

LA REFORMA DEL LENGUAJE ADMINISTRATIVO: LA EXPERIENCIA DE LOS ESTADOS UNIDOS DE AMÉRICA

Heraclia CASTELLÓN ALCALÁ

Doctora en filología hispánica

The abstract can be found at the end of the article.
El resum és al final de l'article.

I. INTRODUCCIÓN

En los últimos veinte años, cada vez se ha ido prestando más atención al modo en que se elaboran los mensajes del poder; hoy día está unánimemente reconocido que los gobiernos, los organismos públicos, los centros administrativos tienen la obligación de emitir mensajes claros, que puedan ser entendidos sin dificultad por los ciudadanos. Es obvio, sin embargo, que el empeño que se pone en lograr la sencillez comunicativa dista bastante de estar generalizado en todos los ámbitos institucionales. En este sentido, resulta modélica la experiencia de EEUU, país en el que la comunicación del Gobierno con los ciudadanos está experimentando una serie de mejoras, en lo que constituye un proceso de reforma hacia la claridad del lenguaje institucional que ofrece un enorme interés. El presente trabajo¹ trata de recoger un recorrido por los pasos que esta campaña ha ido trazando en el dilatado horizonte administrativo de EEUU, y los logros que ya ha alcanzado.

1. Buena parte del material y de los datos que aquí se presentan proceden de los propios organismos, entidades o, en algún caso, personas citados, que han mostrado toda clase de facilidades para dar a conocer su trabajo. Desde aquí, mi agradecimiento a todos, al igual que a los servicios culturales de la embajada de EEUU en España, que me brindaron la oportunidad de visitar los distintos centros y de establecer contacto directo con ellos.

II. LA CAMPAÑA DEL *PLAIN LANGUAGE*

La iniciativa se debe a una decisión política de Al Gore, en su etapa como vicepresidente en la Administración Clinton. Gore ha sido el gran abanderado del empleo en los documentos administrativos de un lenguaje claro, el *Plain English*. Su impulso se ha canalizado a través del *National Partnership for Reinventing Government* (NPR), una organización surgida en la estela de las líneas políticas de la presidencia de Clinton. Dentro de esta organización, NPR, se creó un amplio comité que abordaba de pleno las actividades y la organización de la campaña de difusión del *plain english*; dicho comité es el PLAN, *Plain Language Action Network*. La tarea del PLAN era la de impulsar y coordinar las distintas medidas que se pudieran emprender a cualquier nivel de la Administración federal.

De la importancia que al PLAN le otorgan los mismos responsables públicos son señales claras las iniciativas tomadas, de una parte, por el presidente Clinton, quien en el *Memorandum on Plain Language*, de 1 de junio 1998, plasmó su respaldo a esta campaña con medidas normativas que implantaban la sencillez y claridad como requisitos imprescindibles de los mensajes oficiales. En dicho texto se determina qué estilo expresivo debe mantener el lenguaje oficial: «Los escritos del Gobierno federal deben estar en un lenguaje sencillo. Al usar un lenguaje sencillo, enviamos un mensaje claro acerca de lo que el Gobierno hace, lo que demanda y los servicios que ofrece. El lenguaje claro ahorra tiempo, esfuerzo y dinero al Gobierno y al sector privado». Se estableció incluso un calendario para fijar de modo bien preciso el progreso de las medidas propuestas: los textos normativos publicados en el *Federal Register* han de estar redactados en lenguaje sencillo (*plain language*) a partir del 1 enero 1999; para los textos no normativos, la fecha era más temprana, 1 de octubre de 1998, y los textos anteriores a esa fecha han de ser reescritos en *plain language* antes del 1 enero de 2002.

Aunque desde nuestro contexto pueda parecer insólito que el presidente de un gobierno descienda al detalle de consejos de redacción,² eso es precisamente lo que el partido demócrata ha hecho en EEUU durante la presidencia de Clinton. El que sea la figura de mayor rango de una nación quien se muestra tan activa y decididamente partidario de la mejora del

2. Eso es justo lo opuesto a lo que Orwell explicaba que se practicaba en el lenguaje de la manipulación: «El gran enemigo del lenguaje claro es la insinceridad. Cuando hay un hueco entre los intereses reales de uno y los que se declaran, uno tiende instintivamente hacia las palabras largas y los modismos agotadores, como el calamar al arrojar tinta» (George Orwell, *Politics and the English Language*, 1946).

lenguaje oficial revela la enorme envergadura de esta reforma, auspiciada especialmente por Gore.

En efecto, el memorándum de Clinton marca claramente seis puntos básicos a los que debe ajustarse la elaboración y redacción de los documentos administrativos, con pautas que atañen tanto a la estructura como al léxico o a la gramática de los textos: 1) su organización tiene que responder ante todo a la lógica, al sentido común; 2) han de usarse pronombres de 1ª y 2ª persona que personalicen al emisor y al receptor, en lugar del recurso sistemático a la 3ª persona para el emisor oficial, y de formas indeterminadas para los destinatarios; 3) otro aspecto también gramatical es que se prescribe la forma activa de los verbos, relegando las formas pasivas, que conllevan contrucciones oracionales siempre más complejas que las formas activas, más llanas; 4) la tercera cuestión gramatical a la que se insta a los redactores es a contener la longitud de las frases, que han de ser cortas; 5) en cuanto al vocabulario, dar absoluta prioridad a los términos usuales; 6) otro asunto importante, si bien no propiamente lingüístico, es el diseño del documento, que debe ser clarificador. Un punto esencial que subyace en este planteamiento global es el de partir conociendo el tipo de destinatario al que el texto va a llegar, sus necesidades, su nivel de conocimientos técnicos, de forma que, en suma, el mensaje oficial no le suponga un esfuerzo de comprensión. La disposición del contenido del documento debe orientarse a responder a las preguntas del ciudadano y a proporcionarle la información en el orden en que se le plantean sus dudas.

