de Saussure (1993), llevada a cabo por dos de sus discípulos, Charles Bally y Albert Sechehaye, se define el valor del signo lingüístico en los siguientes términos:

[...] puesto que la lengua es un sistema del que todos los términos son solidarios y donde el valor de uno no resulta más que de la presencia simultánea de los otros. [...] Su contenido sólo está realmente determinado por el concurso de lo que existe fuera de ella (de la palabra). Dado que forma parte de un sistema, está revestida no sólo de una significación, sino también y sobre todo de un valor, lo cual es muy distinto. [...] En todos estos casos encontramos en lugar de *ideas* dadas de antemano *valores* que emanan del sistema. Cuando se dice que (los signos lingüísticos) corresponden a conceptos, se sobreentiende que son puramente diferenciales, definidos no positivamente por su contenido, sino negativamente por sus relaciones con los demás términos del sistema. Su característica más exacta es ser lo que otros no son. [...]. (Págs. 163-165)

Según este concepto, que hay que diferenciar taxativamente del de significado, los signos adquieren su valor a través de una combinación que involucra tres instancias: relación, oposición y negación. La diferenciación de un signo del otro nace cuando entran en relación, ya que aislados no son más que unidades remáticas, neutras. Al entrar en relación con otros miembros del sistema de signos, se puede operar la oposición, una suerte de comparación que culmina con la negación: un signo niega ser el otro. Esta relación negativa, es decir, de formularse a sí mismos como no siendo otro signo del sistema es lo que les asigna el valor. Un dato no poco importante: el valor no establece categorías entre signos. No hay un signo con mayor valor que otro. El valor simplemente establece que un signo no es el otro. Así, el signo /magnificencia/ adquiere su valor a partir de negar ser /durazno/. No hay nada especial en /durazno/ o en /magnificencia/ que intrínsecamente les asigne valor: tan sólo surge de la existencia del otro signo. De esta manera queda claro que el lenguaje es una estructura solidaria cuya estabilidad depende del buen funcionamiento de los signos que la componen.

Un sistema que se vigila a sí mismo

Diferenciar un signo lingüístico de otro es una función que la lengua a derivado en varios mecanismos, no del todo conocidos por los miembros de una comunidad lingüística. El primero de ellos tiene que ver con el contexto: es probable deducir si una palabra está mal o bien escrita, si tiene que llevar o no tilde o debe ser plural o singular basándose en un análisis del contexto. En un hipotético dictado, en la cláusula 1 es fácil deducir, a través del contexto oracional, si debe usarse /caza/ o /casa/. En la cláusula 2 puede presentar alguna dificultad.

1. Papá se llevó la escopeta porque se fue de caza.
2. Papá se llevó la camioneta porque se fue de casa.

Otro caso de contexto puede darse en signos lingüísticos que son homógrafos y homófonos, como es el caso de /coma/. Coma como estado clínico, coma como signo de puntuación y coma como imperativo del verbo comer. El contexto en este caso es

fundamental para determinar cuál es cuál. Pero no todo se reduce al contexto. No siempre el contexto puede venir al auxilio, lo cual destaca la valiosa herramienta que constituye la ortografía, que presta sus tantos mecanismos para poder diferenciar un signo lingüístico de otro, es decir, establecer su valor.

Pero pareciera hasta aquí que lo único que atañe a la ortografía tiene que ver con diferenciar signos entre signos, es decir, una relación del tipo sintáctica. ¿Acaso la ortografía se limita a tildes y artilugios similares? Se verá que no.

¿Cuáles son los campos de injerencia de la ortografía?

Las normas ortográficas afectan a todos los aspectos y niveles textuales, esto viene a responder a la pregunta del apartado anterior, pero se verá también que los campos de regulación de la ortografía se contienen y afectan entre sí. Según Marta Raventos (2006), es posible determinar tres campos posibles:

[...] se pueden considerar diferentes unidades de análisis: la ortografía de la palabra, de la oración y del texto. Todas las unidades funcionan simultáneamente y cada una de ellas es más abarcativa e incluye a la anterior.

- Si la unidad es la palabra, abarca:
 - la normativa sobre el uso de las letras (ortografía literal);
 - la normativa sobre la acentuación (ortografía acentual), y
 - la normativa sobre el uso de las mayúsculas de nombres propios.

- Si la unidad de análisis considerada es la oración, se incluye además de lo anterior:
 - la puntuación de los enunciados, en oraciones simples o compuestas,
 - la separación de palabras al final del renglón, y
 - las mayúsculas de comienzo de oración.

- Si la unidad de análisis considerada es el texto, se agrega a lo anterior:
 - el uso de la puntuación en la continuidad de un texto: cuando usar punto seguido o aparte al final de un párrafo, y
 - todas las decisiones acerca del uso de signos alternativos (comas o paréntesis para una aclaración, punto y coma o punto seguido para temas con diferentes grados de relación, rayas o comillas para transcribir un diálogo, etc.), decisiones que cada autor toma por razones de estilo [...]. (Pag. 20).

Esta clasificación llevada a cabo por Raventos, facilita notablemente la separación del material de análisis, avisos publicitarios y políticos de la vía pública, revistas y diversos impresos; empaques de productos, folletos y otros varios materiales.

¿Qué es la ortografía?

Los sistemas de escritura son varios. Algunos se basan en la representación de la lengua oral, por lo cual se los define como fonéticos. Aquellos —como el chino, y el coreano

(entre otros)— que se fundamentan en la representación de conceptos o ideas, se los clasifica como ideográficos. A su vez, dentro de los fonéticos se encuentran los que toman como unidad mínima la sílaba (fonético-silábicos), como el árabe, el hebreo y el japonés, y los que asumen como unidad mínima al fonema, a los que se los denomina fonético-alfabéticos o alfabéticos. Los sistemas fonéticos-silábicos cuentan con un silabario y los alfabéticos cuentan con un abecedario o alfabeto. El español, como la mayoría de las lenguas europeas, es uno de estos últimos.

Ahora bien, en las lenguas del tipo alfabéticas, surgen un par de preguntas cuyas respuestas serán más que útiles para definir qué es la ortografía.

Y son: 1) ¿Se transcriben únicamente los fonemas que se usan para hablar o la lengua escrita contiene en simultáneo otro tipo de información, de carácter visual, no fonética, ideográfica? 2) La escritura ¿es una expresión especular del habla o es un vehículo complementario? Se decía que las respuestas a estas preguntas serían útiles para definir la ortografía, ya que a esta norma, presente en todas las lenguas alfabéticas, se la puede caracterizar dependiendo de si adhiere a las respuestas de la pregunta 1 o a la de la 2, ya que son áreas de estudio de corrientes diferentes dentro de la lingüística.

Entonces, siguiendo a Raventos, encontramos que la autora puntualiza:

Dentro de la segunda corriente [...] las complejidades ortográficas de las lenguas alfabéticas son entendidas como una más de las diferencias entre lengua oral y lengua escrita, que se manifiestan no sólo a nivel fonológico sino que abarcan todos los niveles de articulación (morfológico, sintáctico, prosódico, semántico) de la lengua. (Pág. 13)

Por lo tanto, para poder acercarse más a una definición de qué es la ortografía, es necesario puntualizar cuáles son las diferencias que existen entre la lengua oral y la escrita, ya que pareciera que la última no es fiel reflejo de la otra.

1. En la lengua oral, abundan entonaciones y otras marcas de las cuales carece, o son limitadas, la lengua escrita.
2. La lengua oral no establece blancos entre palabras, mientras que así lo hace la lengua escrita.
3. Los interlocutores intercambian entre sí mucho más que palabras (gestos y otros), de los cuales carece la lengua escrita, que es de recepción diferida.
4. La construcción en la lengua oral es más errática, más flexible, mientras que en la escrita abundan los referenciales, deícticos, pronombres, cláusulas subordinadas, entre otras.
5. La lengua oral puede corregirse *ipso facto*, pero *a posteriori* de la emisión; en la lengua escrita la corrección puede hacerse antes de la emisión, aunque una vez emitida, la corrección es más compleja, y no inmediata.
6. La lengua oral va acompañada de las características del emisor (voz, entonación, cadencia); la lengua escrita, si bien puede transmitir un estilo, se impersonaliza, salvo que sea manuscrita.

A la luz de estos puntos parece difícil determinar cuál es la relación de la ortografía con la lengua oral, si la escritura dista bastante de ser una copia del habla, y sumado a esto, que la ortografía forma parte de la lengua escrita.

En relación a este punto, la *Ortografía de la lengua española* (2010) señala:

[...] los tres criterios fundamentales que van a funcionar de manera constante en la fijación de las normas ortográficas del español: pronunciación, etimología y uso tradicional consolidado. Aunque, en general, la mayoría de los autores combinan en mayor o menor medida los tres criterios, es el primero, la pronunciación, el que ha tenido mayor peso y continuidad en la teoría de la ortografía española, lo que sin duda explica el importante papel que ha desempeñado en la configuración final de nuestro sistema ortográfico. (Introducción, apartado 3.1, pág. 29)

Y más adelante agrega que:

[...] otro de los criterios que han operado con fuerza en su configuración: el criterio del uso constante, que avala la grafía consolidada a lo largo del tiempo por el uso mayoritario de los hablantes. Es asimismo el uso el que ha fijado en la escritura muchas grafías antietimológicas, como *maravilla*, que escribimos con *v* a pesar de que procede del latín *mirabilia* [...] (Introducción, apartado 3.2.4, pág. 38)

Y siguiendo a la edición 1999 de la *Ortografía de la lengua española*, citada por Raventos (2006), se puede apreciar otra definición de qué es ortografía:

Ortografía es el conjunto de normas que regulan la representación escrita de una lengua. [...] En su intención originaria, el abecedario o serie ordenada de las letras de un idioma constituye la representación gráfica de los fonemas usuales, es decir, los sonidos que de modo consciente y diferenciado emplean los hablantes. Una ortografía ideal debería tener una letra, y sólo una, para cada fonema y viceversa. Pero tal correspondencia, por motivos históricos y de diversa índole, no se produce en casi ninguna lengua, aunque el español es de las que más se aproxima a ese ideal teórico. (RAE, 1999, capítulo 1, pág. 1)

Y siguiendo en la misma línea de pensamiento, la misma edición de 1999 aporta otro fragmento:

La evolución de la ortografía académica ha estado regulada por la utilización combinada y jerarquizada de tres criterios universales: la pronunciación, la etimología y el uso, que [...] es en cuestiones de lenguaje el árbitro definitivo. (Prólogo, p. XV)''.

Esta afirmación en cierto modo es refrendada en la versión 2010 de la *Ortografía*, pero como luego se verá, presenta sus recaudos:

Los sistemas ortográficos de las diferentes lenguas se van consolidando en la medida en que determinados usos adquieren, frente a otros, un grado suficiente de fijeza y extensión [...]. (Introducción, apartado 2.6, pág. 17).

Se desprende de estos pasajes que el uso de la lengua tiene una especie de potestad a la hora de determinar cuestiones de ortografía, incluso de ortología². Sin embargo, teniendo en cuenta la postura de Ferdinand de Saussure, queda claro que los cambios producidos por el uso en el sistema de la lengua distan mucho de ser voluntarios o programados, requieren de un uso masivo y del paso del tiempo, de un significativo paso del tiempo, tal como se consigna en el siguiente párrafo:

Si se tomara la lengua en el tiempo, sin la masa hablante —supongamos un individuo aislado que viviera durante muchos siglos— quizá no se comprobaría ninguna alteración; el tiempo no actuaría sobre ella. Y, a la inversa, si se considera a la masa hablante sin el tiempo, no se vería el efecto de las fuerzas sociales actuando sobre la lengua [...] el tiempo permitirá a las fuerzas sociales que se ejercen sobre ella (la lengua) desarrollar sus efectos [...].³

Vale decir: el uso puede producir cambios en la ortografía —como parte integrante del sistema de la lengua— pero debe existir una continuidad que garantice que ese uso diferente, ya que sólo tienen importancia aquellos usos que difieren del establecido, se mantenga en el tiempo y revista una generalidad significativa en la comunidad parlante.

Por otra parte, la masa hablante (o escribiente en el caso de la ortografía), no puede operar cambios en la ortografía, sino las autoridades académicas especializadas, que procederán con las reformas cuando se verifique la continuidad del uso.

Claro que esto produce que las reformas en la ortografía siempre vayan a la zaga del uso, lo cual es absolutamente aceptable, ya que las autoridades académicas no tienen el poder necesario para producir cambios significativos en la ortografía, ya que no pueden hacerlo en la lengua, y para documentarlo, se recurrirá nuevamente al pensamiento de Ferdinand de Saussure, que en la obra ya citada, aporta cuatro razones de peso que impiden la modificación de la lengua como un acto de voluntad:

1.—*El carácter arbitrario del signo.* [...] Porque para que una cosa sea cuestionada, es menester que se apoye en una norma razonable. Se puede discutir, por ejemplo, si la forma monógama del matrimonio es más razonable que la forma polígama y presentar razones a favor de una o de otra. También se podría discutir un sistema de símbolos, porque el símbolo tiene una relación racional con la cosa significada [...]; pero por lo que refiere a la lengua, sistema de signos arbitrarios, esta base falta, y con ella desaparece todo terreno sólido de discusión; no hay ningún motivo para preferir *sœur* a *sister*, *ochs* a *bœuf*.

2 Arte de pronunciar correctamente y, en sentido más general, de hablar con propiedad.

3 Ferdinand de Saussure. Curso de lingüística general. Barcelona: Planeta Argentina, 1993. p. 117

2.—*La multitud de signos necesarios para constituer cualquier lengua.* [...] los signos lingüísticos son innumerables.

3.—*El carácter demasiado complejo del sistema.* [...] los mismos que hacen uso cotidiano de él lo ignoran profundamente. Podría concebirse tal cambio sólo gracias a la intervención de especialistas, gramáticos, lógicos, etc.; pero la experiencia muestra que, hasta ahora, injerencias de esta naturaleza no han tenido ningún éxito.

4.—*La resistencia de la inercia colectiva a toda innovación lingüística.* [...] De todas las instituciones sociales, la lengua es la que menos asidero ofrece a las iniciativas. Forma cuerpo con la masa social, y por ser ésta naturalmente inerte aparece ante todo como un factor de conservación.⁴

De estos pasajes se pueden entonces extraer una reflexión preliminar: si se acepta que la intervención de los organismos facultados para modificar la lengua, y por extensión a la ortografía, sistema normativo de la lengua, intervienen siempre *a posteriori*, parecería razonable tomar como principio rector que las reglas ortográficas dominantes en el presente son las que se deben respetar, hasta tanto el uso continuo y generalizado de miradas alternativas provea de algunas nuevas.

