

El lenguaje periodístico entre el español y el árabe

Ahmad Bassam Yassen

Departamento de Filología Hispánica, Instituto Superior
de Lenguas, Universidad de Gabès (Túnez)

ahmadbassam18@yahoo.com

Licenciado en lengua española, Facultad de Lenguas, Universidad de Bagdad (Iraq). Doctor en Lengua española, Universidad de Granada (España). Actualmente trabaja como profesor contratado en el Instituto Superior de Lenguas, Universidad de Gabès (Túnez).

Resumen:

El lenguaje periodístico se basa en: corrección, concisión y claridad, entre otras.

En general, este estilo se asemeja al discurso político, por lo que políticos y magnates emplean los media para lograr objetivos electorales, económicos, sociales, etc.

El lenguaje periodístico árabe, que nació como consecuencia del desarrollo de los dialectos, tiene particularidades diferentes a las del árabe clásico.

El trabajo consiste en comparar entre las peculiaridades del lenguaje periodístico en español y árabe.

Palabras clave: Características, lenguaje periodístico, discurso político, noticia, medios de comunicación.

Abstract:

Journalistic language is based on: correctness, conciseness and clarity, among others.

In general, this style resembles political discourse, that's why politicians and magnates use the media to achieve electoral, economic, social objectives, etc.

The Arabic journalistic language, which was born as a consequence of the development of dialects, has different particularities from those of classical Arabic.

The work consists of comparing the peculiarities of journalistic language in Spanish and Arabic.

Keywords: Characteristics, journalistic language, political discourse, news, media.

Introducción:

El periodismo, en general, y la prensa escrita, en particular, fueron uno de los pilares más importantes de la sociedad a lo largo del pasado siglo. El gran salto tecnológico de las últimas décadas, como consecuencia de la irrupción de Internet en nuestra vida, ha convertido esta actividad en la base de lo que se ha dado en llamar actualmente “sociedad de la información”. El lenguaje propio de los ámbitos informativos ha venido

adquiriendo cada vez mayor relevancia, convirtiéndose en una auténtica locomotora de desarrollo y evolución lingüísticos.

José Luis Martínez Albertos nos explica que el lenguaje de prensa es el empleado por los especialistas en comunicación masiva, con el fin de producir y difundir mensajes escritos o audiovisuales (2009: 187). Por su parte, Bernardino M. Hernando lo define como: «un código de señales en el que han de estar de acuerdo emisores y receptores». (2003: 120)

En cuanto a sus particularidades, Hurtado González nos indica que «posee determinadas características o propiedades que le distinguen de otros usos, aunque, dada su pluralidad y diversidad, no resulta fácil aislar sus rasgos lingüísticos fundamentales» (2003: 9). Martínez Albertos menciona dichas características: (1989: 88-89)

1. Corrección: el lenguaje periodístico es un lenguaje no literal, próximo a la lengua coloquial culta.
2. Concisión: en el lenguaje periodístico es normal el predominio de sintagmas nominales para conseguir frases cortas. En castellano, el periodo aconsejable es de 30 a 36 sílabas por frase (15/17 palabras por frase).
3. Claridad: la eficacia y la univocidad comunicativa se consigue por el uso de verbos adecuados, en forma activa y modo indicativo.
4. Captación del receptor: la estructura peculiar de los relatos periodísticos se explica por la necesidad de captar la atención del lector desde las primeras líneas del texto.
5. Lenguaje de producción colectiva: todos los mensajes de la comunicación periodística son de diferentes coautores, unos con mayor responsabilidad que otros en el resultado final que se brinda a los receptores.

6. Lenguaje mixto: la pluralidad de códigos concurrentes hace que los diferentes lenguajes se condicionen entre sí. El código rector de la comunicación periodística – el lenguaje articulado en representación oral o escrita – también sufre a su vez el influjo de los códigos menores.

La autora Romero Gualda añade un rasgo más: la heterogeneidad, que se puede dividir en: (1994: 15-20)

1. De códigos: son los que proporcionan la diversidad requerida a la página del diario, ya que leerla no tiene nada que ver con su parecida en el libro, por sus titulares, fotografías, estructuras, variados colores, etc. Los códigos se dividen en:
 - a. Lingüísticos: propios del castellano.
 - b. Para-lingüísticos: propios de la tipografía.
 - c. Icónicos: las imágenes y todo lo relacionado con la organización de una página cualquiera del periódico.
2. Contaminaciones del lenguaje periodístico: se basan en la obra de Lázaro Carreter: *Fronteras del lenguaje periodístico*. Desde el punto de vista del filólogo, las fronteras son: lo literario, lo administrativo y lo oral. Romero Gualda, por su parte, añade lo político. Asimismo, pone en duda la existencia de un lenguaje periodístico puro, en el cual no exista interferencias y transgresiones de otros tipos de lenguaje. También amplía la mezcla con: la selección léxica, el uso de las formas verbales, la construcción polisintética, la maximización de adjetivos, los términos bélicos, etc.