Tras esta línea directriz que determinaba el memorándum³ de Clinton, el siguiente paso en esta línea lo marcó el vicepresidente Gore, auténtico impulsor de la campaña, quien emitió otro memorándum, el 28 de julio de 1998, como guía para ampliar y desarrollar las pautas básicas marcadas en el del presidente. En él indicaba Gore que cada agencia federal debía nombrar un responsable de la actividad que lo representara en el PLAN y establecer asimismo un programa de actuaciones. Proponía que se recurra al *Writing User-Friendly Document*, manual de estilo disponible en las páginas en internet del PLAN, www.plainlanguage.gov, y daba consejos de redacción muy concretos: emplear palabras comunes, títulos descriptivos, recurrir al modelo constructivo de pregunta-respuesta para los párrafos, iniciar con un breve sumario los asuntos más complejos, y hasta llegaba a fijar la longitud máxima de la frase (de 15 a 20 palabras, y nunca más de 40). Explicaba tam-

3. El carácter de *memorandum* y no de *executive order* de esta medida reduce la obligatoriedad de su contenido, y concluye con el periodo de mandato presidencial (KLEIMANN 1998: 8).

bién Gore en ese memorándum cómo a través de la página web se puede obtener el apoyo necesario para arrancar en esta tarea, ya que pone a la libre disposición una guía básica de redacción en *plain english*, ejemplos, bibliografía y expertos a los que acudir para asesoramiento.

Para difundir los principios de esta campaña entre los estamentos de la Administración, Gore ha instituido un premio mensual, el «No Gobbledygook Award»,⁴ para los redactores institucionales que logren mensajes de fácil lectura y clara comprensión. Si se compara, por ejemplo, el texto del ganador del primer premio,⁵ en junio de 1998, con la versión anterior del mismo texto se comprueba rápidamente por qué se le otorgó el galardón, al conseguir eliminar del texto su pesadez constructiva, para transformarlo en un mensaje claro y escueto que responde a las pautas del *plain language*: frases cortas, espacios en blanco, bloques de pregunta-respuesta, vocabulario sencillo. Se trata de una regulación sobre tanques-cisterna para líquidos:

19110(94(d) (1) General.

- Este párrafo se aplica a todas las operaciones relacionadas con la inmersión de materiales en líquidos, o en vapores de dichos líquidos, con el propósito de limpiar o alterar la superficie o añadir o revestir o cambiar el carácter de los materiales, y su consiguiente trasvase del líquido o vapor, escurrido y secado. Estas operaciones incluyen lavado, galvanizado, anodización, desoxidación, enfriamiento, tinte, inmersión, curtido, ornamentación, blanqueo, desengrase, limpieza alcalina, lavado, rayado, aclarado, clasificación y otras operaciones similares.

Véase ahora la misma regulación, ya aligerada:

1910.122 ¿Cuándo se aplica esta norma?

1. Esta norma se aplica en las operaciones en que se use un tanque cisterna que contenga cualquier líquido que no sea agua:
 - Limpieza de un objeto;
 - Revestimiento de un objeto;
 - Alteración de la superficie de un objeto; o
 - Cambio del carácter de un objeto.

4. *Gobbledygook*, 'graznido de pavo', es un término que acuñó un congresista norteamericano, Maury Maverick (1895-1954) para referirse al lenguaje farragoso y polisilábico propio de la clase política de Washington. El símbolo del premio es una figura de pavo con una barra cruzada, denominado festivamente *Meleagris Gallopavbo Garrulitas Terminatrix Encomium*.

5. Lo obtuvo Marthe Kent, de la Occupational Safety and Health Administration (OSHA) en junio de 1998.

2. Esta norma se aplica también al secado o escurrido de un objeto tras su inmersión en líquido.

III. ANTECEDENTES

En realidad, la búsqueda de una interacción comunicativa más adecuada entre los poderes públicos y los ciudadanos para atenerse a los principios de un sistema democrático empezó en Estados Unidos hace unos veinte años (Kleimann 1998: 8). El presidente Carter ya promulgó una orden en 1978 (*Executive Order 12044*) que postulaba el uso de un lenguaje claro en los textos normativos, aunque más tarde Reagan anulara esa medida.