En otras palabras: en el presente rige un sistema ortográfico que es el producto de mantener o modificar el anterior y deberá respetarse en tanto y en cuanto, dicho sistema, emana de las autoridades lingüísticas aceptadas como tales.

De aquí surge otra reflexión: las desviaciones a la norma ortográfica de la escritura profesional en la comunicación, vale decir, la redacción —cuando son producto de un movimiento estratégico, retórico—, deberán esperar el proceso natural del paso del tiempo y de la generalización del uso que tal vez las refrende como nuevas reglas ortográficas en un futuro. Esto es: cuando un profesional de la comunicación se equivoca, verbigracia, comete una falta de ortografía, se trata de un hecho aislado, natural, esperable y desde todo punto de vista aceptable, habida cuenta de su condición de ser humano falible. Ahora, todo cambia cuando, la transgresión a la norma ortográfica, tiene que ver con un movimiento estratégico que pretende un resultado retórico, un efecto determinado o una adecuación de la ortografía a algún supuesto imperativo de la disciplina en la cual se enmarca dicha decisión (diseño gráfico, publicidad, arquitectura, entre otras). Esa acción planificada, que puede repetirse y que puede instalarse como algo natural, ya sea porque se generaliza su uso, parece ser funcional y ostenta cierta estabilidad, deberá saber esperar su momento. Respecto de la subordinación de la ortografía a necesidades de la comunicación masiva se tocará más adelante.

Resumiendo: por lo pronto, la escritura ligada a la actividad de la comunicación deberá ajustarse a las reglas ortográficas imperantes.

¿Es la ortografía un capricho, alguna clase de obsesión?

Existen aquellos que tienden a minimizar a la ortografía, a colocarla en una posición menor, como subsidiaria de la lengua o como una herramienta a la cual se puede recurrir, pero no obligatoriamente. Para otros, la ortografía no es una norma, es una alternativa,

4 Ferdinand de Saussure. Op.cit. pp. 111-112

una instancia electiva, flexible, adaptable a gustos o necesidades. Por lo tanto no es descartable la posibilidad de que se tilde de obsesivos a aquellos que presentan una actitud de estricto ceñimiento a la ortografía. Es de reconocer: el respeto a rajatabla de las normas ortográficas requiere de cierta actitud o comportamiento obsesivo, ya que escribir con corrección no es tarea liviana, máxime cuando se ignoran las reglas o cuando el objetivo está puesto en otra parte. Diseñadores, creativos publicitarios, directores de arte, periodistas, entre otros, al momento de ponerse a redactar, ponen su objetivo en un plano diferente del de la ortografía. Se preocupan por ella, por supuesto, pero probablemente, no cuentan con todas los procedimientos que se ponen en juego a la hora llevar a cabo la revisión de la ortografía. ¿Qué quiere decir esto? Que con la intención no basta. Hay que conocer los porqués de la ortografía y eso no es tarea menor. La adquisición de las habilidades en la ortografía es una tarea que arranca con la educación inicial y que a mitad de camino resulta un poco más trabajosa. Puede que allí resida la población de faltas ortográficas presentes en la comunicación comercial, en un desconocimiento cuya desactivación involucra un esfuerzo mayúsculo. Entonces no es raro escuchar que aquel que pone una mirada penetrante sobre la ortografía sea tildado de obsesivo. Pero no es muy difícil demostrar que la ortografía tiene un peso social muy importante, y que no se la puede tomar como algo alternativo, sino como algo normativo. La ortografía es extremista: algo es correcto o no lo es, y los usuarios de la lengua no pueden determinarlo o modificarlo, no hasta que la misma ortografía en su evolución en el tiempo y acompañada del uso, lo haga y lo oficialice.

En conclusión, la ortografía no es un capricho o una obsesión, es un sistema convencional estructurado, que la edición de *Ortografía* (2010), define de la siguiente manera:

La ortografía de una lengua no es una mera amalgama de reglas, sino que constituye un sistema estructurado, que se articula en varios subsistemas dotados de cierta autonomía, constituidos por las normas que regulan de forma específica el uso de cada una de las clases de signos gráficos con que cuenta un sistema de escritura. Todos los sistemas ortográficos poseen un subsistema de reglas que determina el valor de las letras o grafemas en la representación gráfica de las unidades léxicas, al ser los grafemas los constituyentes primarios, y durante mucho tiempo únicos, de todos los sistemas de escritura. (Introducción, apartado 2.2 pág. 10).

Y agrega:

La ortografía, en cuanto conjunto o corpus de convenciones que fijan las pautas de la correcta escritura de una lengua, tiene un carácter esencialmente normativo. Se concreta en reglas que deben ser respetadas por todos los hablantes que deseen escribir con corrección, y su incumplimiento da lugar a lo que se conoce como “faltas de ortografía”. (Introducción, apartado 2.3, pág. 11).

El valor de la ortografía.

Probablemente algunas de las afirmaciones que se hagan en este apartado provoquen el pensamiento de que se tratan de Perogrullo, elementalidades, casi tautologías, pero a la luz de las graves falencias de ortografía que aparecen en las piezas de comunicación comercial, queda claro que de obvias no tienen nada. La ortografía, como estructura de normas, tiene un peso social equivalente a cualquiera de las otras que regulan la vida en comunidad. La ortografía ocupa un lugar inseparable de la lengua escrita, ya que ordena, guía y regula su producción, pero de la misma manera, auxilia y en mucho a la lectura, ya que presta herramientas precisas para el mejor uso del código compartido. La edición 2010 de la *Ortografía* dice al respecto:

[...] No es un simple adorno, sino condición necesaria para el completo desarrollo de la persona, como individuo y como ser anclado en la sociedad, en la medida en que la escritura es hoy fundamental como soporte del conocimiento y como instrumento de comunicación. (Introducción, apartado 2.8, pág. 23).

No se escapa que, si aquellos que representan para la sociedad a profesionales del uso de la lengua escrita, tienen errores de ortografía, habilitan casi en forma directa al resto de los hablantes de una comunidad lingüística a “perdonarse” y “perdonar” cualquier desliz ortográfico. Si el paradigma de corrección no es correcto (valga la redundancia), todos los soportes tiemblan y el “soporte de conocimiento”, el “instrumento de comunicación”, se debilita porque pierde prestigio. Es más que sencillo: los miembros promedio de una comunidad lingüística no tienen otra manera de acercarse al uso ortográficamente correcto del uso de la lengua que a través de los medios de comunicación. Entran en contacto con la lengua por medio de diarios, revistas, la televisión, la radio, la vía pública, los libros, entre otros, y suponen —esto ya se trató en otro apartado— que encuentran en ellos a un referente, un patrón en el cual confiar, ya que no todos ellos tienen necesidad, gusto, disposición o voluntad para emprender un estudio formal del código.

La disciplina de la ortografía, a su vez, como matriz unificadora, uniformadora de la lengua permite a los hablantes de una misma comunidad lingüística, el ser capaces de leer producciones surgidas en cualquier punto de la geografía de un idioma, ya que una de las tantas funciones de la ortografía tiene que ver con evitar la dispersión del código, con su disolución a través de un uso discrecional y acomodaticio que, en el caso extremo, podría llevar —descomposición total de la representación gráfica— a serios trastornos en la comunicación dentro de una misma comunidad parlante.

A su vez, más en el plano del individuo, existen reconocimientos para aquel que domina la disciplina de la ortografía, otorgándole determinado prestigio social, cultural y profesional. Por el contrario, aquellos que incurren en errores permanentes y repetidos, encuentran obstáculos a la hora de expresarse (el reconocimiento de las falencias ortográficas muchas veces llevan al autoaislamiento, al evitar comunicarse por escrito), así como también reciben determinadas sanciones simbólicas relacionadas con el desprestigio profesional, académico o social, dependiendo de sus relaciones en el seno de la sociedad.

A propósito de los conceptos vertidos en el último párrafo, el escritor Gabriel García Márquez generó una gran polémica cuando reclamó durante una entrevista en el Primer

Congreso de la Lengua Española⁵, la democratización de la lengua española, en defensa de aquellos que no la dominaban bien. Se transcribe el fragmento preciso:

A mis 12 años de edad estuve a punto de ser atropellado por una bicicleta. Un señor cura que pasaba me salvó con un grito: «¡Cuidado!» El ciclista cayó a tierra. El señor cura, sin detenerse, me dijo: «¿Ya vio lo que es el poder de la palabra?» Ese día lo supe. Ahora sabemos, además, que los mayas lo sabían desde los tiempos de Cristo, y con tanto rigor que tenían un dios especial para las palabras [...].

Pero nuestra contribución no debería ser la de meterla en cintura, sino al contrario, liberarla de sus fierros normativos para que entre en el siglo venturo como Pedro por su casa. En ese sentido me atrevería a sugerir ante esta sabia audiencia que simplifiquemos la gramática antes de que la gramática termine por simplificarlos a nosotros. Humanicemos sus leyes, aprendamos de las lenguas indígenas a las que tanto debemos lo mucho que tienen todavía para enseñarnos y enriquecernos, asimilemos pronto y bien los neologismos técnicos y científicos antes de que se nos infiltren sin digerir, negociemos de buen corazón con los gerundios bárbaros, los qué endémicos, el dequeísmo parasitario, y devuélvamos al subjuntivo presente el esplendor de sus esdrújulas: váyamos en vez de vayamos, cántemos en vez de cantemos, o el armonioso muéramos en vez del siniestro muramos. Jubilemos la ortografía, terror del ser humano desde la cuna: enterremos las haches rupestres, firmemos un tratado de límites entre la ge y jota, y pongamos más uso de razón en los acentos escritos, que al fin y al cabo nadie ha de leer lagrima donde diga lágrima ni confundirá revólver con revolver. ¿Y qué de nuestra be de burro y nuestra ve de vaca, que los abuelos españoles nos trajeron como si fueran dos y siempre sobra una?

Son preguntas al azar, por supuesto, como botellas arrojadas a la mar con la esperanza de que le lleguen al dios de las palabras. A no ser que por estas osadías y desatinos, tanto él como todos nosotros terminemos por lamentar, con razón y derecho, que no me hubiera atropellado a tiempo aquella bicicleta providencial de mis 12 años.

A lo que el escritor argentino, Mempo Giardinelli escribió una nota de opinión en el diario *Página 12* del día 11 de abril de 1997 titulada *Jubilación de la ortografía*, en la cual contesta a G.G. Márquez en los siguientes términos (se transcribe la nota completa):

Desde hace años se sabe que Gabriel García Márquez es un mago capaz de colocar en el cielo de la literatura maravillosos fuegos artificiales. Pero somos muchos los escritores que crecimos con él, y gracias a él, que pensamos también que los fuegos artificiales son sólo eso: artificios. Y, por lo tanto, brillo efímero, golpe de efecto, momento deslumbrante.

5 Congreso celebrado en Zacatecas, México, entre el 7 y el 11 de abril de 1997

La médula es otra cosa. Y en el caso de estas ideas que la prensa ha difundido (no he tenido la oportunidad de leer el discurso completo del Maestro) me parece que hay mucho de disparate en esa propuesta de «jubilar la ortografía». Además de ser una propuesta efectista (y quiero suponer que poco pensada), es la clase de idea que seguramente aplaudirán los que hablan mal y escriben peor (es decir, incorrecta e impropia). No dudo que tal jubilación (en rigor, anulación) sólo puede ser festejada por los ignorantes de toda regla ortográfica. Digámoslo claramente: suena tan absurdo como jubilar a la matemática porque ahora todo el mundo suma o multiplica con calculadoras de cuatro dólares.

En mi opinión, la cuestión no pasa por determinar cuál regla anulamos, ni por igualar la ge y la jota, ni por abolir las haches, ni por aniquilar los acentos. No, la cuestión central está en la colonización cultural que subyace en este tipo de ideas tan luminosas como efectistas, dicho sea con todo respeto hacia el Nobel colombiano. Y digo colonización porque es evidente que estas cuestiones se plantean a la luz de los cambios indetenibles que ocasiona la infatigable invasión de la lengua imperial, que es hoy el inglés, y el creciente desconocimiento de reglas ortográficas y hasta sintácticas que impera en las comunicaciones actuales, particularmente Internet y el llamado Cyberespacio.

Frente a esa constatación de lo virtual que ya es tan real, ¿es justo que bajemos los brazos y nos entreguemos sin luchar? ¿Es justo que porque el inglés es la lengua universal y es tan libre (como anárquica), el castellano deba seguir ese mismo camino? ¿Por el hecho de que el cyberespacio está lleno de ignorantes, vamos a proponer la ignorancia como nueva regla para todos? ¿Por el hecho de que tantos millones hablen mal y escriban peor, vamos a democratizar hacia abajo, es decir hacia la ignorancia?

Si las difundidas declaraciones de García Márquez son ciertas, a mí me parece que hay un contrasentido en su propuesta de preparar nuestra lengua para un «porvenir grande y sin fronteras». Porque el porvenir de una lengua (como el porvenir de nada) no depende de la eliminación de las reglas sino de su cumplimiento.

Por eso, a los neologismos técnicos no hay que «asimilarlos pronto y bien... antes de que se nos infiltren sin digerir», como él dice. Lo que hay que hacer es digerirlos cuanto antes, y para digerirlos bien hay que adaptarlos a nuestra lengua. Como se hizo siempre y así, por caso, «chequear» se nos convirtió en verbo y «kafkiano» en adjetivo. Y en cuanto al «dequeísmo parasitario» y demás barbarismos, no hay que negociar su buen corazón, como aparentemente propone García Márquez. Lo que hay que hacer es mejorar el nivel de nuestros docentes para que sigan enseñando que esos parásitos de la lengua son malos. Eso por un lado.

Y por el otro está la cuestión de para qué sirven las reglas, y el porqué de la necesidad de conocerlas y respetarlas. No voy a defender las

haches por capricho ni por un espíritu reglamentarista que no tengo, pero para mí seguirá habiendo diferencias sustanciales entre «lo hecho» y «lo echo»; y sobre todo entre «hojear» y «ojear» un libro.

Tampoco me parece que sea un «fierro normativo» la diferencia entre la be de burro y la ve de vaca. Ni mucho menos me parece poco razonable la legislación sobre acentos agudos y graves, ni sobre las esdrújulas, ni sobre las diferencias entre ene-ve y eme-be, y así siguiendo, como diría David Viñas.