El peligro reside en las formas administrativas que retardan la frase, ya que, según el célebre profesor Manuel Seco, hacen que el discurso, al ser ambiguo, domine la realidad, usando la palabra inusual, además de ser incomprensible para el hablante común.

Una situación más complicada la representa la contaminación oral, por la falsa suposición de que la lengua hablada y la escrita son la misma cosa. Pues al hablar se confunde lo coloquial con lo vulgar e incluso con lo incorrecto. Además de no obviar la relevancia de la entonación.

Volviendo a la frontera política, la autora la asimila a lo administrativo, ya que los textos periodísticos suelen emplear eufemismos, términos vagos y abstractos, tecnicismos innecesarios, etc.

3. De referentes: Los textos periodísticos no están especializados en un ámbito, ya que pueden comunicarnos diferentes sucesos deportivos, religiosos, culturales, políticos, económicos o, simplemente, cotidianos que hayan ocurrido en el mundo; es decir, refleja la vida real de una comunidad. Esta diversificación obliga emplear, según el acontecimiento, sus tecnicismos, aunque algunos puedan utilizarse en distintos ámbitos. Un simple ejemplo es el uso de un término futbolístico en un titular de índole política: «El PP se mete un gol en propia puerta»¹ (Diario de Cádiz, 12 de enero de 2020). También podemos encontrar verbos relacionados con el boxeo: “El Tribunal Constitucional tumba la ley de eutanasia en Portugal”². (ABC, 18 de marzo de 2021)

A todas las particularidades mencionadas, Gutiérrez de Terán añade otras dos: la neutralidad y la direccionalidad. Respecto a la primera, es evidente que no es una constante sino casi una utopía, y la prueba la tenemos en cómo se trató el asunto iraquí en la prensa española antes de invadir el país en 2003. En cambio, la direccionalidad es «la presentación de

¹ https://www.diariodecadiz.es/opinion/analisis/PP-mete-gol-propia-puerta_0_1426957889.html [Consultada el 22 de septiembre de 2021]

² https://www.abc.es/sociedad/abci-tribunal-constitucional-tumba-ley-eutanasia-portugal-202103151937_noticia.html [Consultada el 22 de septiembre de 2021]

los componentes de la noticia de forma directa y contundente, sin sutilezas», dependiendo, por supuesto, del género periodístico. Es más, la finalidad del uso del lenguaje periodístico, desde el punto de vista de este autor, es conseguir mensajes «comprensibles, claros e indistintos», sin ningún tipo de ambigüedades. (1997: 18)

También se puede agregar otra característica fácil de detectar en distintos titulares: la comisión de errores de toda índole, transgrediendo, en la mayoría de los casos, la norma sancionada e implícita de categorías distintas: morfológicas, sintácticas, semánticas, léxicas, estilísticas, etc.

Es evidente que todas esas particularidades no puedan reunirse en un solo texto periodístico, ya que algunas son antagonistas entre sí; es decir, un texto no puede ser ambiguo y claro a la vez, sino tiene que optar por un extremo u otro dependiendo de los objetivos.

Otros rasgos propios del lenguaje periodístico que representan polos opuestos son la claridad y el uso de los tecnicismos. En ocasiones, un texto ha de ser necesariamente claro y preciso, y por ello ha de evitar los tecnicismos, como en el caso de los titulares, cuerpo de noticias, crónicas de corresponsales, etc. Sin embargo, el uso de tecnicismos a veces tiene mayor presencia en otros géneros textuales, como los artículos de opinión o crónica sobre algún tema especializado. En consecuencia, queremos insistir en que al analizar un texto periodístico concreto, obviamente podemos encontrar algunos de estos rasgos, pero nunca todos al mismo tiempo.

Si nos fijamos bien en algunos rasgos comunes del lenguaje periodístico, notaremos cierta semejanza con el discurso político. De hecho, Martínez Albertos, considerándolo como un lenguaje propio, define este último como: «aquella lengua especializada usada por los hombres públicos de la comunidad para relacionarse entre sí y con los ciudadanos a quienes representan; sus rasgos diferenciales más acusados son cierto grado de hermetismo y el recurso frecuente a la función apelativa». (1989: 73)

Por otra parte, se sabe que hoy en día, la inmensa mayoría, - por no decir la totalidad-, de los media pertenecen a agrupaciones y multinacionales con intereses o implicaciones políticas y económicas a distintos niveles. Es más, algunos gigantes de este ámbito pertenecen directamente a políticos y magnates que controlan buena parte de lo que sucede en el mundo. Es por ello por lo que los agentes y profesionales de la información se ven obligados, a través del lenguaje que emplean, a responder a las exigencias e intereses de aquellos: electorales, económicos, sociales, etc., y como consecuencia controlar la mente y las emociones del ciudadano. Así que el lenguaje debe ser orientador, encantador e hipnotizador. (Ibídem: 70)

Un ejemplo conocido del uso del lenguaje político para conseguir los objetivos determinados son los principios de Goebbels (método de contagio, orquestación, unanimidad...) en el campo propagandístico; cuya frase “una mentira repetida mil veces se convierte en verdad” resume todo el proceso de someter al pueblo.