A raíz de la orden de Carter, la Administración tributaria revisó el modelo de declaración fiscal, y además se contrató al American Institute for Research el cual, en colaboración con la Universidad Carnegie-Mellon,⁶ creó en 1978 el Document Design Center. Se da así un fructífero periodo de veinte años en el campo del diseño de documentos, en el que confluyen las aportaciones de la antropología, la psicología cognitiva, el diseño gráfico, la redacción legal, la lingüística, la retórica, o la sociología (Redish y Kleimann 1999). Se definió como documento válido para el usuario aquel que responde a sus necesidades, que le permite comprenderlo y actuar adecuadamente, en el tiempo y con el esfuerzo que está dispuesto a dedicarle. Publicaron dos obras; una de ellas, *Guidelines for Document Designer*, en 1981, se puede considerar el primer manual de este género con el que se contó; fue una obra que gozó de bastante aceptación y que ayudó a mejorar la calidad comunicativa e inspiró otros manuales y mejores modelos. El centro⁷ se fue convirtiendo en una fuente de información y referencia en diseño de documentos que se atuvieran al uso de un lenguaje claro y a su validez práctica con respecto al usuario. De 1979 a 1989 se publicó el pe-

6. Esta universidad está muy ligada al movimiento de mejora del lenguaje de las instituciones; organiza un máster en redacción técnica orientado a quienes se van a dedicar a la redacción comercial o administrativa, así como un doctorado en retórica para los que se orientan a investigar o enseñar retórica y a la redacción, diseño y evaluación de documentos de la Administración, el comercio o la industria (COMET i CODINA 1987: 16).

7. El Document Design Center ha tenido dos directoras; la primera fue Janice Redish, hasta 1992, periodo durante el que fue llamada como perito dos veces por comités del Congreso sobre asuntos de comprensión de documentos. De 1993 a 1997, la directora fue Susan Kleimann; el centro se rebautizó como Information Design Center. Redish es autora de muchos trabajos sobre redacción y elaboración textual, entre otros *How to write regulations and other legal documents in clear english* (Document Design Center, 1991).

riódico *Simply Stated*, publicación mensual pionera en conceder prioridad a lo relativo al usuario, al administrado.

La labor de este centro marcó el camino para las posteriores decisiones ya en la etapa Clinton-Gore, con la creación del PLAN y su campaña para extender el *plain english* en los centros administrativos. El mismo presidente Clinton, años antes del memorándum de 1998, marcaba en una orden de septiembre de 1993 (*Executive Order* 12866) que todas las agencias debían elaborar sus normas de forma que fuesen sencillas de entender.

Este movimiento de reforma no se dio tan sólo en instancias oficiales; algunas empresas privadas también se percataron de hasta qué punto era beneficioso para la empresa que sus mensajes resultaran accesibles para sus clientes. Entre los casos más citados está el del Citybank, del que se cita incluso la fecha —1 enero de 1975— en la que aparecen impresos para uso de los clientes que eran fáciles de entender, tras haber eliminado de la versión anterior los términos más complejos y las cláusulas más intrincadas: «El banco tenía perfecta conciencia de la importancia del hecho ya que convocó una conferencia de prensa en la presentación del documento que fue transmitida por televisión y su repercusión, dentro y fuera de USA, fue enorme» (Etxebarria 1997: 367-368). Hubo otras compañías (de seguros, etc.) que avanzaron igualmente en esta dirección. Es célebre el caso de la compañía de gas y electricidad de Baltimore que, en documentos para los usuarios de sus servicios antes de adoptar las pautas de simplificación, llegaba a emplear cuatrocientos términos técnicos.

En otro ámbito conectado a los lenguajes oficiales, el jurídico, también se fue tomando conciencia de la importancia de contar con un instrumento expresivo, lingüístico, que no constituyera en sí mismo un obstáculo para la comunicación. El abogado David Mellinkoff, con su libro *The language of the law*, de 1963, fue el iniciador del *plain english* en este campo.⁸ Algunos centros han sido especialmente dinámicos, como el State Bar de Michigan, que tiene un comité de *plain english* para promover su uso en el medio legal. Para estos juristas, la dificultad estriba en cómo hacerlo de modo que dé resultados; es fácil escribir artículos que critiquen el *legalés* y es relativamente fácil escribir artículos acerca de «cómo escribir...», pero reconocen que los abogados son reacios a eliminar el *legalés* de sus escritos.

8. Su obra ha influido enormemente en este cambio de mentalidad; el objetivo que —ya en 1963— fijaba Mellinkoff era nada menos que la racionalización del lenguaje de la ley: «El principio de sencillez debería imponer que el lenguaje usado por los abogados coincida con el habla común, a no ser que se den razones para que se diferencie [...] Si no hay razones que lo aparten del lenguaje de comprensión general, el uso diferenciado es sospechoso».

Eliminar cuatrocientos años de *legalés* parece imposible, como don Quijote cuando embestía contra los molinos (Hathaway 2000); no obstante, este grupo lo lleva intentando desde un tiempo atrás.

En 1983 ya elaboraron su primera publicación acerca del *plain english*, *An overview of the Plain English Movement in the law*; en 1984 crearon una columna mensual, «*Plain Language*» en el *Michigan Bar Journal*, publicación donde, en la actualidad, continúan analizando los progresos conseguidos. En 1992 iniciaron el premio *Clarity* a la redacción legal y trazaron el objetivo de eliminar el *legalés* de todo documento legal en Michigan para el 2000. Su propuesta para sustituir en los documentos jurídicos el *legalés* por un lenguaje sencillo⁹ se organiza centrándose por orden en un tipo de documento, de entre los veinte tipos distintos que se pueden encontrar en los cinco grandes grupos generales (*laws, lawsuits, contracts, real estate, estate planning*). Más que criticar los malos ejemplos, su postura es, por el contrario, animar con textos modélicos, entre otros medios a través del premio *Clarity*, para disipar el mito de que un documento jurídico no pueda escribirse en una lengua llana.

