

“No digas sí, di *oui*”, decía el inspector Clouseau.

No digas tapabocas, dí *barbijo*

Por Betina Bensignor

¿Es lo mismo difundir una información clara que una ambigua? ¿Cómo interpretan los lectores una noticia en TV, redes sociales, diarios y medios oficiales, todos ellos fuentes de información y formadores de opinión, cuando proponen usar *tapabocas*?

Es sabido que en muchos países las palabras *barbijo* y *tapabocas* no son sinónimo, aunque se usan como si lo fueran. Según la RAE, el *barbijo* es una “máscara que cubre la boca y la nariz para proteger de patógenos”, mientras que el segundo hace referencia a una “bufanda o mascarilla”.

Pero aquí el inconveniente no tiene que ver con el nombre técnico, sino con lo que se asocia a ese nombre. Aunque ambos términos fueran sinónimos, a la hora de informar y generar conciencia, la recomendación es usar siempre la palabra que menos confusión genere, es decir, aquella que transmita una única interpretación posible. En eso consiste informar correctamente y sin ambigüedades. A esto llamamos Lenguaje claro.

Durante la pandemia, algunos medios de comunicación y organismos oficiales han publicado información de este tipo:

“Running en la Ciudad de Buenos Aires: se podrá salir a correr sin tapabocas, de lunes a domingo.”

“Courteney Cox, Jennifer Aniston y un divertido video: sus perros crean conciencia sobre el uso del tapaboca.”

En algunos instructivos oficiales leemos:

“Recomendaciones sobre el uso del tapabocas en medio del segundo pico de contagios de COVID-19

El uso del tapabocas es una de las medidas primordiales para prevenir la propagación del coronavirus.”

En estos días, ante el agravamiento de la crisis sanitaria mundial, vemos algunos avances. Pero esos avances siguen incluyendo información ambigua, al mantener el término tapabocas. Así, vemos titulares como:

“En la TV Pública los conductores ya usan tapabocas y avanza la campaña #barbjoenlatv”

Informar bien salva vidas

Para ilustrar el poder que tiene la palabra correcta dicha en el momento oportuno quiero compartir un fragmento del discurso que dio Gabriel García Márquez en la inauguración del *I Congreso Internacional de la Lengua* en México, en 1997:

“A mis doce 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 usted lo que es el poder de la palabra?» Ese día lo supe.”

Cuando hacemos referencia a un *tapabocas* no podemos esperar que quien nos lea se cubra la nariz. Por eso creo que es fundamental en este momento tan crucial de la pandemia usar el término más adecuado, es decir, el menos ambiguo.

Quiero destacar la enorme oportunidad de comunicar con claridad que se puede aprovechar en las redes sociales, los sitios y aplicaciones de venta masiva, así como en las instancias de comunicación interna en empresas y organizaciones. Todos ellos funcionan como *influencers* y formadores de opinión. En este sentido, los invito a adoptar un rol activo en las buenas prácticas de comunicación y convertirse en divulgadores asertivos usando las ventajas del Lenguaje claro.