El árabe de prensa escrita:

En el binomio lingüístico, el lenguaje de prensa árabe fue, y es considerado, la manifestación más importante de esta lengua, y es, a nuestro parecer, el principal responsable de su evolución y de mantenerla viva.

Al árabe de prensa *luġat -l-ṣaḥāfa* se le denomina *al-luġa al-tālīta* “Tercera Lengua”, “la lengua media” o “el árabe contemporáneo”. Se trata de un lenguaje técnico y especializado, intermedio entre el clásico “*fuṣḥa*”, lengua del Sagrado Corán y de la literatura, y las lenguas vernáculas “dialectos”. El árabe de prensa se considera superior a las demás manifestaciones porque conserva los rasgos, características, estructuras y fórmulas de la *fuṣḥa*, a la vez que mantiene una constante evolución hacia las formas comunicativas contemporáneas. Esta lengua vive una etapa de

fertilidad en todos sus aspectos, puesto que su mayor comprensión le ayuda a expandirse fácilmente. Su dominio ocupa el gran espacio que hay entre la *fuṣḥa* y los dialectos.

Esta lengua nació como consecuencia de la imposibilidad de transformar las normas de la *fuṣḥa*, por una parte, y por el continuo desarrollo de los dialectos, por otra.

El lenguaje de la prensa escrita ha evolucionado mucho más que las dos vertientes a lo largo del siglo XX en todos sus aspectos: morfología, sintaxis, léxico, semántica, etc.

Existe una tendencia que estudia algunos fenómenos sintéticos en el árabe contemporáneo de forma descriptiva-comparativa con cualquier lengua europea moderna. Sus partidarios concluyen que si existe una similitud, entre el árabe, por una parte, y el inglés o el francés, por otra, en una frase o en una construcción gramatical, eso quiere decir que el árabe lo adoptó como préstamo de una o de ambas lenguas. La semejanza no es la evidente prueba de que la estructura fue calcada, ya que debe repetirse a menudo, además de no haber existido en la lengua escrita antes de finales del siglo XIX. (Hasan ʿAbd al-ʿAzīz, 1992: 54)

El estado de auge en el que vive la lengua árabe en las últimas décadas es consecuencia del *boom* televisivo vía satélite e Internet. Ello provocó una transformación tal del árabe clásico que algunos especialistas la consideran una deformación de la misma, puesto que tienen el poder de influir en la sociedad, sus principios, sus valores, sus sistemas y sus hábitos.

La relación entre la lengua árabe y los medios de comunicación se puede resumir en dos aspectos opuestos: (Al-Qibby, 2007: 57-59)

- a. El positivo es que el árabe se difundió y extendió fuera de sus fronteras, desde entonces se fortaleció más que nunca hasta convertirse en una lengua internacional con todo el sentido de la palabra.

- b. El negativo es el abuso de creaciones y usos lingüísticos, según mecanismos y criterios no académicos y carentes de rigor científico, lo que la hace vulnerable a la difusión de errores comunes. A menudo, este lenguaje es responsable de la imposición de estructuras, fórmulas, términos, expresiones y estilos, a veces desviados de la ortodoxia lingüística, sobre la vida cultural, literaria y comunicativa, y que no están relacionadas con la clásica, pero se convierten en un ejemplo a seguir a costa de la *fusha*, que raramente se ve aislada. Así la lengua híbrida se considera la base y la clásica, la excepción.

Características del árabe de prensa:

La característica principal del lenguaje de prensa árabe es su rápida evolución o innovación constante, sobre todo en el plano léxico, ya que, en general, los periodistas suelen ser los primeros en acuñar términos nuevos para designar nuevos conceptos e ideas.

A nivel morfosintáctico, podemos subrayar el uso frecuente de categorías nominales como el *masdar* o nombre de acción: قصف بغداد “El bombardeo de Bagdad”. A menudo, esta categoría se ha de traducir al español por el verbo en infinitivo al no existir en muchos casos una simetría entre ambas lenguas.