Kimble, otro jurista ligado a este movimiento,¹⁰ estima que la mayor de las barreras que hay que superar es el mito de que la claridad debe ser sacrificada en aras de la precisión, sobre todo con materias complejas; este experto es de los que opinan que la oscuridad de la prosa oficial la crea más el redactor que el asunto (Kimble 1997).

IV. ALCANCE DE LA CAMPAÑA. CENTROS PARTICIPANTES

Ha sido el *National Partnership for Reinventing Government*, NPR, el organismo creado por Gore para su política de reformas político-administrativas, quien ha promovido y coordinado toda la ambiciosa campaña para instaurar el empleo de un estilo expresivo claro y accesible en los documentos de la Administración. El empuje de que la campaña ha gozado es,

9. En esa dirección netamente jurídica hay publicado un manual específico de redacción, *Plain English for lawyers*, de Richard C. Wydick, editado por la Universidad de California.

10. Kimble escribe en la columna sobre *plain language* en el *Michigan Bar Journal* y es también representante de NEUU en *Clarity*, organización internacional de *plain language*. Además de profesor universitario de redacción legal, es redactor jefe de *The Scribes Journal of Legal Writing*, revista que postula la mejora de la redacción en el ámbito legal, desde las «salas judiciales, los despachos legislativos, las oficinas de publicación o las facultades de derecho».

desde luego, mérito de esta organización y de sus componentes.¹¹ Éstos se integran en lo que han denominado *PEN*, *Plain English Network*. La primera coordinadora de la campaña para el uso del *plain english* en la Administración federal, Annetta Cheek, ha reconocido que los inicios no fueron fáciles, ya que la iniciativa de Gore no fue de principio aceptada con entusiasmo: «Muchos creían que no se podría hacer; el gobierno estaba demasiado anquilosado y rígido, demasiado anclado en sus costumbres. Unos pocos incluso creían que no se debía emprender, ya que amenazaba los sistemas y fórmulas establecidos.» (Cheek 2000: 44). El recelo venía en parte del lado de los juristas, por entender que este nuevo lenguaje, que relegaba el vocabulario técnico (los *terms of art*), sería forzosamente impreciso. Desde 1998 se ha ido progresando, si bien no a un ritmo acelerado, sí desde luego perceptible para los propios ciudadanos.

Su labor divulgadora de las técnicas de redacción y elaboración de textos orientadas a la búsqueda de claridad constituyen un hito en esta dirección. Difunden en internet buena parte de los materiales que elaboran o que recogen ya elaborados, con lo que es realmente fácil para los redactores de la Administración encontrar las herramientas necesarias; brindan también a las distintas agencias la posibilidad de recibir cursos de introducción.¹² Con apoyo tecnológico bastante avanzado (vía satélite), han realizado en el año 2000 una «cumbre virtual» sobre estos temas. Su página web es de extraordinario interés, por la completa información que proporciona sobre novedades, manuales, experiencias, bibliografía, etc.

A este equipo, asesorado por expertos independientes, se debe el manual quizá más extendido, el *Writing User-Friendly Documents*. Para ellos, los conceptos previos que hay que aplicar en la redacción de todo texto institucional —y, por tanto, sobre los que ha de sustentarse cualquier guía de redacción o manual de estilo—, son los siguientes: *a)* dirigirse concretamente a los destinatarios, pensar en los lectores, escribir para los ciudadanos, no para otros lectores de la Administración; *b)* adoptar un estilo sencillo, natural y, en la medida de lo posible, escribir como si se estuviera hablando, con los términos más comunes; *c)* cuidar los aspectos visuales,

11. Hay que mencionar en este punto, necesariamente, a las dos coordinadoras que han tenido la campaña desde que surgió: primero Annetta Cheek y desde hace un breve tiempo Laurie Ford. Annetta Cheek ha sido la gran impulsora del *plain language*; su formación académica es en antropología y cuenta con una larga experiencia en la Administración pública, especialmente en la creación de textos normativos.

12. Algunos de ellos los imparte uno de los más afamados especialistas, John Strylowski, del Ministerio de Interior; entre otros, ha impartido los cursos de introducción en la Food and Drug Administration, centro donde esta campaña ha gozado de gran empuje.

externos de los documentos, para que los principales asuntos resulten destacables, con una presentación agradable. Es decir, no se trata simplemente, como se ve, de promover entre los redactores administrativos un conjunto de determinadas normas léxicas o gramaticales, sino de sentar las bases interlocutivas para crear unos mensajes de la Administración que permitan la comunicación y el acercamiento al administrado, además de suponer una reducción de tiempo y de dinero, ya que al resultar más claros, se entienden mejor y no provocan ulteriores aclaraciones, reclamaciones, etc. Estas premisas venían a romper con una arraigada tradición de textos oscuros, indescifrables, que por su falta de precisión acababan dando lugar, además de a la frustración del lector, a demandas judiciales. Reconocen que entre la gama de textos oficiales son sin duda los textos normativos, las normas, los que presentan una mayor dificultad, por la información eminentemente técnica que contienen, a la vez que van dirigidos a una diversidad de destinatarios; y sin embargo es evidente que ni siquiera los expertos entienden todas las normas de un modo inmediato.