Las reglas siempre están para algo. Tienen un sentido y ese sentido suele ser histórico, filosófico, cultural. La falta de reglas y el desconocimiento de ellas es el caos, la disgregación cultural. Y eso puede ser gravísimo para nosotros, sobre todo en estos tiempos en que la sabiduría imperial se ha vuelto tan sutil y astuta. Las propuestas ligeras y efectistas de eliminación de reglas son, por lo menos, peligrosas.

Precisamente porque vivimos en sociedades donde las pocas reglas que había se dejaron de cumplir o se cumplen cada vez menos, y hoy se aplauden estúpidamente las transgresiones. Es así como se facilitan las impunidades.

Y así nos va, al menos en la Argentina.

En todo caso, eliminemos la absurda policía del lenguaje en que se ha convertido la Real Academia. Democraticémosla y forcémosla a que admita las características intertextuales del mundo moderno, hagamos que celebre las oralidades, que festeje las incorporaciones como riquezas adquiridas. Esa sería una tarea revolucionaria. Pero manteniendo las reglas y, sobre todo, haciéndolas cumplir.

Como comentario se puede decir que la ortografía, al igual que cualquier otra norma, no piensa, no tiene dudas y tampoco favoritos. Gabriel García Márquez es el favorito de muchos (sobre todo del éxito), pero eso no lo habilita a suponer o proponer que debería hacerse oídos sordos de la ortografía. Si se lo toma como una expresión de deseo privada, solidaria con aquellos que parecieran encontrarse más lejos del dominio discreto del buen escribir, cae simpática, pero en este punto es más fácil coincidir con Giardinelli (por cierto, un escritor poco ortodoxo) que piensa que se trata de una poco pensada propuesta efectista, a ser aplaudida por aquellos que hablan mal y escriben peor. Pero lo que establece un punto de pensamiento claro, tiene que ver con un fragmento del escritor que se transcribe textual:

“[...] ¿Es justo que porque el inglés es la lengua universal y es tan libre (como anárquica), el castellano deba seguir ese mismo camino? ¿Por el hecho de que el cyberespacio está lleno de ignorantes, vamos a proponer la ignorancia como nueva regla para todos? ¿Por el hecho de que tantos millones hablen mal y escriban peor, vamos a democratizar hacia abajo, es decir hacia la ignorancia?

Y lo que aporta moderación y reflexión a la carta de Mempo Giardinelli, es una mínima fracción que dice: “Si las difundidas declaraciones de García Márquez son ciertas [...]”. ¿Por qué? Porque si se tiene en cuenta que en su discurso, G.G. Márquez, rescata desde sus doce años, el recuerdo de aquellas palabras del cura enfatizando el poder de las palabras, las que M. Giardinelli usa en esta frase, tienen el poder de modalizar la carta completa y de dar a entender que el autor da al discurso de Gabriel García Márquez un barniz de travesura, de transgresión juguetona de uno de los más grandes autores de la literatura hispanoamericana.

Comprender la ortografía

La ortografía no es una disciplina —ya se lo puntualizó, pero nunca parece suficiente— que se pueda dominar por un mero acto de voluntad, o sí, pero no sin pocos esfuerzos. Es una estructura que se adquiere y se internaliza desde la más temprana edad de la alfabetización y los errores enquistados en los primeros tiempos suelen presentar tenaces dificultades a la hora de desterrarlos. Y la distracción muchas veces es la madre de muchísimos errores de ortografía. Sin embargo, un conocimiento deficiente de la naturaleza lógica de la ortografía muchas veces tiende a trampa al más voluntarioso revisionista.

Ya se dijo que este trabajo no es el lugar para desarrollar los fundamentos de la ortografía, que ocuparía muchas páginas, pero sí parece pertinente aportar algunas apostillas que establecerán mínimos parámetros para no avanzar a ciegas a la hora de la corrección ortográfica y son los que siguen:

- Cuando el análisis se centre en la palabra incluye:
 - Correcto uso de las letras (ortografía literal)
 - Correcta acentuación (ortografía acentual)
 - Correcto uso de las mayúsculas de nombres propios.
- Cuando el análisis se centre en la oración incluye:
 - Correcta puntuación de los enunciados.
 - Correcta separación de palabras al final del renglón.
 - Correcto uso de las mayúsculas de comienzo de oración.
- Cuando el análisis se centre en el texto se suma a lo anterior e incluye:
 - Correcto uso del punto seguido o aparte.
 - Correcto uso de signos lingüísticos alternativos (dos puntos, punto y coma, rayas, comillas, paréntesis, entre otros).

Esta pequeña guía del pensamiento de ninguna manera aspira a ser una especie de manual, simplemente tiene como objetivo plantear cuáles son los puntos sobre los cuales se debe prestar atención en el momento de llevar a cabo la revisión ortográfica. A su vez, esta estructura en cascada tiene la utilidad de ordenar la mirada a la hora de trabajar sobre el corpus seleccionado para esta investigación.

Ordenamiento en niveles de los tipos más frecuentes de errores de ortografía en la comunicación gráfica masiva

En el párrafo anterior se consignaban los parámetros en los cuales se puede dividir la búsqueda ortográfica, dependiendo de si se consideraba la palabra, la oración o el texto, y

quedaba claro que no se excluyen entre ellas, sino por el contrario: funcionan simultáneamente y cada una es más amplia e incluye a la anterior.

Como ya se anticipó, esta división en parámetros se tendrá en cuenta para mejorar el orden del análisis del corpus de materiales. En cuanto a los errores detectados en cada pieza, se transcribirán textuales en un cuadro consignado en el anexo I, con su correspondiente corrección.

Cabe aclarar, tal como se verá en el desarrollo del análisis, que no todos los parámetros listados más arriba han de ser completados, vale decir, los errores encontrados, en su mayoría, corresponden con la palabra, la acentuación, la oración y el mal uso de las mayúsculas.

Los parámetros a seguir son los siguientes:

Unidad 1: la palabra

Sub-unidad uso de las letras.

Sub-unidad acentuación.

Sub-unidad uso de las mayúsculas en general.

Sub-unidad palabras inventadas (neologismos).

Unidad 2: la oración

Sub-unidad puntuación de los enunciados.

Unidad especial 2: transgresiones con fines políticos, ideológicos o similares.

Asimismo, es común que en algunos casos el error sea puntual y único, pero en la mayoría conviven varios errores, lo cual dificultó en cierta manera la clasificación. También se hallaron casos en los cuales la ideología o alguna postura particular de pensamiento hizo uso incorrecto de la lengua, adaptando signos que no integran el universo lingüístico, tal es el caso del arroba, que corresponde a una unidad de masa en el ámbito de la física, equivalente, según las regiones a 11,502 kg. En los años setenta fue adoptada por la informática para componer las direcciones de correo electrónico, ya que (no hay una fuente categórica en este caso) en inglés el arroba suele reemplazar a la preposición *at* (en). Una dirección de correo electrónico como ejemplo@hotmail.com, vendría a significar que esa persona tiene alojada su cuenta en Hotmail.

¿Cómo se eligió el corpus de análisis?

La generalidad de las gráficas de vía pública provienen del ámbito de la Ciudad Autónoma de Buenos Aires y de la Zona Norte del Gran Buenos Aires, en tanto que los casos de empaque y publicaciones (revistas y folletos principalmente) no responden a una localización geográfica en particular.

La elección de las piezas que componen el corpus de análisis no registró un método riguroso, sino que más bien se fueron seleccionando a través del hallazgo casual.

Por otra parte, si bien el encontrarse sumergido en una investigación exploratoria de este tipo tiende a predisponer, la idea consistió en moderar esa actitud y tratar de reproducir la mirada desprevenida del lector circunstancial medio. Esta postura, sin una búsqueda sistematizada, seguramente habrá dejado algún caso afuera de la muestra, pero se buscó lo antedicho: tratar de imitar la mirada desprevenida del lector que no se halla

predispuesto a detectar el error. Por otra parte, se hace casi imposible mantener una vigilancia voluntaria permanente, por lo que el hallazgo de los errores ortográficos se hizo con una técnica mixta de búsqueda volitiva y descubrimiento aleatorio, con un mayor porcentaje de este último (80%).

Sí se puede afirmar con certeza que no se llevó a cabo una “caza de brujas”, vale decir, no se buscó en alguna actividad, empresa o persona en particular, sino que primó la riqueza y variedad del análisis. De la misma manera no se eximió a nadie de integrar el corpus. Lo que dirigió la búsqueda fue detectar los errores, más allá de los autores.

Asimismo, se buscaron piezas reales, ya que aportaban veracidad a la investigación y permitían ponderar su penetración social. En un principio la idea de enmascarar las piezas, solicitando a un diseñador que las modifique para preservar autores o marcas, parecía lo más adecuado, pero aportaba un tinte artificial que enrarecía el resultado del trabajo. Finalmente se tomó la decisión de transcribir los textos con sus referentes, adjuntando las imágenes en el anexo. De la misma manera se limitó la cantidad de casos a los más visibles y obvios (y por otro lado representativos), ya que en muchas piezas, la capacidad para notarlos dependía de una gran sutileza y perspicacia que nace de la especialización y el entrenamiento, habilidades —sin ningún ánimo peyorativo— que carece el promedio de los ciudadanos comunes y que, por supuesto, no tienen ninguna obligación de tener.

Análisis de los casos

Para analizar en profundidad se eligieron algunos casos de todos los seleccionados durante la búsqueda del corpus. La totalidad de los mismos se encuentra registrada en un cuadro que se puede consultar en el anexo. El no tomar todos los casos tiene que ver con llevar a cabo un análisis interpretativo de los elegidos, que vaya más allá de la simple marcación de un error. Este procedimiento se alinea con el espíritu de la investigación: no se trata de señalar el error con alma inquisitorial, sino más bien realizar un aporte significativo para los profesionales, profesionales docentes y estudiantes a la hora de reflexionar acerca de la importancia de la ortografía.

Los casos a estudiar fueron elegidos en función de la importancia del referente (productos conocidos, marcas de categoría, etc.), el grado de exposición pública y el tipo de error. Como ya se dijo en otra parte, se verá que en varios casos los tipos de errores se combinan, pero siempre existirá uno más remarcable, sobresaliente. También se puntualiza que en aquellos casos en los cuales no se explicita la frase/palabra correcta, la misma puede encontrarse en el cuadro de registro presente en el anexo, así como las imágenes correspondientes a cada caso.

Aclaración: todas aquellas palabras, oraciones o frases que registren faltas de ortografía, se transcribirán textuales antecedidas por el signo □ Ejemplos: □ fué, □ habían muchas personas.

UNIDAD 1: La palabra

Sub-unidad uso de las letras

Caso 17: La Caja ART

Los errores de ortografía del tipo de los que se analizarán a continuación, en la muestra elegida, son casi inexistentes; de hecho, el único encontrado es el que sigue, pero su gravedad llama la atención. Es un aviso de gráfica de La Caja ART que apareció en un cuaderno del estilo universitario, que se entrega en forma gratuita, como promoción, en la puerta de las principales universidades. El texto dice: □ “La Caja ART te protege”.

Los análisis y comentarios, huelgan. Es un error demasiado elemental que, curiosamente, superó todas las instancias de corrección. Sin embargo, no debería haber pasado inadvertido para el redactor o el director de arte, ya que es demasiado obvio. No obstante, como se puntualizó en varias partes de este trabajo, nadie se encuentra libre de una distracción, pero en este caso denuncia una falta de revisión.

Sub-unidad acentuación

En este punto se analizará, mayoritariamente, la cuestión del uso de las tildes obligatorias en las mayúsculas, ya que al igual que en el caso de palabras con grafías equivocadas (caso 17), los errores en las tildes en situaciones diferentes a las mayúsculas, son poco frecuentes.

Respecto del tildado de las mayúsculas, la *Ortografía 2010*, dice:

Puesto que la mayúscula y la minúscula son únicamente distintas realizaciones de un mismo grafema, no existe motivo alguno por el que las palabras escritas en mayúsculas deban recibir distinto tratamiento en lo que al uso de la tilde o a la diéresis se refiere. Las reglas de aplicación de ambos diacríticos [...] rigen para todas las palabras, con independencia de la forma en que estén escritas. (Capítulo IV, pág. 448)

Caso 1: Cablevisión

Es otro caso de omisión de tildes en las mayúsculas, una tendencia bastante difundida en el ámbito de la comunicación publicitaria. Se trata de un cartel espectacular de vía pública y el texto en cuestión es: □ “VIVI LA TELEVISION COMO NUNCA ANTES”.

Por otra parte, queda claro que los redactores del texto no carecían del conocimiento respecto del uso de tildes, ya que otros textos del mismo cartel, redactados con mayúscula/minúscula, colocan las tildes en donde corresponde. Se transcribe: “Con Cablevisión tenés la mayor variedad de canales en □Alta □Definición”. Se puntualiza el uso incorrecto de las mayúsculas en /alta definición/, ya que no se trata de sustantivo propio o similar.

Sólo el caso de las siglas se ve exento del uso de tildes. Ejemplo: CIA (sigla que corresponde a *Central Intelligence Agency*) que presenta un diptongo entre cerrada y abierta, con la cerrada tónica, debería ir tildada en la /i/ (CÍA), sin embargo, por ser sigla, se exceptúa.

Existen muchas teorías —sobre todo historicistas— que buscan sustentar la prescindencia de tildes en las mayúsculas, pero otra vez, la *Ortografía 2010* es categórica respecto al tema:

En la actualidad no hay impedimento alguno para que todas las letras, mayúsculas y minúsculas, se escriban con diacríticos si deben llevarlos

según las normas ortográficas. La ausencia de estos diacríticos en épocas pasadas podía estar justificada por razones técnicas: en la composición tipográfica antigua muchos juegos de caracteres no contaban con mayúsculas acentuadas y no había un espacio reservado para la tilde, lo que obligaba a empequeñecer el tamaño de la letra que debía recibirla en detrimento de la uniformidad del tipo. Además, la mayor parte de las máquinas de escribir convencionales no incorporaban la posibilidad de escribir con tilde las mayúsculas sin herir el cuerpo de la letra. Pero estas justificaciones, hoy carentes de sentido, no lo han tenido nunca en los textos manuscritos.