Otra característica es el uso de la oración nominal para destacar el elemento principal, que suele ser el sujeto con que empieza la frase: بوش يعلن الحرب “Bush declara la guerra”. Eso nos lleva a una característica general del árabe de prensa que es el uso de los calcos estructurales “morfosintácticos” y léxicos, préstamos, neologismos, etc. Ejemplos de calcos: ألقى الضوء “arrojar luz”, على مستوى “a nivel de”, شروط “condiciones”, etc.

El uso de terminología técnica propia y estructuras lexicalizadas es una constante en este tipo de lenguaje. A modo de ejemplo, los vocablos (توضيح، بيان، تصريح) que corresponden en español a (declaración, comunicado y aclaración) respectivamente, asignan tres tipos de textos

totalmente diferentes, por lo tanto, de ningún modo, pueden ser empleados uno en lugar de otro. Del mismo modo, los verbos empleados en árabe para cada una de estas categorías textuales son diferentes, al igual que en español: (أدلى ببيان، صرّح بتصريح، قام بتوضيح) equivaldrían a (dar un comunicado, hacer una declaración y hacer una aclaración).

Es pertinente subrayar que todas estas características y rasgos formales son comunes en este tipo de lenguaje en todos los idiomas, y su presencia es fácilmente detectable en cualquier tipo de texto periodístico, independientemente del ámbito al que pertenece.

Por último, la profusión de los dialectos y la dicotomía entre estos y la *fusha* han hecho que el famoso poeta iraquí, ʿAbd al-Wahhāb al-Bayyātī, se preguntara por la verdadera identidad de la lengua escrita actual: «Al final, esa herramienta de trabajo de hoy, un árabe culto abierto a múltiples influencias y despojado de sus ataduras más arcaicas, es nuestra tercera plasmación del acervo lingüístico en el que nos desenvolvemos. Pero no se trata nunca de una segunda, tercera o cuarta lengua». (Gutiérrez de Terán, 1997: 26)

Conclusiones:

El lenguaje periodístico, tanto en árabe como en español, es un lenguaje especializado que no se parece a otros tipos. Este se basa en particularidades (corrección, claridad, concisión, ambigüedad intencionada, etc.) mediante las cuales se puede llevar a cabo la misión de llegar al mayor número de personas y explicarles el mensaje deseado.

Una de las características más importantes en lo que se refiere al árabe es la transgresión de las normas sancionadas e implícitas.

Gracias a esta, el árabe ha podido llegar a una fórmula intermedia “tercera lengua” entre *al-fusha* y los dialectos existentes en el mundo árabe, convirtiéndose así en un medio de entendimiento entre los ciudadanos, del Atlántico al Golfo árabe. La rápida evolución, además del léxico, se nota en

el uso de las estructuras nominales, donde abundan categorías morfológicas como los *maṣdar* “nombres de acción”, calcos estructurales y léxicos, préstamos, neologismos, etc., junto con la terminología técnica de acuñación propia y estructuras altamente lexicalizadas.

En el caso de la lengua española, al igual que en el árabe, encontramos interferencias y transgresiones de otros tipos de lenguaje (médico, deportivo, científico, etc.); así como la selección léxica, el uso de las formas verbales, la construcción polisintética, la maximización de adjetivos, los términos bélicos, etc.

Al final, cabe mencionar que, a pesar de las deformaciones, el español no tuvo que convertirse en una segunda lengua

Bibliografía:

- ḤASAN ʿABD AL-ʿAZĪZ, M. (1992): *Al-waḍʿ al-luġawī fī al-fuṣḥa al-muʿāsira* (*El panorama lingüístico árabe en la actualidad*), El Cairo, Dār-l-Fikr l-ʿArabī.
- AL-QIBBY, F. (2007): “Al-luġa al-ṭālīṭa” (“La tercera lengua”), en BIL ʿĪD, S. (Coord.) (2007): 49-62.
- BIL ʿĪD, S. (Coord.) (2007): *Luġat-l-ṣaḥāfa* (*El lenguaje periodístico*), Argel, Dar al-Amal.
- CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (Coords.) (2003): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*, Barcelona, Ariel.
- GUTIÉRREZ DE TERÁN, I. (1997): *Manual de traducción periodística (del español al árabe): Textos e introducción teórica*, Madrid, CantArabia.
- HERNANDO, B. M. (2003): “Lenguaje periodístico”, en CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (Coords.) (2003): 119-141.
- HURTADO GONZÁLEZ, S. (2003): *El uso del lenguaje en la prensa escrita*, Valladolid, Universidad de Valladolid.

- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1989): *El lenguaje periodístico*, Madrid, Paraninfo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (2009): *El zumbido del moscardón. Periodismo, periódicos y textos periodísticos*, Sevilla, Comunicación Social.
- ROMERO GUALDA, M. V. (1994): *El español en los medios de comunicación*, Madrid, Arco Libros.