La nueva concepción de cómo abordar los textos es lo que ha hecho posible el espectacular cambio que va del primero al segundo de los textos de los siguientes ejemplos; el primero la versión al modo tradicional administrativo, el segundo, aplicando los criterios del *plain english*:

nº 1. Texto tradicional

El Secretario de Interior puede, en casos específicos o en áreas geográficas específicas, adoptar o hacer aplicable total o parcialmente a las tierras indias fuera de las reservas las leyes, ordenanzas, códigos, normas u otras regulaciones del estado y organismos territoriales en los que el territorio esté situado cuando el Secretario así lo determine en aras del mejor interés del propietario o propietarios indios para lograr el mayor y mejor uso de la citada propiedad.

nº 2. Texto en plain language

Podremos aplicar cualquier ley del estado o local a las tierras fuera de la reserva. Lo haremos sólo si ello permite a los propietarios indios hacer el mejor uso de sus tierras.

En el citado manual promovido por los coordinadores de la campaña, el *Writing User-Friendly Documents*, se dan unas recomendaciones para lograr que el texto sea adecuadamente captado por el receptor. Son las siguientes:

- Identificar a los destinatarios, considerar las necesidades concretas del receptor, sin perder la perspectiva de cuál es el nivel medio de

- conocimientos técnicos; organizar el documento para responder a sus intereses e imaginar la secuencia de preguntas que se le pueden plantear para que encuentre rápidamente las respuestas.
- Preparar índices de los contenidos del documento, distribuidos en un modo lógico, que sirvan como plano para la lectura.
 - Disponer el título y el contenido de los apartados como pregunta-respuesta, con abundantes títulos que formulen las preguntas que el administrado se pueda hacer. El formato pregunta-respuesta concuerda con el modo en que el lector llega al documento, que es con dudas e interrogantes; por otro lado, un título de una o dos palabras es demasiado vago y obliga al que lo lee a completar su sentido.
 - Personalizar al receptor administrado y al emisor administrativo; aunque el documento afecte a miles de personas, quien lo está leyendo es alguien individual. El uso de pronombres de 1ª y 2ª persona permite que el lector se implique más, que no necesite «traducírselo» a su situación particular, y además ahorra palabras. El organismo de la Administración debe hablar en 1ª persona *we* y dirigirse al ciudadano como *you*.
 - Construir las frases con verbos en voz activa —al menos el 85 % de las frases— en lugar de la pasiva, que oculta al agente real de la acción. La voz pasiva encubre al agente, provoca ambigüedad acerca de las responsabilidades y aumenta el número de palabras.
 - Adoptar el tono expresivo adecuado, que no sea excesivamente frío o distante; si hay que dar una mala noticia en una carta, recurrir a expresiones de una cierta aproximación al lector (*We regret, Unfortunately...*). Evitar el estilo jergal de confuso carácter técnico-legal y recurrir al vocabulario técnico sólo si los destinatarios son expertos; si algunos no lo son, escribir para los profanos.
 - Repartir el contenido en construcciones breves, resistiendo la tentación de decirlo todo en una sola frase. Las frases cortas se acomodan mejor con la claridad del contenido; la longitud media de frase debería ser de 25 palabras, y la máxima de 40.
 - Tratar sólo un asunto por párrafo, en párrafos breves, más manejables y menos intimidatorios que los amplios, y con más espacios blancos; no pasar de dos o tres subpárrafos, para no perder de vista el tema principal. Presentar los datos complejos en forma de tablas: son una manera de simplificar textos reguladores muy complejos, visualizan relaciones mejor que un texto denso. Son también muy útiles las listas verticales para las enumeraciones de

datos, acciones, procedimientos en orden cronológico, condiciones, etc.; sirven para destacar los elementos de contenido, añaden espacios en blanco y dejan ver la estructura del documento.

- Suprimir una serie de términos y expresiones que recogen en un glosario, en el que, por ejemplo, proponen que se emple *tell* por *inform*, *but* por *however* o *ask* por *requests*.

Además del centro coordinador, entre los organismos de carácter nacional que han tenido un mayor protagonismo en esta experiencia cabe destacar el Federal Register, la Food and Drug Administration y la Veteran Benefits Administration.