Caso 5 y 6: Ona vía pública

Es un caso similar al de Cablevisión. La empresa con sede en la localidad bonaerense de Olivos, anuncia en sus marquesinas: □“INGENIERIA EN LETREROS” y □“VIA PUBLICA”. El problema pareciera recalar en el mismo caso anterior, ya que ambos textos están escritos en mayúsculas completas. Es sabido que las empresas de carteles en vía pública no son responsables del mensaje, ya que nada más son proveedores de un soporte, no redactan el texto o producen las imágenes. Pero en el caso de Ona estos textos sin tildar forman parte de sus propias marquesinas, sobre las cuales sí tiene responsabilidad.

Casos 7 y 8: dos obras bibliográficas de ensayo

Los textos corresponden a los títulos de dos obras de ensayo, uno de ellos reza textual: □“LOS SIMBOLOS BIBLICOS” y la edición recae en la editorial española Desclée de Brouwer, de dilatada y prestigiosa trayectoria. Resulta inexplicable que se omitieran las tildes. El autor de la presente investigación ha leído las dos obras y son de un enorme rigor académico-científico, lo cual llama doblemente la atención. En el otro caso, el título es: □“EL LEXICO DE LOS SIMBOLOS”, de la editorial Encuentro Ediciones que, si bien no alcanza la categoría de la anterior, el mero hecho de tratarse de una institución que lidia con textos en forma permanente, la obliga a tener particular cuidado con estas licencias. Licencias que, por supuesto, se asignan a una cuestión de decisión de diseño y no a una ignorancia de las normas de acentuación.

Caso 9: Converse

Es un aviso de la marca de zapatillas aparecido en revistas y su correlato en vía pública, y en este caso no es un problema de omisión de la tilde, sino el de haberla colocado donde no corresponde. El texto del aviso dice: □“Tenés derecho a ser jóven”. No hay forma de justificar la comisión del error, aunque tal vez, y sólo tal vez, el mismo puede provenir de que en un principio la palabra hubiese estado escrita en plural, ya que en ese caso la palabra /joven/ pasa de ser paroxítona (llana) a proparoxítona (esdrújula). Verbigracia, es probable que la frase original fuera (la inferencia es del autor de la presente investigación) “Tenemos derecho a ser jóvenes”. Una migración a la frase que finalmente llegó a la vida pública, pudo arrastrar la tilde. No obstante, una mínima revisión no pudo dejar pasar el error. Dato: para la culminación de este trabajo (alrededor de los primeros días del mes de diciembre de 2011, el aviso había sido corregido en todos sus soportes).

Casos 10 y 11: propaganda contra el maltrato verbal

Las intenciones de estos dos avisos no dispensan la ausencia de las tildes en las mayúsculas. Son casos en los cuales se tiene la tentación de omitirlos, debido a lo altruista de la causa; no obstante, queda claro que el hecho de que formen parte del corpus nada tiene que ver con una crítica al significado del mensaje, sino a una parte de su significante. Estos mensajes, cuyos referentes son Cáritas y EDNA (Equipo Diocesano de Niñez y Adolescencia), fueron producidos por una prestigiosa agencia de publicidad internacional, contratada por el Consejo Publicitario Argentino. Uno de ellos sólo cuenta con una palabra, por lo que la falta de la tilde queda más en evidencia y dice: □“INUTIL”. El otro aviso dice: □ “YA ESTAS GRANDE ESTUPIDO” (en este aviso también se encuentra otra falta de ortografía, pero que será analizada en el punto “Sub-unidad puntuación y concordancia de los enunciados”). Lo curioso es que en la parte inferior derecha de ambos avisos, donde funciona como remate de la pieza, se encuentra la frase “SUPERARLO LLEVA MÁS TIEMPO QUE DECIRLO”, que está escrita con corrección, esto es, la palabra /más/ exhibe la tilde obligatoria en este caso contextual. La omisión obviamente registra las mismas razones de todos los casos de mayúsculas sin tildar, lo cual no supone una justificación.

Caso 16: Metrovías

El caso presenta a un cartel adherido al piso del pasillo principal de circulación de la estación Independencia de la línea C. El mismo dice: □“CIRCULA POR LA DERECHA”. Este mensaje, que apela al habla de los argentinos porteños (sobre todo) o con más precisión al habla rioplatense, omite la tilde en la primera palabra. Si bien sería fantástico creer que la gente podría confundirse y no comprender la indicación, pareciera indicar que “algo circula por la derecha” y no el imperativo moderado de “CIRCULÁ POR LA DERECHA”. Claro que atendiendo a alguna suspicacia, el texto podría respetar un habla neutra latinoamericana, lo cual eliminaría a esta pieza del corpus de análisis, pero el resto del idiolecto presentado por Metrovías indica que no fue usado este recurso. En todo caso, la garantía hubiese sido usar el tratamiento de usted, lo cual hubiese llevado el texto a “CIRCULE POR LA DERECHA”.

Sub-unidad uso de las mayúsculas

Para comenzar, y debido a que el uso de las mayúsculas es fuente de controversia, se hace necesario transmitir algunos conceptos respecto del uso de las mayúsculas. Existen muchas prescripciones más, pero se aplican en ámbitos demasiado específicos que su enumeración extendería el punto sin necesidad.

Se usan:

- En el comienzo de oración, luego del punto seguido, del punto aparte, de los puntos suspensivos
- En una oración exclamativa o interrogativa que constituye un solo enunciado.
- Luego de los dos puntos, cuando la oración que sigue supone una unidad de sentido independiente.
- Para distinguir nombres propios de comunes.

- En expresiones denominativas (Primera Guerra Mundial, Ministerio de Defensa)
- Para denominar familias o dinastías.
- En las abreviaturas de cargos, debido a una fosilización del uso (Dr., Lic., Ud.)
- Cuando un título forma parte de un nombre propio (San Luis, Fray Bentos)
- Para todas las palabras significativas que componen el nombre de una entidad, y también para el nombre abreviado.
- Para nombres que designan entidades (Se reunieron representantes de la Iglesia católica y de la Iglesia baptista)
- El caso de un título honorífico no seguido de nombre (Recibiremos a Su Santidad en el salón principal).
- Denominar a personajes de ficción.
- Personas o deidades del ámbito religioso (el Diablo, el Señor Jesús, Buda).
- Personajes mitológicos, siempre que sea un nombre propio (Polifemo, Jasón, Ulises)
- Países o regiones y sus denominaciones estilísticas (La Ciudad Luz, la Ciudad Eterna, la Santa Sede)
- En menciones no anafóricas de entidades (El Departamento de Alumnos se expidió. El Departamento negó el permiso).
- Para los poderes del Estado cuando se refieren en específico, ya que se trata de una mayúscula institucional (El Poder Judicial es lento).
- Para todas las palabras significativas de una entidad comercial (El bar La Última Curda)
- Para la primera palabra de las obras artísticas (y sus abreviaturas), salvo que contengan un nombre propio o similar (*El planeta de los simios; Medianoche en París, Los hijos de Kathy Elder*) y siempre van en cursivas.
- Para la primera palabra de un titular de prensa (El ataque finalizó sin víctimas).
- Los libros sagrados (Leamos la Biblia o el Corán, no importa).

No se usan:

- Para títulos, cargos, fórmulas de tratamiento, salvo que comiencen una oración (Nos encontramos con el licenciado Menéndez; el papa bendijo a los fieles).
- Para el artículo que acompaña a un sobrenombre (Salimos con el Negro).
- En los sustantivos genéricos que acompaña a un sitio geográfico (Visitamos el río Amazonas).
- Profesiones (Llegó el médico; Llame a su abogado; El ingeniero ya calculó).
- Títulos honoríficos si van seguidos del nombre (Recibiremos a su santidad Benedicto XVI)
- Gentilicios, nacionalidades o etnias (En 1890 llegaron muchos italianos).
- Para denominar personajes mitológicos cuando no son un nombre propio (El golem, el kraken, el centauro)

- Para los artículos y conjunciones del nombre de una entidad.
- En menciones anafóricas (El Departamento de Alumnos se expidió. Este departamento negó el permiso).
- Para los poderes del Estado cuando se usan como genéricos (Se sabe que el poder ejecutivo lo tiene el presidente)

A continuación se mencionarán los casos según el número de orden del cuadro general del anexo.

Caso 31: El Picoteo

Tiene que ver con la marquesina de una fiambrería en un barrio de Capital Federal. Se trata de una marquesina llevada a cabo por un diseñador —tal como lo declarara el propietario del local— en la que se anuncia el nombre del comercio El Picoteo, y los productos que se comercializan: □Fiambres, Quesos y Bebidas. Visto así, la única transgresión a las normas de la ortografía tiene que ver con un uso excesivo de las mayúsculas en el caso de /quesos/ y /bebidas/, pero —ya que es el único caso en la muestra—, se consideró importante presentarlo, ya que debajo de la marquesina, el propietario del local había confeccionado un cartel manuscrito en el cual cometía los mismos errores, pero en todo el texto. Usaba mayúsculas en todas las palabras que él consideraba significativas. Es decir todas, excepto artículos y conjunciones. Aquí se justifica la inclusión del caso, ya que queda claro que la escritura del comerciante se vio afectada por la escritura del diseñador. El comerciante, antes de verificar su uso de la lengua, se ciñó a lo que veía en el cartel, ya que posiblemente lo creía correcto. Un tema aparte es su resolución de la frase que en la marquesina dice □Fiambres, Quesos y Bebidas, ya que lleva a cabo una rara mezcla de signos ortográficos. Pero el fiambrero no es un diseñador.

UNIDAD 2: La oración

Sub-unidad puntuación y concordancia de los enunciados

Caso 38 y 38 bis: Halls XS

Esta campaña de vía pública tuvo como protagonista a un signo ortográfico que demuestra tener suficiente poder como para cambiar por completo el sentido de una cláusula: la coma. La responsable es una agencia de publicidad internacional.

La campaña comenzaba con dos afiches de gran tamaño: uno de un futbolista y el otro de una modelo. A los fines del análisis, se tomará a uno de ellos. El texto de tipografía blanca, calada sobre fondo negro le hacía decir al futbolista del club Boca Juniors, Martín Palermo (que en el momento del lanzamiento de la campaña todavía seguía en actividad): □“No miento si digo que soy el unico referente del equipo.”

Esta afirmación, un tanto llamativa, estuvo en la calle por varios días, buscando el comentario del público. Una estrategia nada nueva y bastante popular dentro de las recetas publicitarias.

* El demostrativo “este”, elemento anafórico, obliga al uso de minúsculas

El afiche develación o que venía a corregir la frase —en apariencia— un tanto incómoda, decía: □“No, miento si digo que soy el unico referente del equipo.”.

La coma se resaltaba con el color rojo, para diferenciarla con mucho cuidado del resto de la tipografía.

El recurso era correcto, se basaba en un mero toque ortográfico, pero quienes lo crearon, que supieron valorar a la coma, no supieron hacer lo mismo con dos cosas: la tilde que omitieron en /único/ y el colocar el punto antes de las comillas, cuando el punto es el signo ortográfico que declara el final de la oración, y es posterior a cualquier otro signo.

Caso 41: Lay's

Se trata de un aviso de vía pública, instalado en trenes y en andenes. A diferencia del caso La Robla, este cartel sí fue diseñado por profesionales, ya que la marca pertenece a una agencia internacional de mucho prestigio y años operando en la Argentina.

El texto central, vale decir, el mensaje principal del cartel “Ideales para comer parado, sentado y colgado” no reviste problema alguno, lo que tiene un problema de concordancia es el eslogan, la frase que seguirá cada uno de los mensajes de la marca, sin importar el soporte o vehículo publicitario.

El eslogan dice: □“Sobran momentos, faltaban Lay's”. En esta frase hay una marcada falla en la concordancia temporal de los verbos del primer miembro y el segundo.

Las formas que tendrían concordancia temporal serían:

1. “Sobran momentos, faltaban Lay's”.
2. “Sobran momentos, faltan Lay's”.

El caso 1 aparece como el correcto, ya que el pasado durativo de “sobran” alcanza al presente, en el cual aparece Lay's y da por terminado que esos momentos no fueran aprovechados. En el caso 2, donde todo lo que ocurre es en un presente (Sobran momentos,[...]) y no es solucionado por Lay's, porque también falta ([...]faltan Lay's) se presenta como la opción a descartar.

Se deduce que los redactores intentaron describir un presente lleno de oportunidades que no podían ser aprovechadas por falta de Lay's, pero en ese intento subvirtieron la concordancia temporal.

Como dato accesorio, los empaques que aparecen en la gráfica tienen una leyenda que dice □“Queso crema & cebolla”, lo cual consiste en una enumeración fallida, ya que se ha omitido la coma entre /queso/ y /cebolla/.

Caso 47: Sopas Knorr

Es un aviso de revistas, con una prosopopeya o personificación como principal figura retórica, que pone a decir cosas a un rinoceronte. La frase en cuestión es la que sigue: □“NO JEFE, RINO NO VA MÁS”. En esta frase está ausente la coma obligatoria antes y (en este caso) después del vocativo, que es /jefe/. La *Ortografía* 2010, respecto de este tema puntualiza:

Se aíslan entre comas los sustantivos, grupos nominales o pronombres personales que funcionan como vocativos, esto es, que se refieren al interlocutor y se emplean para llamarlo o dirigirse a él de forma explícita [...]. Como vocativo es obligatorio el uso de la coma: *Alberto, escribe bien*; en cambio, es incorrecto ponerla cuando el grupo nominal

o el pronombre deben interpretarse como sujeto [...] *Alberto escribe bien.*

Cuando el vocativo arranca la oración, su otra delimitación es el punto que cierra la oración anterior o el mero comienzo de párrafo.

Caso 48: El libro de Eduardo Duhalde

Se trata del título del ensayo que el dirigente político escribió respecto del tema del narcotráfico. El título dice: □“Es hora que me escuchen”. La comisión de error en este caso es un queísmo, que tiene que ver con la supresión indebida de la preposición /de/. El caso opuesto es el dequeísmo, que es la colocación indebida de la misma preposición. Llama la atención una cosa: que la editorial responsable pertenece a una prestigiosa universidad privada argentina. Otro apunte es que en otra frase se omite la tilde en la palabra /ACCIÓN/, seguramente debido a que se trata de una mayúscula.

Caso 50: EKI 1

Se trata de un afiche promocional pegado en la parte interna de la vidriera de un local de la zona de Capital Federal. La frase es: □“Los mejores precios cerca tuyo! En este caso, sin perjuicio de señalar el no haber usado signo de exclamación de apertura, la frase comete el error de utilizar un posesivo en lugar de una frase adverbial locativa. Muy posiblemente el afiche no haya sido llevado a cabo por un profesional, ya que muchas veces este tipo de elementos de promoción son confeccionados o mandados a confeccionar por el personal de las sucursales.

