DE CÓMO EL ESPAÑOL URGENTE VINO DE AMÉRICA

Joaquín Müller-Thyssen Bergareche

«Un español lo es más si conoce América». Esta afirmación de Julián Marías la compartimos todos los que creemos que cuando se conoce América se entiende mejor la dimensión de lo español y el valor de nuestra lengua.

La conciencia de España a través de la percepción de América es un proceso no solo personal, sino frecuente también en muchas organizaciones y empresas que, cuando desembarcan en aquel continente, comprenden no solo el papel que nuestro país ha desempeñado y desempeña allí sino también la importancia y el valor estratégico de lo español.

Y la Agencia EFE no ha sido una excepción, pues fue su llegada a América lo que la hizo descubrir el valor de nuestra lengua y la necesidad que existía, y existe hoy, de homogeneizar el lenguaje periodístico español y de protegerlo del poderoso influjo de lo anglosajón.

Hasta su llegada a América, es decir, durante casi treinta años, EFE no se había ocupado de este valor intangible que es el español, del que ni tan siquiera había una referencia en sus estatutos. De hecho, el primer manual de estilo, «algo artesanal», según manifiesta alguno de los periodistas que lo manejó, coincidió con el primer paso que dio EFE, bajo la dirección de Carlos Mendo, para establecerse en ese continente. Un manual que apenas contenía recomendaciones lingüísticas, pues estas solo llegaron cuando EFE ya era una realidad capaz de competir en América con las agencias más grandes del mundo y cuando ya había resuelto otras cuestiones importantes para su credibilidad en aquel continente, como la demostración de su independencia informativa.

Solo entonces la realidad del idioma empezó a presionar, a reclamar su importancia y a exigir el tratamiento que merecía dentro de la agencia.

Y fue a finales de la década de los setenta cuando el entonces presidente de EFE, Luis María Ansón, le pidió al académico Fernando Lázaro Carreter que escribiera un manual de estilo del mismo tipo que los *Style Book* de las grandes agencias y medios de comunicación anglosajones. Un manual que se editó y repartió entre los redactores de EFE, pero que se vio superado de inmediato por nuevas dudas y nuevos errores.

Desde aquel momento, la preocupación por el correcto uso del español constituyó un factor estratégico de la agencia, hasta el punto de decidirse la creación de un equipo de expertos que, semanalmente, se reunía con los responsables de la redacción para analizar juntos las dudas y errores surgidos en las noticias.

Los académicos españoles Fernando Lázaro Carreter, Antonio Tovar, Manuel Alvar, Luis Rosales y el colombiano y entonces secretario general de la Asociación de Academias de la Lengua Española José Antonio León Rey, formaron este primer consejo, que desde entonces se ha ido renovando con otros académicos y lingüistas de prestigio y ha seguido hasta nuestros días.

Pero como el trabajo era de mayor calado de lo previsto, se decidió crear, en octubre de 1980, el Departamento

de Español Urgente que, formado por un equipo de filólogos y en permanente contacto con el consejo de los académicos, se convirtió en el primer organismo de vigilancia del uso del español y el único consultorio público que asesoraba sobre el buen uso de nuestra lengua. El departamento tenía ya entonces una finalidad clara: unificar criterios lingüísticos entre España y América y combatir la invasión de extranjerismos.

Desde entonces, EFE ha hecho mucho en ese sentido y se ha preocupado de que la redacción de las noticias tuviera un estilo neutral que no vulnerase los usos comunes, de no difundir neologismos innecesarios y de que sus acciones en este campo fueran útiles para otros periodistas; para ello EFE ha seguido elaborando y editando ese clásico del periodismo en español que es el *Manual de Español Urgente,* que va ya por su 16.ª edición.

Y ahora, después de veinticinco años de trabajo del Departamento, la Agencia EFE, bajo la presidencia de Álex Grijelmo, ha querido darle un nuevo impulso al «español urgente», creando una fundación que, dedicada a velar por el buen uso del español, tenga la ambición de convertirse en el referente lingüístico no solo de la propia agencia, sino también de todos los medios de comunicación de habla hispana.

Así nació, en febrero de 2005, la Fundación del Español Urgente (Fundéu), con el impulso de EFE y el patrocinio del banco BBVA, que ha optado por considerar nuestra lengua un valor de primer orden o, como ha señalado su presidente, Francisco González, «el principal activo que tenemos en nuestro país». Esta fundación, que preside el director de la Real Academia Española, Víctor García de la Concha, cuenta también con el apoyo y la colaboración de otras empresas e instituciones, como el Instituto Cervantes y la Fundación San Millán.

Hoy, la Agencia EFE, al igual que otros medios de comunicación españoles como Televisión Española, Radio Nacional y Telecinco, somete su producción informativa a la auditoría lingüística de la Fundéu y atiende las observaciones que, en esta materia, le hace la fundación.

EFE colabora además con la difusión a sus abonados en todo el mundo de las recomendaciones semanales que la Fundéu hace sobre el uso de diversos términos ligados a la actualidad.

Los que trabajamos en la Fundación del Español Urgente sabemos que bien poco podemos hacer si no contamos con el apoyo de la Agencia EFE y de sus periodistas, que tienen en esta materia una sensibilidad especial, pues son conscientes de que sus informaciones llegan a medios hispanos de todo el mundo y van a ser leídas y escuchadas por millones de hispanohablantes.

Hoy EFE es una agencia mundial, la primera de habla hispana, tan española como americana, que mantiene vivo el compromiso que adquirió hace cuarenta años, cuando América la ayudó a descubrir el valor del español.

Joaquín Müller-Thyssen Bergareche es director de Fundéu (Fundación del Español Urgente).