El *Federal Register* es el diario oficial del Gobierno y, debido a la repercusión de lo publicado en sus páginas, los coordinadores de la campaña *Plain English* encomendaron a su responsable que encabezase las iniciativas de simplificación de los documentos institucionales. En general, el requisito que deben seguir los textos que se publican es que vayan precedidos de un sumario que dé respuesta a tres cuestiones básicas: cuál es el problema, cuál es la solución y a quién va dirigida la norma. Por otro lado, también en el Office of the Federal Register (OFR) se han elaborado tres breves manuales de consulta, de enorme utilidad, para ajustarse al requerimiento de la vicepresidencia de asumir un papel principal en la campaña de mejorar los mensajes: *Document Drafting Handbook*, *Making Regulations Readable* y *Drafting Legal Documents*. Los directamente relacionados con los principios del *plain language* son los dos últimos, que están entre los que los coordinadores del movimiento proponen como guías para la redacción. El primero, el más extenso, *Document Drafting Handbook*, cuya revisión más reciente es de octubre de 1998, explica cómo preparar los diferentes tipos de textos para que se ajusten a las directrices del *Federal Register*, en cuanto a estructura, datos externos, procedimientos, etc.. El segundo, *Making Regulations Readable*, es una recopilación de las siete normas que se consideran más convenientes, de entre las cuales extraen dos: disponer los títulos de los apartados de contenido como preguntas y dirigirse de manera concreta, personal, al destinatario (en inglés, con la 2ª persona, *you*). El tercero, *Drafting Legal Documents*, es un manual general de estilo que sintetiza las normas de redacción de textos legales; aborda, por ejemplo normas para redactar los títulos de los textos, evitar la ambigüedad, estructurar el contenido, y facilita una síntesis de normas básicas tales como el empleo de la voz activa, de verbos de acción (*pay*) en lugar del circunloquio verbo + nombre (*make payment*), escribir en positivo (*forgot*) y no en negativo (*did not remember*), con términos usuales, comu-

nes, en frases breves. Brinda asimismo este organismo federal un índice de términos que se deben evitar y las posibles soluciones léxicas como alternativas.

Otro de los centros de la Administración norteamericana más implicados en esta renovación del lenguaje es la *Food and Drug Administration*, precisamente la mayor agencia federal de Estados Unidos. Entre sus tareas está la de analizar e inspeccionar alimentos, elaborar informes y otras similares para ejercer controles sanitarios sobre lo relacionado con productos y materiales alimentarios o que afecten a la salud. Los responsables de este organismo eran conscientes de la importancia de adoptar en sus mensajes un lenguaje que respondiera a las necesidades de los ciudadanos que de algún modo están incluidos en la esfera de sus competencias: pacientes, consumidores, granjeros, pequeños empresarios, gran industria... Para ello, aunque hubo una actitud inicial reacia a romper la tradición expresiva propia, recurrieron a las herramientas del *plain language*¹³ de un modo tan efectivo que les ha llevado a ganar, desde 1999, tres premios de los que ha otorgado la vicepresidencia, los «*No Gobbledygook Awards*». En su propia página web facilitan información acerca de todas las iniciativas y logros conseguidos en esta reforma comunicativa. Para animar a los empleados a interesarse en la campaña, convocaron un concurso de eslogan publicitario, al que se presentaron más de quinientos, y el ganador, que recurre a términos homófonos (*write = right*), fue: «*Food and Drug Administration Plain Language: It's the Write Idea*».

Han seguido las técnicas del *plain language* en la elaboración de sus documentos: cartas, normativas reguladoras, publicaciones, en todo lo relativo a artículos y material de medicina, inspección y control de animales, etc. Además de cursos por satélite, se han seguido breves cursos de introducción, de los niveles superiores a los inferiores del organigrama. Los empleados cuyas tareas consisten en redactar documentos reciben cursos más amplios para familiarizarse con las técnicas del manual *Writing-User Friendly Documents*; a los que redactan normativas se les facilita asistir a los cursos del *Federal Register*. Además de la coordinadora de *plain language*, un equipo de cincuenta representantes coordinan los esfuerzos. Desde 1998, unas seiscientas personas han seguido los cursos.

Entre sus contribuciones más notables se puede citar una norma de 1999 —que les valió el primero de sus tres premios— que regula los requisitos a los que han de ajustarse las etiquetas de los medicamentos que se

13. El motor humano de toda esta iniciativa ha sido sobre todo Joanne Locke, asesora del departamento y coordinadora de la campaña.

venden sin receta. Se especifica que las etiquetas han de tener un formato estándar que contenga determinada información (ingredientes, dosis, advertencias) para que el consumidor pueda conocer los beneficios, los riesgos, la aplicación adecuada, y evitar así las decenas de miles de hospitalizaciones debidas al uso incorrecto de este tipo de medicamentos sin receta. No se trata sólo de dar esa información, sino de darla de un modo legible. Era una necesidad hacerlo,¹⁴ dado que esos productos pueden ser nocivos si no son administrados adecuadamente; si la etiqueta es clara, ahorra tiempo y permite elegir mejor. Las exigencias que las etiquetas han de respetar consisten en una presentación clara en formato estándar (*easy-to-read format*), generalmente en el exterior del envase; fijan unos tamaños mínimos. Todos los datos informativos deben estar situados en el mismo lugar y de modo semejante en todos los productos: los ingredientes activos al principio, los beneficios, las advertencias y los ingredientes inactivos, para evitar reacciones alérgicas. El lenguaje ha de ser sencillo: «uses» en lugar de «indications», y se deben desterrar términos tales como «precautions» o «contraindications», ya que según algunos estudios el 70% de los que los usan no entienden cuál es la dosis correcta para los niños, con el riesgo que eso supone. El tamaño de la letra debe ser tenido en cuenta, así como otros métodos gráficos de legibilidad (recuadros, interlineado amplio), para evitar dificultades con los consumidores de más edad que tengan problemas de vista. Esta medida fue acompañada de una campaña publicitaria para indicar a los consumidores la utilidad de la información que las nuevas etiquetas les ofrecen.