Caso 51: EKI 2

Es otro afiche adherido a la parte interna de la vidriera, en un local de la zona del Microcentro. Su objetivo no es claro, ya que el contenido del mensaje es anfibológico: pareciera tentar a formar parte del equipo de EKI, vale decir, trabajar en esa sucursal. El texto —al igual que el otro, de seguro, no creado por un profesional— dice: □ “Hay super ekipo (luego la frase se interrumpe con una ilustración) ESTAMOS!!! ... ESTÁS??? En esta composición, se incurre en dos errores: 1) se omiten los signos de apertura en los dos casos (exclamativo e interrogativo) y 2) se hace uso incorrecto de los puntos suspensivos en concurrencia con otro signo, en este caso el de exclamación. Respecto de estos usos, la *Ortografía* 2010 dice:

En la escritura actual, los signos de exclamación e interrogación son signos dobles; así pues, deben colocarse de forma obligatoria al comienzo y al final de la secuencia correspondiente [...] Es incorrecto suprimir los signos de apertura (¡,¿) por imitación de otras lenguas en las que únicamente se coloca el signo de cierre [...]. (Capítulo 3, pág. 388).

*

* Esta palabra, con omisión de tilde, entra en el texto en forma poco ortodoxa, debido a una aceptable búsqueda de énfasis.

En cuanto al uso de varios signos de exclamación para enfatizar una cláusula, la *Ortografía 2010* se expide apuntando que:

En obras literarias, así como en textos con fuerte carga expresiva, como los publicitarios o los propios registros informales, es posible escribir dos o tres signos de exclamación para indicar mayor énfasis en la expresión exclamativa: *¡¡¡Traidor!!!* (Capítulo 3, pág. 393).

Caso 54: Arena construye

Es un afiche de propaganda política de un concejal que se postulaba a una banca en la Legislatura de la Ciudad de Vicente López. El texto dice: □ “ARENA CONSTRUYE CON VOS (no hay punto de cierre) TE SUMÁS?

El caso no difiere demasiado con el 51, se trata de la omisión del signo de interrogación de apertura. A pesar de ello, es de remarcar que se trata de un postulante a un puesto político y que, como potencial comunicador a una parte de la ciudadanía, debería tener mayor prurito a la hora de la administración de la lengua española. En este caso hay una clara copia de la norma del inglés o del francés, entre otras lenguas, que no hacen uso del signo de interrogación de apertura.

Caso 55: Gobierno de la Provincia de Buenos Aires

Es un caso similar al anterior, pero en este caso tiene relación con el signo de exclamación. En el particular, se trata de una comunicación política también, pero esta vez del Gobierno de la Provincia de Buenos Aires. Es una sola palabra: □ “Creamos!” Aquí lo importante —o inquietante— tiene que ver con que el afiche busca captar a la mayor cantidad de público posible, ya que da cuenta de un logro alcanzado por ese gobierno. Entonces la falta ortográfica —de alguna manera legitimada por la autoridad en la redacción que un gobierno provincial pudiera tener— recibirá un impulso poderoso para alcanzar a millones de personas, que verán como natural que el signo de exclamación se use sólo al final, como por ejemplo, en inglés o francés.

Caso 59: La Robla

Se trata de un cartel de vía pública, absolutamente tipográfico que adolece de varios problemas. El primero de ellos tiene relación directa con un incorrecto uso de los idiolectos, ya que comienza dirigiéndose al receptor con un modismo propio del habla argentina o rioplatense (Pará, pensá, largá) y salta sin solución de continuidad a un modismo típico de España (vente). Sin embargo el principal problema se centra en la puntuación de las oraciones, ya que todas las expresiones enfáticas (□Pará!, □Dónde?, □hombre!) no cuentan con el signo de apertura, vale decir, se escribieron al uso del inglés o del francés. Curiosamente, las palabras están todas bien tildadas, tanto las interrogativas como las agudas terminadas en vocal. A su vez, omiten la mayúscula en □hombre! De más está decir que se pone seriamente en duda que este cartel haya pasado por las manos de un diseñador gráfico profesional.

Caso 61: Recital de Roger Waters

El hallazgo se hizo en un afiche de vía pública, y la frase en cuestión es: □ “NOVENA Y ULTIMA FUNCION: CAMPO PARADO”. En otro apartado ya se analizó la relación

entre tildes y mayúsculas, pero se marca que faltan en /última/ y en /función/. En este caso la cuestión tiene que ver con una coma que aporta sentido al enunciado. Tal como se aclaró en otros pasajes, el error no inducirá a interpretaciones confusas, pero eso no lo justifica, simplemente porque el texto ha de haber sido confeccionado por uno o varios profesionales. Tal como está, luego de los dos puntos se interpreta que la novena y última función se dará en un campo que estará parado. Adicionando la coma, el enunciado adquiere sentido: “novena y última función: campo, parado”. En este caso se lleva a cabo una elipsis de la preposición /de/.

Caso 62: El caso Cáritas, EDNA (Equipo Diocesano de Niñez y Adolescencia) y Consejo Publicitario Argentino.

Tal como se anticipó en otro punto, existe un aviso que más allá de las omisiones de tildes obligatorias en mayúsculas, incurre en otro error similar al cometido en el caso 47: la supresión de la coma para aislar al vocativo. La frase es: □“YA ESTÁS GRANDE ESTUPIDO”. Entre los casos tratados en relación a la omisión de tildes obligatorias en las mayúsculas, se buscaba una poco sustentable justificación que tenía que ver con argumentos historicistas, que admitían la ausencia del signo ortográfico aduciendo cuestiones de composición. Aquí, en esta frase, el argumento no funciona, ya que la coma no altera en absoluto ninguna línea de diseño, y por otro lado, los tipos correspondientes a la coma, en los más antiguos métodos de impresión, eran independientes como cualquier otra letra.

Caso 63: Megabola

Este aviso de vía pública pertenece a un producto de la Lotería de la Provincia de Buenos Aires. Es un caso muy parecido a los 50, 51, 54, 55 y 59, pero sobre todo al 51 de EKI. El texto en cuestión es: □ “Probá, cambiá... y ganá!!!”. En esta ocasión se cometen dos faltas: 1) los puntos suspensivos van seguidos de minúscula y 2) se omiten los signos de exclamación de apertura. Al igual que en el caso 55, se ve involucrada la Provincia de Buenos Aires, en la persona jurídica de la Lotería Provincial; y asimismo, el error vuelve a presentarse en un productor de circulante simbólico que reviste una supuesta solvencia a la hora de servirse de la lengua escrita.

Sub-unidad palabras inventadas (neologismos)

Caso 14: Cerveza Bajo Cero de Quilmes y caso 15 empaque de Savora

El hallazgo en los dos casos tiene que ver con el neologismo.

Respecto de Quilmes, se trata de un aviso color, a página, sin muchos brillos publicitarios: una botella recortada sobre un fondo que pareciera hielo, junto a ella algunos textos. Uno de ellos, se transcribe textual: “Quilmes Bajo Cero se elabora mediante un novedoso proceso de filtrado a dos grados Bajo Cero que da como resultado una cerveza que se destaca por su suavidad y □refrescancia”.

El texto tiene coherencia y su construcción es aceptable, a pesar de expresar la magnitud en letras (dos grados por 2°) y el uso de mayúsculas para /bajo cero/, pero esta última se la considera un recurso relacionado con el nombre comercial.

En cuanto a Savora, se trata del envase dispensador, más exactamente el dorso del sobre, en el cual se puntualizan algunos beneficios del uso de la mostaza; entre ellos que □“Sella y da crocancia”.

El primer paso a seguir, frente a estas palabras que inicialmente llaman la atención fue la de buscarlas en el DRAE (<http://www.rae.es>), parámetro incontestable de la existencia o no de un término. En la transcripción textual de los resultados de la versión en línea del diccionario, se mantienen la tipografía original:

Aviso

La palabra *refrescancia* no está en el Diccionario.

Aviso

La palabra *crocancia* no está en el Diccionario.

Por lo tanto las dos palabras constituyen neologismo. El DRAE propone dos acepciones para neologismo: 1) Vocablo, acepción o giro nuevo en una lengua y 2) Uso de estos vocablos o giros nuevos. Según M.M. García Negroni (2010), existen dos formas de neologismos: los de forma y los de sentido o semántica. Los de forma tienen varios mecanismos como la composición (unión de dos o más palabras entre sí), la derivación con prefijos y sufijos; la formación desde términos del griego o el latín; la formación a partir de siglas, acrónimos o por acortamiento y por préstamo de términos extranjeros. Los neologismos de sentido se relacionan con la obtención de nuevos sentidos a través de significantes existentes. En algunos casos se logra a través de la lexía compleja de vocablos existentes; en otros casos es la mudanza de categoría de un término y por último el uso de metáforas formadas por cláusulas completas.

Para estos dos términos, □refrescancia y □crocancia, el camino para determinar su construcción se puede transitar por el descarte: no son neologismos de sentido. Se puede verificar si son de forma: no se ajustan al que toma a la unión de palabras, no parecen contener términos del griego o del latín, no surgen de una sigla, un acrónimo o un acortamiento y tampoco pareciera un préstamo. La conclusión parece acercarse al método que tiene relación con prefijos y sufijos, en particular a la sufijación. La deducción es la siguiente: a los adjetivos /refrescante/ y /crocante/ se les adicionó el sufijo -ancia-, en el intento de lograr de esa manera un sustantivo abstracto como se hace —correctamente— en el caso, por ejemplo, de /ignorancia/, que proviene del adjetivo /ignorante/ o /reflectancia/, que proviene de /reflectante/. Por supuesto que muchos términos que hoy usamos de la forma más natural, es seguro que se iniciaron como neologismos, pero su fuente de producción por lo general provino de la ciencia o del ámbito académico. Se estima que una revisión de la composición general del texto que obligó a usar □refrescancia podría haber salvado la creación de un neologismo. Tal vez el redactor consideró que el remate de la frase de Quilmes no hubiese sido tan “redondo” de haber sido “[...] da como resultado una cerveza que se destaca por su suavidad y su capacidad de refrescar”. Para Savora la cosa podría haberse solucionado usando “Sella y deja crocante”, por ejemplo.

Unidad especial 2: transgresiones a la norma con fines políticos, ideológicos o similares.

Caso 64: María José Lubertino

Es un afiche de propaganda política, una postulación a jefe de gobierno de la ciudad de Buenos Aires, anterior a las elecciones primarias. El texto dice: □ “LA CIUDAD PARA TODAS Y TODOS”. En este mensaje se lleva a cabo una redundancia, un circunloquio innecesario, glosando a la *Nueva gramática de la lengua española*, ya que se hace caso omiso de la existencia del genérico masculino para nombrar a todos los habitantes de una ciudad. Esta redundancia responde a un clima político contextual relacionado con una propensión a defender la diferencia de género a través del discurso, aduciendo que la lengua española es machista, ya que usar el genérico masculino /todos/ es una suerte de discriminación hacia el género femenino. No está en el espíritu de este trabajo abrir un juicio respecto de esta afirmación, pero las normas de la lengua son claras, y al respecto, la *Nueva gramática de la lengua española* (2010), es meridiana:

El masculino es en el español el GÉNERO NO MARCADO, y el femenino, el MARCADO. En la designación de personas y animales, los sustantivos de género masculino se emplean para referirse a los individuos de ese sexo, pero también para designar a toda la especie, sin distinción de sexos, sea en singular o en plural. Así, están comprendidas las mujeres en *Un estudiante universitario tiene que esforzarse mucho hoy en día para trabajar y estudiar a la vez [...]*. En el lenguaje político, administrativo y periodístico se percibe una tendencia a construir series coordinadas constituidas por sustantivos de persona que manifiesten los dos géneros [...]. El circunloquio es innecesario en estos casos, puesto que el empleo del género no marcado es suficientemente explícito para abarcar a los individuos de uno y otro sexo. (Capítulo 2, pág. 25).

Caso 65: violencia de género

Se trata de un aviso de vía pública con el tinte solidario y comprometido de los casos 10 y 11. Es una campaña que se suma a la lucha contra la violencia de género. Varias empresas firman al pie del aviso en señal de solidaridad con la causa. La frase es la que sigue: □ “La violencia de género nos afecta a tod@s. Entre tod@s terminémosla”. El uso del arroba (@) es una tendencia que se inició en la informática, pero con otros fines. Luego, la lucha discursiva por la diferencia de géneros se apropió del término. La *Ortografía 2010* coloca al signo de arroba en la lista de los signos no alfabetizables, vale decir, que no pueden usarse como signos lingüísticos (cfr. Apéndices, pág. 719). A su vez, respecto del uso del símbolo arroba (@) en el rol incorrecto de signo lingüístico, el portal FundéuBBVA Fundación del español urgente (<http://www.fundeu.es/consultas.html>), responde, ante la consulta de un cibernauta, citando a una autoridad en la lengua española (se transcribe respetando el formato presente en el portal):

DEFINICIÓN

@ para el género

03/06/2009

Me gustaría saber si el signo @ está admitido para referirnos a ambos géneros. Es muy habitual leer «compañer@s» en escritos y comunicados.

Le copiamos lo que dice al respecto el Diccionario panhispánico de dudas:

Para evitar las engorrosas repeticiones a que da lugar la reciente e innecesaria costumbre de hacer siempre explícita la alusión a los dos sexos (los niños y las niñas, los ciudadanos y ciudadanas, etc.), ha comenzado a usarse en carteles y circulares el símbolo de la arroba (@) como recurso gráfico para integrar en una sola palabra las formas masculina y femenina del sustantivo, ya que este signo parece incluir en su trazo las vocales a y o: *l@s niñ@s. Debe tenerse en cuenta que la arroba no es un signo lingüístico y, por ello, su uso en estos casos es inadmisibles desde el punto de vista normativo; a esto se añade la imposibilidad de aplicar esta fórmula integradora en muchos casos sin dar lugar a graves inconsistencias, como ocurre en *Día del niñ@, donde la contracción del solo es válida para el masculino niño.

Caso 66: RENCAP

Para comenzar, la contracción o sigla RENCAP, no se corresponde con su expresión completa: Registro de Empresas y Trabajadores de Control de Admisión y Permanencia. En el caso del mensaje, la captura se hizo de un autoadhesivo puesto en la ventanilla de un colectivo, pero también se registraron afiches de pequeño tamaño en la vía pública. El caso es de doble error: uno de ellos tiene que ver con el uso del símbolo arroba, idéntico al del caso 67; el otro con el uso indebido de las mayúsculas. Se transcribe la frase: □“Si fuiste agredid@ o discriminad@ por el personal de un Boliche [...] La denuncia puede ser hecha por el **Damnificado** sus **Familiares** y **Amigos** o por **Testigos** del hecho.