El primer centro de la Food and Drug Administration en adoptar el *plain language* en sus normativas fue el Centro de Medicina Veterinaria. Tras la recomendación marcada por Clinton en el Memorándum de 1998, siguieron las directrices del *plain language* y empezaron por definir quiénes serían los destinatarios / lectores de sus normativas: los veterinarios, la industria de piensos, de criadores de animales y la farmacéutica. Hubo un rechazo inicial a este nuevo estilo, que se dispó tras explicar que se ajustaba a lo requerido por el presidente.

En la actualidad, además de las pautas expresivas generales, están empezando a utilizar un programa informático, *Stylewriter*, que es una eficaz herramienta para evitar incurrir en el *burocratés*; es un programa creado en

14. El vicepresidente Gore justificaba la importancia de esta medida: «Cuando los niños se despierten enfermos a media noche, los padres no tendrán que consultar el diccionario para entender las instrucciones. Tampoco serán necesarias gafas de aumento para descubrir cómo es el medicamento.»

Inglaterra, que está siendo «americanizado». El programa facilita ayuda no sólo para localizar la longitud de las frases o controlar la gramática o los giros sexistas, sino también para la voz pasiva, las voces innecesarias, la jerga, las tautologías, los clichés o los términos inusuales.

Otro organismo federal donde la renovación de las formas comunicativas ha alcanzado una envergadura muy considerable ha sido la *Veteran Benefits Administration*, vba. Su esfera de actuación abarca una serie de prestaciones (pensiones por retiro, minusvalías, becas, préstamos hipotecarios, ayudas para mejora de la vivienda, seguros, etc.) otorgadas a quienes han prestado sus servicios en algún cuerpo militar de EEUU. Las reformas se fueron gestando una vez que se reconoció que la falta de una comunicación adecuada con los administrados era causa permanente de graves problemas.

Por citar uno de los casos más destacables, se puede hacer referencia a lo que ocurría en la comunicación epistolar. Las cartas que la vba enviaba cosechaban numerosas críticas, no sólo porque no daban la información con claridad, sino incluso por su falta de amabilidad con el receptor. El Congreso y la General Accounting Office habían reprochado a vba la demora en la gestión de las prestaciones (Kleimann y Mercer 1999). Tras algunos intentos locales (Milwaukee, Mississippi), los servicios centrales decidieron organizar cursos globales y es así como surgió uno de los cursos de mayor seguimiento dentro de la campaña de empleo de *plain language*, el *Reader-Focused Writing* (1994-1995), iniciativa que es incluso anterior a la promovida desde 1998 por el gobierno del partido demócrata. Otros programas anteriores —algunos ya lejanos en el tiempo, como el *Plain letters* de 1955 o *Feelings*, 1978, y el último *Just Plain English*, de 1985— habían fracasado, en opinión de una de las personas más ligadas a este proceso reformador, Susan Kleimann, por no cambiar la organización y todo el planteamiento de base con el que abordar las manifestaciones discursivas del organismo.

Las nuevas fórmulas partieron de operar un cambio radical, aboliendo los errores arrastrados. Así, el equipo de comunicadores encabezado por Kleimann, tras analizar doscientas cartas, desarrolló el *Reader-Focused Writing Tools*, un curso específico para el personal que ha de elaborar y redactar cartas a los administrados; ahora la orientación apunta a un decidido cambio en el esquema de valores organizativos que parte de asociar el concepto de servicio al cliente con el estilo claro, llano. La clave, de acuerdo con las premisas de la autora del curso, está en que éste enseña a pensar con mayor claridad y también, por supuesto, a escribir; se aprende a valorar lo que es eficaz en una carta, en lugar de limitarse a exponer en ella un

conjunto de normas que la Administración tiene que aplicar. Los presupuestos de los creadores de las nuevas propuestas van más lejos de la mera tarea burocrática de escribir una carta a los ciudadanos; de acuerdo con los principios comunicativos que defienden, los documentos son el rostro de un organismo, representan sus planteamientos, sus puntos de vista; por tanto, si no están bien concebidos, dan lugar a la confusión. Cambiar el estilo de los documentos implica, en realidad, cambiar las fórmulas de trabajo, aplicando los resultados de la investigación sobre comunicación técnica a la comunicación administrativa (cartas, impresos, manuales *on-line*).

La meta de este nuevo proyecto, *Reader-Focused Writing*, estribaba en doblar la comprensión de las cartas de la vba y en reducir a la mitad el tiempo de lectura. Para su éxito, no podía limitarse a ser otro curso académico, sino que debía arrancar teniendo en cuenta la naturaleza específica, el contexto de la actividad que se tenía que desarrollar, y por ello se insiste en la necesidad de comprobar las cartas y manuales con los usuarios. Comprendía varios apartados, dirigidos cada uno a los que escribían diferentes tipos de textos, con necesidades diversas; de mayor a menor difusión, son los siguientes: 1) Orientaciones generales, que habrían de impartirse para todo el personal; 2) *Reader-Focused Writing Tools*, desarrollado de julio a noviembre de 1996, es un curso a distancia por emisiones radiofónicas y vía satélite, para todos aquellos que han de redactar algún tipo de texto; 3) *Collaborative Writing*, para rescribir los modelos de cartas que se utilizan; 4) en este nivel, *Forms Design and Writing Reference*, se aborda otro tipo de documentos, los impresos y formularios; 5) para marcar las pautas de los textos normativos han diseñado unas propuestas específicas, *Writing Clear and Usable Regulations*.