Caso 67: Alfredo Brandon

Es un afiche de vía pública, con fines políticos, dirigido a las elecciones para Jefe de gobierno de la ciudad de Buenos Aires, con mucha anticipación a las primarias. El candidato luego desapareció del ambiente político. El mensaje decía: □“Vamos x + ciudad”. Este es un caso de uso de símbolos no alfabetizables similar al del símbolo arroba, pero en este caso se deduce que los objetivos difieren un tanto. En el caso 66 había una clara inclinación hacia la cuestión de la defensa de género, en exclusiva del género femenino. En el caso 67, el uso del símbolo arroba tenía que ver con la equivocada búsqueda de garantizar que ambos sexos se vean representados, eludiendo el uso de lo que la gramática española prescribe, que es el uso del genérico masculino. En el caso del presente análisis, el uso del signo de multiplicar, cuya expresión fónica es /por/, y del signo de suma, cuya expresión fónica es /más/ tiene como objeto —se infiere— el acercarse al lenguaje usual de los más jóvenes a la hora de simplificar (o enrarecer) los mensajes enviados por el teléfono celular, por correo electrónico y especialmente a través de Twitter, para lograr decir lo mismo pero más resumido o económico en caracteres, ya

que el sistema tiene un límite de 160. Este político buscó darle a su mensaje esa impronta antonomástica de lo juvenil.

Caso 68: Cristina Kirchner

Es muy similar al caso anterior. El mensaje de Cristina Kirchner tiene similares objetivos que los de Brandon, y usa prácticamente los mismos símbolos (omiten la tilde en educación, lo cual comporta una absoluta paradoja), ya que necesita decir “por más”. El mensaje es el que sigue: □“X + educacion = inclusión”. Por otro lado, además del uso indebido de signos no alfabetizables, la oración supone un solecismo, ya que “traducida” a signos lingüísticos queda de la siguiente forma: “Por más educación igual inclusión”. No hay concordancia entre los vocablos y no forma una oración coherente.

Una mirada global

Se han analizado hasta aquí 30 casos sobre 68, algunos de los cuales participaron en dos categorías. La sensación es de que los errores no parecen ser involuntarios, a excepción de los casos 9 (Converse) y 17 (La Caja ART). Esta conclusión provisional lleva a algunas reflexiones. Si los errores no son involuntarios, vale decir, los creadores de los mensajes conocen las reglas pero deciden transgredirlas, y hay de ello algunas pruebas (en un mismo aviso hay mayúsculas no tildadas y tildadas), pareciera que el camino tomado toma dos rumbos. Un rumbo posible es que dichas transgresiones a las reglas se enquisten y lejos de mejorar empeoren por mimetismo de generación en generación de comunicadores. Otro camino, el más esperable, es que, de alguna manera se pueda alertar a las nuevas generaciones de que es posible crear mensajes interesantes sin necesidad de doblarle el brazo a la norma. El presente trabajo abona una tímida esperanza al respecto. Otra mirada marca que la búsqueda de énfasis, de efecto, de impacto está por delante del respeto por la ortografía. Entre ¡¡¡Ganó!!! y □Ganó!!! ¿Qué diferencia puede haber? Incluso bien mirado, los seis signos de exclamación llaman más la atención. ¿Se puede hablar de descuido? ¿Se puede hablar de mimesis de la construcción de otras lenguas, buscando algún toque especial? La primera impresión es que existe una suerte de relajación, de molicie ante la incorrección o tal vez algo más peligroso: la ignorancia. A un profesional que conoce las normas y las elude, se le puede fácilmente llamar a respetarlas. Hay un viejo adagio que dice que para transgredir las reglas primero hay que conocerlas y dominarlas. En el caso de un profesional que no conoce las normas, difícilmente se lo pueda llevar a escribir con corrección, lisa y llanamente porque no puede. No ve el error. Convive con el error sin notarlo. Pero en este punto pareciera sano expresar que voluntariamente se dejó de lado una cantidad mucho mayor de avisos que estaban escritos con toda corrección, ya que lamentablemente, no conformaban el núcleo de estudio. No se trató de un trabajo comparativo, no se trató de una auditoría. Sin embargo, se transcriben los textos provenientes de un aviso de vía pública de Bagó, que dicen: “Bagóvit solar” “¡NUEVA! PANTALLA SOLAR EMULSIÓN SPRAY FPS 30 CON REPELENTE DE INSECTOS”. “ALTA PROTECCIÓN SOLAR CON REPELENTE DE INSECTOS NO TÓXICO”. El aviso está escrito en mayúsculas y en ninguna se omitió la tilde, así como tampoco se dejó de usar el signo de exclamación de

apertura. Es un aviso confeccionado por profesionales, tan profesionales como los que llevaron a cabo la mayoría de los mensajes que se analizaron hasta aquí.

Pero ¿qué lleva a los comunicadores a ignorar —voluntaria o involuntariamente— las reglas de la ortografía? Este trabajo no era lugar para diseñar una investigación formal, ya que se trató de una investigación exploratoria, un rastillaje grosero que pretende abrir el juego, despertar la inquietud de otros pares. Esto llevó a concretar una encuesta informal con el objeto de sondear algunos de los motivos por los cuales se eluden las reglas ortográficas en la comunicación. Se hicieron algunas preguntas a un grupo de diseñadores gráficos, redactores, directores de arte y creativos publicitarios, entre otros.

Datos (un tanto informales) para pensar

Desde ya se aclara que dicha encuesta no tiene el objetivo de sustentar ninguna hipótesis, de seguro transgrede alguna regla (o varias) de los buenos y sanos métodos de investigación, y el número de casos no busca para nada ser representativo de la población de profesionales involucrados. El único objetivo de esta acción tiene que ver con descubrir, con estimar, inferir, cuáles son las razones que presentan los profesionales de la comunicación a la hora de saltar por encima de alguna regla ortográfica, sobre todo teniendo en cuenta el párrafo proveniente de la *Ortografía* 2010, transcripto casi completo en el punto “Descripción del proyecto” (pág. 2). Las preguntas fueron planteadas sin ocultamientos, y si se mantuvo el anónimo, no fue por solicitud de los interrogados —tener un error ortográfico no es un delito ni mucho menos— sino porque el método utilizado no fue el más ortodoxo y algunos valores pueden y seguramente, no son extrapolables. Queda entonces aclarado que los resultados se constriñen al universo de la muestra encuestada.

Se eligieron tres preguntas que representaban a los errores de ortografía más concurridos. Las respuestas fueron sumamente variopintas, pero se cruzaban en valores esenciales, por lo que con voluntad, pudieron agruparse sin demasiado inconveniente. De la misma manera, se eligieron las respuestas más claras y definidas y se incluyeron a las más vagas y elusivas o a aquellas que reconocían la ignorancia de los porqués, en la categoría de “otras”. Asimismo se trató de universalizar la variedad de matices relacionados con la expresión. Dentro de la muestra entraron, en la medida de lo posible, profesionales de similares trayectorias y experiencias, y por supuesto, todos relacionados con la comunicación.

A setenta y tres personas se les hicieron las siguientes preguntas:

1. ¿Por qué usan mayúsculas cuando no corresponden?
2. ¿Por qué no usan tildes en las mayúsculas?
3. ¿Por qué no usan signos de apertura en las interrogativas y exclamativas?

A la pregunta número 1, las respuestas fueron:

Porque queda más balanceado el texto, más expresivo: 22

Para destacar alguna palabra funcional al mensaje: 14

Las uso cuando corresponde: 9

Porque si no, no tiene onda: 8

Es la tendencia: 7

Porque así se lo ve en general (o similares respuestas): 7
Otras: 6

A la pregunta número 2, las respuestas fueron:

Para no afectar la línea visual del texto: 25
Siempre pongo las tildes: 16
Porque hace difícil ubicar el texto: 12
Porque se deducen del contexto: 6
Porque las mayúsculas no llevan tildes: 5
Otras: 9

A la pregunta número 3, las respuestas fueron:

Yo uso los dos signos: 21
La gente está acostumbrada, ve el otro signo, lo deduce: 21
Es lo que se usa en general: 17
Nunca me lo pregunté: 7
Para darle una onda más internacional: 3
Otras: 4

Algunas reflexiones más

Se dijo sobradamente que este trabajo distaba mucho de rastrear responsables o culpables, ya que de hecho no los hay. No hay culpa posible ante un error de ortografía, simplemente la naturalización del mismo —esto se dijo también— atenta contra el buen uso de la lengua. La lectura de las respuestas da a entender que los profesionales, en su gran mayoría, conocen o dicen conocer las normas, pero en muchos casos prefieren seguir los dictados de su profesión o de las tendencias imperantes. En otro sentido, muchas veces el comitente pone algunas reglas que el comunicador tiene que seguir y la presión de conservar el trabajo no es poca. Adicionalmente, la experiencia laboral del autor de este trabajo le ha hecho ver que muchos profesionales de la comunicación trabajan en condiciones que distan mucho de ser las ideales para llevar a cabo controles rigurosos de los textos. Henrik Johan Ibsen⁶ supo decir que escribir era sentarse a juzgarse a uno mismo. Los escritores dicen que escribir es corregir. Pero para poder corregir hay que tener tiempo y muchas veces ese es un capital con el cual no cuentan diseñadores y otros profesionales que trabajan, directa o indirectamente con la lengua escrita.

Otra realidad es que los profesionales se forman en instituciones de nivel académico universitario, que si bien dictan materias relacionadas con el uso de la lengua escrita y oral, las mismas no son centrales, troncales de su futura profesión. Es un camino arduo el de modificar una ortografía que viene defectuosa desde el inicio, es decir el nivel

⁶ Henrik Johan Ibsen (1828-1906), dramaturgo noruego reconocido como creador del drama moderno por sus obras realistas que abordan problemas psicológicos y sociales. Fuente: Microsoft ® Encarta © 2007. © 1993-2006 Microsoft Corporation.

primario. Los seres humanos adquieren las reglas de su código en la escuela primaria. La ortografía y la ortología, que van de la mano, son disciplinas que deben crecer junto con la persona: una vez que el individuo se formó con una ortografía defectuosa, es muy difícil y requiere un enorme esfuerzo de atención voluntaria el detectar y corregir las fallas. Quien escribe este trabajo se desempeña en varias universidades dictando materias relacionadas con la escritura. Los alumnos son, en muchos casos recién egresados del colegio secundario, y la experiencia directa indica que el nivel de escritura con el cual egresan se encuentra muy por debajo del nivel óptimo, aceptable. La instancia secundaria ya es un ciclo tardío para la corrección del manejo de la lengua y, como ya se ha dicho, el universitario lo es más. Los alumnos universitarios se preocupan más por aquellas materias que —ellos creen— tienen mayor incidencia en su formación profesional que adquirir las herramientas básicas y elementales de la escritura. En las conclusiones finales se verá que se encuentra en la responsabilidad de los profesores revertir esta creencia. Es un ciclo helicoidal que debe ser detenido en algún punto, un proceso en permanente movimiento. Glosando con cierta licencia a Tomás Buch en *Sistemas tecnológicos. Contribuciones a una teoría general de la artificialidad* (1999), se puede decir que el tema de las deficiencias en la educación es una enantiopoesis, esto quiere decir que un hecho aparentemente independiente e incluso opuesto de otro, lo produce, y este último vuelve a afectar al primero, que produce un hecho nuevo, que reinicia el ciclo. Es similar a la retroalimentación, pero no idéntico. Un ejemplo es el de la relación entre la ciencia y la tecnología. La ciencia investiga usando las herramientas que la tecnología desarrolla usando los avances llevados a cabo por la primera en diversos campos. Cuanto mejores herramientas tenga la ciencia, provenientes de la tecnología, mejores resultados obtendrá y mejores descubrimientos entregará a la tecnología. Es un proceso constante de mejora mutua, pero también se puede dar en el sentido inverso. La educación es el peor de los casos: los formados de hoy serán los formadores de mañana. Si bien lo que sigue no tiene relación directa con el núcleo duro de esta exploración, en función de lo expuesto hasta recién, tiene mucha pertinencia presentarlo.

Un caso extremo

Y lo que viene más abajo no tiene la intención de justificar lo expresado en el párrafo anterior, ni siquiera de explicarlo: viene simplemente a presentar una situación, que como el título lo dice, es extrema, y a los ojos del autor, inquietante.

En el Municipio de San Isidro se llevó a cabo, con la participación de niños de escuelas primarias, una campaña para lograr una ciudad más limpia. Los alumnos (del Colegio Da Vinci, entre otros) produjeron mensajes que se instalaron en los volquetes receptores de residuos domiciliarios, diseminados por todo el territorio del municipio. Esta acción busca llamar la atención y favorecer la reflexión en los mayores con un mensaje creado por los niños, con el resultado subsidiario de comenzar a instalar una mentalidad de responsabilidad ambiental desde los primeros años de desarrollo.

Los carteles dicen: □“No te pedimos que limpies sino que no ensucies!”. Existen en la frase —feliz desde la intención—, dos errores: no se abre el signo de admiración, y no se usa coma para separar los dos miembros de la cláusula. El problema que encierran estos dos errores ortográficos excede con mucho el ámbito de este trabajo exploratorio, y sería mucho más justificado objeto de estudio de una investigación sociológica, pedagógica y hasta antropológica, pero se consideró que venía a brindar una pista, un indicio de dónde comienzan los problemas de la ortografía en el ámbito de la Argentina. El cartel que

hicieron los alumnos no pudo haber sido elaborado en soledad, *motu proprio*, tuvo que haber una supervisión de sus maestros, incluso pudo haber estado involucrada alguna instancia de dirección. Y es más, tuvo que haber una selección, seguramente en el seno del gobierno municipal, entre muchos otros, lo cual, sin duda involucra una mínima —o no tan mínima— lectura del contenido. Nadie notó los errores, y el cartel llegó a la vía pública. ¿Dónde reside la responsabilidad? No en los niños, por supuesto, que se supone asisten a una escuela para que les enseñen a no cometer estos y otros errores. Estos carteles denuncian que hay un desconocimiento de las normas de la escritura elemental, de lo básico de la construcción en el idioma español. Esto es un atentado flagrante a la calidad de nuestra lengua, ya que el uso de un solo signo de exclamación es propio —y correcto— de otras lenguas. ¿Hay en este pensamiento un exceso de celo? No pareciera. La cuestión de la coma entre miembros de la oración es admisible, hasta cuestionable, pero la ausencia de signo de exclamación de apertura adquiere estatus de síntoma. Se trata de un mensaje producido en una escuela primaria. ¿Se trata de una benevolencia que se tiene hacia los niños? Flaco favor. Los niños necesitan correcciones, porque a la escuela van por ellas. Luego, ese uso viciado del signo de exclamación se multiplicará en otros. Pero surge una pregunta que inquieta: ¿fue detectado el error? En las teorías que se inscribe en la escuela de la Gestalt se asegura que se ve lo que se sabe. Por lo tanto, es probable que el error, para los encargados de seleccionar la pieza que ganaría su lugar en los volquetes no tuviera existencia perceptible.

¿Y qué tienen que ver con esto los diseñadores y otros profesionales relacionados con la comunicación pública? Un profesional de la comunicación inicia su ciclo en una escuela primaria. Así de simple, y así de incómodo. Sin embargo, toda especulación sobre este tema, no sustentada por datos precisos de investigación enfocada, corre el riesgo de transformarse en *doxa* y alejarse de la *episteme*. Esto último obliga a volver al cauce del presente trabajo. Sin olvidar lo antedicho, ¿cómo puede un profesional de la comunicación colaborar con cortar, desactivar este círculo de acumulación de defectos de la lengua: ofreciendo un marco lingüístico que tienda al enriquecimiento y no a la pauperización de la lengua. En brindar un paradigma que sirva para la comparación, el modelaje del uso de la lengua escrita, un canon adecuado para que ante la duda, las profesiones relacionadas contengan y provean de una red de contención, un manual circunstancial, una guía elemental. El universo lingüístico que rodea a los niños —en este caso en particular, sin perjuicio de muchos adultos que tienen dudas—, plasmado en los dispositivos diseminados por la vía pública, en las revistas, en los diarios, en la televisión y en la radio (desde el punto de vista de la ortología, que también merecería un estudio aparte) debería ser un referente a la hora de despejar controversias. Ya se ha dicho en otra parte de este trabajo: no todos tienen la costumbre, el método o la oportunidad de recurrir a las instancias bibliográficas que auxilian en casos de duda, en caso de necesidad; entonces la comunicación profesional es la vía posible. Hubo un tiempo en que los diarios constituían manuales de estilo, manuales de ortografía y sintaxis, y los avisos de publicidad o similares no les iban en zaga. Simplemente porque existía un prurito instalado de excelencia, de apego a la norma. Los comunicadores, al elegir su profesión, eligen también la realidad de que sus productos son creadores de circulante simbólico, son creadores de cultura, en el sentido antropológico de la palabra. Se impone a esta altura dejar en claro en este fragmento que de ninguna manera los profesionales de la comunicación deben asumir la responsabilidad de reemplazar a un sistema educativo que

puede tener deficiencias; eso sí: tienen la responsabilidad de, por lo menos, no colaborar con el empobrecimiento de la lengua.

Dos casos especiales

Antes de abordar las conclusiones finales, en este trabajo se tomará la libertad de presentar dos casos que se los puede definir como simpáticos. Algo así como un *bonus track* —*semel in anno licet insanire*⁷—que busca cortar con el tono reflexivo sostenido hasta este punto y preparar para abordar las conclusiones finales con más soltura, que más que conclusiones, serán humildes aportes.

Caso El Cuartito

En la tradicional y conocida pizzería El Cuartito, de la Capital Federal, existen un par de carteles, los típicos de chapa enlozada, remachados a la pared que rezan: “Prohibido escupir en el suelo”. Como se puede notar, la frase no lleva antepuesto el signo □ que marca algún tipo de incorrección, ya que no la tiene, desde lo sintáctico y no la tiene desde lo semántico, así como tampoco desde lo ortográfico. El problema es fundamentalmente pragmático. El cartel pareciera autorizar a escupir sobre las mesas, las paredes, las vidrieras e incluso sobre el mozo, pero no en el suelo. Una curiosidad que sobrevive desde 1934, año de apertura de El Cuartito.

Caso Scrabble

Se trata de un aviso de gráfica de muy sencilla confección, sin estridencia alguna, pero tal como es tradicional en publicidad, cuando una idea, desde lo creativo es excelente, por lo general es barata y fácil de llevar a cabo, y lo que es más: impactante.

El aviso, con fondo de absoluto verde inglés, tiene en la primera parte las imágenes de dos fichas de Scrabble, la /ka/ y la /e/, cuyos valores son 5 y 1 respectivamente. Debajo de estas fichas hay un texto entre paréntesis que dice: “6 puntos”. Más hacia el centro del aviso aparecen tres fichas: la /q/, la /u/ y la /e/, con valores 10, 1 y 1 respectivamente. Debajo de las fichas, entre paréntesis dice: “12 puntos”. Alineado verticalmente con las imágenes de las fichas, cierra un texto que dice: “El valor de escribir bien, idiota”. Firma el aviso, a la derecha, Scrabble. Brillante.

A modo de conclusión

La relación que los seres humanos tienen con su lengua materna es de violencia. Violencia porque la lengua es una herencia que se recibe compulsivamente de los antecesores, hecho cultural naturalizado contra el cual, ninguna voluntad puede nada. Los padres la entregan a sus hijos, y ellos a su vez la entregarán a la generación posterior. Luego sobrevendrá un aprendizaje exógeno a la familia, basado en esa lengua, una escolarización que, en muchos casos culmina en una profesión. Pero siempre la base de aprendizaje se sustenta en la lengua. El ser humano basa su existencia en los intercambios simbólicos transmitidos a través de la lengua. Los hombres se explican, se cuentan el mundo a través de signos lingüísticos. El manejar la lengua con precisión favorece todo su desarrollo como miembro de la sociedad. Ya 500 años antes de Cristo, en la Antigua Grecia, pasado el tiempo de las expropiaciones llevadas a cabo por los tiranos Gelón y

⁷ Proviene del latín y significa: una vez en el año conviene o es lícito cometer una locura.

Hierón, aquellos que desearan recuperar sus propiedades, debían tener un manejo exquisito de la oratoria, con el objeto de lograr persuadir a los jueces. No importaba la justicia, sino saber decir, saber usar la lengua. En la actualidad existen numerosas disciplinas que basan su éxito en un manejo adecuado de la lengua escrita. Y muchas de las profesiones relacionadas con el uso de la lengua escrita, todas las relacionadas con la comunicación, son productoras de mensajes significativos; desde el contenido inmanente y desde el continente. En el proceso de la comunicación no sólo importa el *qué*, sino también, y mucho, el *cómo*. Escribir, □“Te voy a matar!”, desde el significado y desde una mirada inmanente, transmite lo mismo que “¡Te voy a matar!”, pero desde el plano del significante reviste muchas fallas, fallas que de “colarse” en el universo lingüístico cotidiano, se transforman en una amenaza para la calidad de la lengua.

El título de este trabajo es taxativo: “La responsabilidad del diseño gráfico y disciplinas asociadas en la defensa de la identidad y calidad de la lengua española”. De más está aclarar que cuando se habla de diseño gráfico se lo hace como una suerte de sinécdoque de la parte por el todo. Y ese todo es la comunicación. Los comunicadores son responsables en la defensa de la identidad y calidad de la lengua, y las siguientes conclusiones o más que conclusiones, aportes para la reflexión, intentarán demostrarlo.

1. Un profesional de la comunicación debe ser consciente de que produce mensajes significativos, que son tomados por los receptores como norma y parámetro de escritura, más allá de sus contenidos inmanentes.
2. Un profesional de la comunicación ha superado la instancia de relacionarse con la lengua de forma compulsiva, con ella tiene una relación de usuario-herramienta.
3. El profesional de la comunicación está capacitado para cumplir un rol activo a la hora de desactivar procesos arrastrados por un sistema educativo que parece presentar algunas falencias.
4. El profesional de la comunicación debe reflexionar con cuidado antes de poner a la lengua al servicio de sus necesidades creativas, velando porque los productos finales no produzcan un empobrecimiento del código.
5. El profesional de la comunicación debe sentir que es pieza activa en una enorme estructura que es la lengua española, hablada por alrededor de cuatrocientos millones de seres humanos.
6. El profesional de la comunicación, cuando ha asumido el rol de docente, tiene que intentar ajustar la mirada y ver más allá de la mera producción de la disciplina que enseña, con el objetivo de formar profesionales que continúen con la tarea de preservar la identidad de la lengua española.
7. El profesional de la comunicación tiene que asumir que la lengua es una herramienta, y tal como lo hace con el resto de las que usa para su trabajo, debe cuidarla y mantenerla intacta.

Finalmente, es de la opinión del autor de este trabajo, que aportará muchísimo en la mejora del manejo de la lengua española de los profesionales de la comunicación, el contar con una herramienta institucional de consulta entre pares. Existen muchos recursos, sobre todo en Internet, pero todos ostentan un determinado solipsismo que anula la capacidad de auxilio, ya que no aportan respuestas situadas, vale decir, con una actitud empática, de “ponerse en los zapatos del otro”. Ya se lo afirmó en una de las primeras

reflexiones de este trabajo: los manuales son áridos, taxativos, mientras que un profesional de la comunicación con manejo amplio de la lengua escrita puede ayudar mucho más, ya que puede comprender mejor la duda de su par. Hablan un mismo idioma o por lo menos dialectos comparables. Se trataría de una especie de foro virtual integrado por profesionales —en principio— de una pequeña comunidad hispanoparlante, para luego extenderlo gradualmente a toda la geografía del idioma. ¿Utopía? Tal vez. Alguien dijo alguna vez: “Puedes decir que soy un soñador, pero no soy el único”.

Anexo 1

Cuadro de registro del corpus completo.

Unidad 1: la palabra						
Caso	Sustrato	Referente	Acción	Palabra, oración, frase (textual)	Error	Lo correcto es
1	Vía pública	Cablevisión	Publicidad	Vivi la television como nunca antes	Ausencia de tildes en /vivi/ y en /television/	Viví la televisión como nunca antes.
2	Vía pública	Peluquería L'excellens	Publicidad	Salon unisex [...] Peluquerías	Ausencia de tildes en /salón/ y /peluquerías/	Salón unisex [...] Peluquerías
3 y 3 bis	Vía pública	Halls XS	Publicidad	"No, miento si digo que soy el unico referente del equipo."	Ausencia de tilde en /único/.	"No, miento si digo que soy el único referente del equipo".
4	Vía pública	Farmacia Suizo	Publicidad	Perfumeria	Ausencia de tilde en /perfumería/	Perfumería
5	Marquesina	Ona vía pública	Publicidad	Ingenieria en letreros	Ausencia de tilde en /ingeniería/	Ingeniería
6	Marquesina	Ona vía pública	Publicidad	Via publica	Ausencia de tildes en /vía/ y /pública/	Vía pública
7	Editorial	Libro	Ensayo	Los simbolos biblicos	Ausencia de tildes en /símbolos/ y /bíblicos/	Los símbolos bíblicos
8	Editorial	Libro	Ensayo	Lexico de los simbolos	Ausencia de tildes en /léxico/ y /símbolos/	Léxico de los símbolos
9	Vía pública	Converse	Publicidad	Tenés derecho a ser joven	Tilde impropia en /joven/	Tenés derecho a ser joven.
10	Gráfica revistas	Cáritas, Equipo Diocesano de Niñez y Adolescencia, Consejo Publicitario Argentino	Propaganda	Inutil	Ausencia de tilde	Inútil
11	Gráfica revistas	Cáritas, Equipo Diocesano de Niñez y Adolescencia, Consejo Publicitario Argentino	Propaganda	Ya estas grande estupido	Ausencia de tilde en /estás/ y /estúpido/, ausencia de coma obligatoria antes del vocativo	Ya estás grande, estúpido.
12	Vía pública	Créditos Fénix	Publicidad	Créditos Fenix	Ausencia de tilde en /fénix/	Créditos Fénix
13	Vía pública	Páginas amarillas	Publicidad	Encontra lo que buscas donde lo necesitas	Ausencia de tilde en /encontrá/, /buscás/ y /necesitás/. Ausencia de coma o punto entre los miembros.	Encontrá lo que buscás, donde lo necesitás.
14	Gráfica revistas	Quilmes	Publicidad	[...] una cerveza que se destaca por su suavidad y refrescancia.	Uso de un término inexistente	[...] una cerveza que se destaca por su suavidad y capacidad de refrescar.
15	Empaque	Savora	Cualidades del producto	Sella y da crocancia	Uso de un término inexistente	Sella y deja crocante.
16	Vía pública	Metrovías	Señalización	Circula por la derecha	Ausencia de tilde en /circulá/	Circulá por la derecha
17	Gráfica revistas	La Caja ART	Publicidad	La Caja ART te proteje	Grafia incorrecta de /protege/	La Caja ART te protege
18	Vía pública	Frávega	Publicidad	Big Fravega	Ausencia de tilde en /Frávega/	Big Frávega
19	Gráfica revistas	Nivea	Publicidad	Menos arrugas. Mas tono en tu piel.	Ausencia de tilde en /más/	Menos arrugas. Más tono en tu piel.
Unidad 1: la palabra, sub-unidad uso de mayúsculas						
20	Vía pública	Recital	Publicidad	13 de Abril	Uso incorrecto de mayúsculas	13 de abril
21	Gráfica revistas	Quilmes	Publicidad	[...] proceso de filtrado a dos grados Bajo Cero que da [...]	Uso incorrecto de mayúsculas	[...] proceso de filtrado a dos grados bajo cero que da [...]
22	Empaque	Jabón Líquido Palmolive	Descripción de producto	Jabón Líquido para Manos	Uso incorrecto de mayúsculas	Jabón líquido para manos
23	Vía pública	Ernesto Sanz	Propaganda	Para Ganar. Para Gobernar.	Uso incorrecto de mayúsculas	Para ganar. Para gobernar.
24	Empaque	Clean & Clear	Descripción de producto	Limpiador Cremoso EXFOLIANTE SUAVE para Puntos Negros	Uso incorrecto de mayúsculas	Limpiador cremoso EXFOLIANTE SUAVE para puntos negros.
25	Empaque	Cutex	Slogan	El Especialista en Uñas	Uso incorrecto de mayúsculas	El especialista en uñas
26	Empaque	Cutex	Descripción de producto	Con Pantenol Libre de Acetona	Uso incorrecto de mayúsculas.	Con pantenol, libre de acetona.
27	Empaque	Carrefour	Descripción de producto	Puré de Tomate	Uso incorrecto de mayúsculas	Puré de tomate
28	Empaque	Dos anclas	Descripción de producto	Sal Gruesa	Uso incorrecto de mayúsculas	Sal gruesa
29	Empaque	Trenet	Descripción de producto	Toallitas Quitamanchas	Uso incorrecto de mayúsculas	Toallitas quitamanchas
30	Folleto	Amodil	Frase	Una nueva Crema para Peinar [...]	Uso incorrecto de mayúsculas	Una nueva crema para peinar [...].
31	Marquesina	Fiambrería	Identificación	El Picoteo. Quesos, Fiambres y Bebidas	Uso incorrecto de mayúsculas	El Picoteo. Quesos, fiambres y bebidas.
32	Empaque	Hellman's	Receta	Carne al Horno	Uso incorrecto de mayúsculas	Carne al horno
33	Marquesina	Las medialunas del abuelo	Identificación	Las Medialunas del abuelo	Uso incorrecto de mayúsculas	Las medialunas del abuelo
34	Vía pública	Anses	Propaganda	Anses 2.0 Redes Sociales	Uso incorrecto de mayúsculas	Anses 2.0 Redes sociales
35	Vía pública	Enrique García	Propaganda	Enrique, Cuente conmigo! MI VOTO! ENRIQUE GARCÍA	Uso incorrecto de mayúsculas.	¡Enrique, cuente conmigo! ¡MI VOTO! ENRIQUE GARCÍA
36	Subtes	Semana del auténtico helado artesanal	Publicidad	Sano, Rico y Natural	Uso incorrecto de mayúsculas	Sano, rico y natural
37	Vía pública	La robla	Publicidad	PARÁ! Dónde? hombre!	Uso incorrecto de las mayúsculas.	¡PARÁ! ¿Dónde? ¡Hombre!

Unidad 2: la oración						
	Sustrato	Referente	Acción	Palabra, oración, frase (textual)	Error	Lo correcto es
38	Vía pública	Halls XS	Publicidad	"No, miento si digo que soy el unico referente del equipo."	Ausencia de tilde en /único/. Mal ubicada la comilla.	"No, miento si digo que soy el único referente del equipo".
39	Vía pública	Conferencia	Publicidad	4 mayo	Ausencia de la preposición /de/	4 de mayo
40	Vía pública	7up	Publicidad	Hacé lo que quieras!	Ausencia del signo de exclamación de apertura	¡Hacé lo que quieras!
41	Vía pública	Lay's	Publicidad	Sobran momentos, faltaban Lay's	De concordancia en el tiempo verbal	"Sobran momentos, faltaban Lay's" o "Sobran momentos, faltan Lay's".
42	Empaque	Cutex	Descripción de producto	Con Pantenol Libre de Acetona	Uso incorrecto de mayúsculas. Ausencia de coma para evitar ambigüedad (¿Qué está libre de acetona, Cútex o el pantenol?)	Con pantenol, libre de acetona.
43	Empaque	Trenet	Slogan	Y chau mancha!	Ausencia del signo de exclamación de apertura	¡Y chau mancha!
44	Marquesina	Colombraro	Identificación	Todo en plastico	Error de sintaxis y ausencia de tilde en /plástico/	Todo de plástico
45	Gráfica revistas	Isenbeck	Publicidad	¿Estás seguro que era una rubia espectacular?	Queísmo	¿Estás seguro de que era una rubia espectacular?
46	Gráfica revistas	Isenbeck	Publicidad	3ª EDICION DEL CONCURSO DE JOVENES A JOVENES	Ausencia de tildes en /edición/ y /jóvenes/. Mal la grafía de /tercera/	3ª EDICIÓN DEL CONCURSO DE JÓVENES A JÓVENES
47	Gráfica revistas	Sopas Knorr	Publicidad	NO JEFE, RINO NO VA MÁS	Ausencia de la coma obligatoria antes y después del vocativo	NO, JEFE, RINO NO VA MÁS
48	Libro	Eduardo Duhalde	Ensayo	Pensamiento y accion de Eduardo Alberto Duhalde. Es hora que me escuchen	Ausencia de tilde en /acción/. Queísmo	Pensamiento y acción de Eduardo Alberto Duhalde. Es hora de que me escuchen.
49	Vía pública	Instituto Gastronómico Internacional	Publicidad	Querés ser chef? Inscríbete ya!	Ausencia de signos de apertura de interrogación y exclamación. La palabra extranjera /chef/ no está en cursiva.	¿Querés ser chef? ¡Inscríbete ya!
50	Vidriera	Eki	Promoción	Los mejores precios cerca tuyo!	Ausencia de signo de exclamación de apertura. Uso incorrecto del posesivo.	¡Los mejores precios cerca de vos!
51	Vidriera	Eki	Reclutamiento	ESTAMOS!!! ... ESTÁS???	Ausencia de signos de apertura de exclamación e interrogación. Uso incorrecto de los puntos suspensivos	¡¡¡ESTAMOS...!!! ¿¿¿ESTÁS???
52	Vía pública	Pimpi	Publicidad	Estamos todos locos! Nuevo disco!	Ausencia de signo de exclamación de apertura.	¡Estamos todos locos! ¡Nuevo disco!
53	Vía pública	Enrique García	Propaganda	Enrique, Cuente conmigo! MI VOTO! ENRIQUE GARCÍA	Uso incorrecto de mayúsculas.	¡Enrique, cuente conmigo! ¡MI VOTO! ENRIQUE GARCÍA
54	Vía pública	Carlos Arena	Propaganda	Arena construye con vos. Te sumás?	Ausencia de signo de interrogación de apertura	Arena construye con vos. ¿Te sumás?
55	Vía pública	Gobierno de la Provincia de Buenos Aires	Propaganda	Creamos!	Ausencia de signo de exclamación de apertura.	¡Creamos!
56	Vía pública	Recital	Publicidad	Magos espadas y rosas	Ausencia de coma en una enumeración	Magos, espadas y rosas
57	Vía pública	Cuidar.Org	Propaganda	Tu respuesta cuenta!	Ausencia de signo de exclamación de apertura.	¡Tu respuesta cuenta!
58	Vía pública	Frávega	Publicidad	Un día de junio todas las compras serán de regalo!	Ausencia de signo de exclamación de apertura.	¡Un día de junio todas las compras serán de regalo!
59	Vía pública	La robla	Publicidad	PARÁ! Dónde? hombre!	Ausencia de signos de apertura de exclamación e interrogación.	¡PARÁ! ¿Dónde? ¡Hombre!
60	Subtes	Inmobiliaria Chmiel	Publicidad	VENDE? ALQUILA?	Ausencia de signo de interrogación de apertura.	¿VENDE? ¿ALQUILA?
61	Vía pública	Recital	Publicidad	Novena y ultima funcion: campo parado	Ausencia de tildes en /última/ y /función/, falta una coma en "campo, parado".	Novena y última función: campo, parado.
62	Gráfica revistas	Cáritas, Equipo Diocesano de Niñez y Adolescencia, Consejo Publicitario Argentino	Propaganda	Ya estas grande estúpido	Ausencia de tilde en /estás/ y /estúpido/, ausencia de coma obligatoria antes del vocativo	Ya estás grande, estúpido.
63	Vía pública	Megabola	Publicidad	Probá, cambiá... y ganá!!!	Minúscula después de puntos suspensivos, ausencia de signo de apertura de exclamación.	Probá, cambiá... ¡¡¡Y ganá!!!

Unidad especial 2: transgresiones a la norma con fines políticos, ideológicos o similares.						
	Sustrato	Referente	Acción	Palabra, oración, frase (textual)	Error	Lo correcto es
64	Vía pública	María José Lubertino	Propaganda política	La ciudad para todas y todos	Circunloquio innecesario.	La ciudad para todos.
65	Vía pública	Violencia de género	Propaganda	La violencia de género nos afecta a tod@s. Entre tod@s terminémosla.	Uso impropio de signos no lingüísticos y no alfabetizados	La violencia de género nos afecta a todos. Entre todos terminémosla.
66	Vía pública	Rencap*	Propaganda	Si fuiste agredid@ o discriminad@ por el personal de un Boliche [...] La denuncia puede ser hecha por el Damnificado sus Familiares y Amigos o por Testigos del hecho.	Uso impropio de signos no lingüísticos y no alfabetizados. Uso incorrecto de mayúsculas en /boliche/, /damnificado/, /familiares/ y /amigos/. Falta la coma entre /damnificado/ y /familiares/	Si fuiste agredido o discriminado por el personal de un boliche [...] La denuncia puede ser hecha por el damnificado, sus familiares y amigos o por testigos del hecho
67	Vía pública	Alfredo Brandon	Propaganda política	Vamos x + ciudad	Uso de signos no lingüísticos y no alfabetizados.	Vamos por más ciudad
68	Vía pública	Cristina Kirchner	Propaganda política	X + educacion = inclusión	Uso de signos no lingüísticos y no alfabetizados y falta de tilde en educación.	Por más educación igual inclusión

* Registro de Empresas y Trabajadores de Control de Admisión y Permanencia

Bibliografía

- Academia Argentina de Letras (2011) *Diccionario argentino de dudas idiomáticas*, Buenos Aires: Santillana.
- Asociación de Academias de la Lengua Española (2005) *Diccionario panhispánico de dudas*, Madrid: Santillana.
- Alvarado, Maite y Yeannoteguy, Alicia. (2009) Primera edición, cuarta reimpresión. *La escritura y sus formas discursivas. Curso introductorio*. Buenos Aires: Eudeba.
- Block de Behar, Lisa. (1992) *El lenguaje de la publicidad*, México: Siglo veintiuno editores S.A.
- Botta, Mirta y Warley, Jorge. (2007) *Tesis, tesinas, monografías e informes*. Buenos Aires: Biblos.
- Cassany, Daniel. (1997) *Describir el escribir: cómo se aprende a escribir. Introducción*, Buenos Aires: Paidós.
- Buch, Tomás. (1999) *Sistemas tecnológicos. Contribuciones a una teoría general de la artificialidad*. Buenos Aires: Aique.
- De Saussure, Ferdinand. (1993) *Curso de lingüística general*, Buenos Aires: Planeta Agostini.
- Eco, Umberto. (1974) *La estructura ausente*, Barcelona: Lumen
- Escandell Vidal, María Victoria. (1993) *Introducción a la pragmática*, Barcelona: Editorial Anthropos.
- Fernández, Viviana. (2009) *Diccionario práctico de figuras retóricas y términos afines*, Buenos Aires: Albricias.
- García Negroni, María Marta (2010) *Escribir en español. Claves para una corrección de estilo*, Buenos Aires: Santiago Arcos editor.
- García Negroni, María Marta. (comp.). (2011) *Los discursos del saber. Prácticas discursivas y enunciación académica*, Buenos Aires: Editoras del Calderón.
- Magariños de Morentín, Juan Ángel. (1991) 2da edición. *El mensaje publicitario: nuevos ensayos sobre semiótica y publicidad*, Buenos Aires: Edicial.

- Palmieri, Ricardo. (2003) *En pocas palabras. Manual de redacción publicitaria para avisos gráficos y folletos*, Buenos Aires: La Crujía.
- Raventos, Marta. (2006) *Ortografía: ¿acertar o comprender?* Buenos Aires: Littera.
- Real Academia Española. Asociación de Academias de la Lengua Española. (2010) *Ortografía de la lengua española*, Madrid: Espasa Libros S.L.U.
- Real Academia Española. Asociación de Academias de la Lengua Española. (1999) *Ortografía de la lengua española*, Madrid: Espasa Libros S.L.U.
- Real Academia Española. Asociación de Academias de la Lengua Española. (2010) *Nueva gramática de la lengua española. Manual*, Buenos Aires: Espasa
- Reyes, Graciela. (1994) *La pragmática lingüística. El estudio del uso del lenguaje*, Barcelona: Montesinos editor, S.L.
- Ruiz, Élide y Noce, Cecilia (2011) *Gramática y escritura*. Buenos Aires: Colihue.
- Sánchez Lobato, Jesús (coord.). (2007). *Saber escribir*. Instituto Cervantes, Buenos Aires: Aguilar.
- Schaff, Adam. (1966) *Introducción a la semántica*, México: Fondo de Cultura Económica.
- Tescione, Carlos. (2001) *Herramientas para crear. Guía de redacción publicitaria*, Buenos Aires: Grafi-K

Recursos de Internet

Diccionario de la Real Academia Española (s.f.) www.rae.es

Fundación del español urgente Fundéu (s.f.) www.fundeu.es

Índice

Objetivos	Pág. 1
Descripción del proyecto	Pág. 1
Encuadre académico	Pág. 2
Área de pertenencia, presentación del proyecto y fundamentación	Pág. 3
Tipología y necesidad de cubre	Pág. 5
Descripción pormenorizada	Pág. 6
Desarrollo del ensayo	Pág. 8
Primeras reflexiones	Pág. 9
El signo lingüístico	Pág. 9
Un sistema que se vigila a sí mismo	Pág. 10
¿Cuáles son los campos de injerencia de la ortografía?	Pág. 10
¿Qué es la ortografía?	Pág. 11
¿Es la ortografía un capricho, alguna clase de obsesión?	Pág. 14
El valor de la ortografía	Pág. 14
Comprender la ortografía	Pág. 17
Ordenamiento en niveles de los tipos más frecuentes de errores de ortografía en la comunicación gráfica masiva	Pág. 18

¿Cómo se eligió el corpus de análisis?	Pág. 19
Análisis de los casos. Unidad 1: la palabra	Pág. 19
Unidad 1: la palabra	Pág. 20
Unidad 2: la oración	Pág. 24
Unidad especial 2: transgresiones a la norma con fines políticos, ideológicos o similares	Pág. 28
Una mirada global	Pág. 30
Datos (un tanto informales) para pensar	Pág. 30
Algunas reflexiones más	Pág. 32
Un caso extremo	Pág. 33
Dos casos especiales	Pág. 34
A modo de conclusión	Pág. 34
Anexo 1	Pág. 37
Anexo 2	Pág. 40
Bibliografía y recursos de Internet	Pág. 75

(*) **Jorge Alberto Pradella**. Licenciado en publicidad con especialización en semiótica. Luego de desempeñarse durante casi veinte años en áreas de comunicación en empresas, orientó su carrera por completo a la docencia y la investigación. Dicta materias como semiótica, comunicación oral y escrita, comunicación y coordina talleres literarios.