Aunque el trabajo desplegado en este organismo ha estado inspirado por el equipo que dirige Susan Kleimann, esta agencia federal no ha estado en modo alguno al margen de la campaña gubernativa del *Plain English Network*; por el contrario, se han visto mutuamente reforzados (Kleimann y Mercer 1999). Al margen de lo que la vba había emprendido, PEN estaba ya alentando a las agencias a revisar sus documentos; de este modo, ambos se beneficiaron de su asociación mutua: PEN ampliaba su horizonte a todo tipo de documentos, mientras que la vba encontraba un poderoso titán de su parte a un alto nivel del Gobierno. Ambos promovieron el Memorandum de Clinton; en su anuncio de junio de 1998, Gore empleó ejemplos de textos (en su forma tradicional y tras reescribirlos en *plain english*) de la vba; los empleados de vba pudieron así comprobar con satisfacción que los primeros minutos de la intervención del vicepresidente se centraron en dos ejemplos extraídos de textos de la vba. Dentro de este centro administrati-

vo, el curso ha sido seguido masivamente: en 1999 se impartieron cursos mensuales a varios cientos de funcionarios en cada edición, con lo que se llegó a abarcar un amplísimo grupo del personal, unos ocho mil funcionarios en sólo un año.

Los resultados mostraban claramente el éxito de la propuesta: se pudo comprobar que los lectores de nivel bajo comprendían menos del 40 % de una carta tradicional y más del 80 % de las cartas redactadas a partir de *Reader-Focused Writing*; además, necesitaban mucho menos tiempo para leerla, a la vez que han disminuido las reclamaciones del público, que interactúa de modo más ágil. Esto se debe a la orientación que propugnan, el que los textos hayan de ir siempre concebidos y pensados para sus clientes (los ciudadanos), y no para los profesionales y expertos. Teniendo esto en cuenta, el proceso comunicativo de elaboración que se ha de controlar no acaba con recurrir a unas técnicas de redacción y de diseño apropiadas para el texto, sino que éste ha de ser verificado para comprobar su grado de facilidad y su claridad para el receptor. El procedimiento incluye por tanto un protocolo de pruebas, que debe consistir en entrevistas individuales, en las que se pide a un usuario que lea un contenido, normalmente hasta un punto; se le pregunta acerca de lo leído y al final se le pide que explique lo que crea que la carta indicaba. La fase última de comprobar la validez comunicativa del documento es, con estos planteamientos, de gran interés; para ver si realmente el documento es útil, hay que atender a la gente que lo va a usar, que ellos lo evalúen, para así conocer en qué medida los ciudadanos interpretan correctamente el sentido del texto e interactúan con éxito. Asimismo, la revisión ulterior del texto a cargo de expertos complementa el análisis de la construcción del mensaje, para calibrar cómo se ha dispuesto la jerarquía lógica de la información textual, la densidad informativa, la proporción entre los elementos de información nueva e información dada, etc.

OTROS CENTROS DE LA ADMINISTRACIÓN

Los organismos citados han trazado una estela de interés por la calidad de las formas discursivas institucionales que merece especial atención; el eco de sus logros y el recorrido que han marcado constituyen unas referencias indiscutibles. A ellos, no obstante, habría que añadir otra lista de distintos centros federales cuyas iniciativas renovadoras han proporcionado también inequívocos destellos de la profundidad de los cambios de estilo discursivo. Se puede mencionar (Cheek 2000), por ejemplo, la Securities

and Exchange Commission, que ha trazado su propio programa de cursos, de revisión de textos, y que ha conseguido otro de los premios «*No Gobbledygook*». O el Departamento de Interior, muy implicado en la campaña, que ha publicado muchas normas en *plain language* (como las del Bureau of Indian Affairs Housing Improvement Program); imparte cursos cada mes; han revisado los cinco textos más empleados, e incluso ofrecen cursos a otros departamentos, de los que ya han dado 60, labor que se debe básicamente al quehacer de John Strylowski. En el Departamento de Comercio han creado un comité para promover el uso de *plain language*, el PLASTIC (Plain Language Action Service Technical Information Committee) y tienen cursos grabados en audio. También la Oficina del Presupuesto cuida la redacción de nuevas normas. Una agencia de investigación, Research and Special Programs Administration, en cooperación con la Oficina del *Federal Register*, ha propuesto un nuevo formato de prueba a debate, que aumentaría la legibilidad: sangría en los párrafos, línea en blanco entre ellos, títulos centrados, índice en el preámbulo. Otros centros administrativos que han participado en la campaña pueden ser la Health Care Finance Administration o la Occupational Safety and Health Administration, ganadora de otro galardón.

V. VENTAJAS ECONÓMICAS

Para la mentalidad práctica de EEUU, la simplificación del lenguaje es en buena medida no ya algo necesario para mejorar las relaciones interlocutivas con los ciudadanos, sino incluso un asunto de carácter económico. Además del principio democratizador al que responde, los expertos norteamericanos han constatado que lleva consigo un ahorro de dinero: si los usuarios no entienden los documentos, el personal de la Administración tiene que atender sus llamadas telefónicas, escribir posteriores cartas u otros documentos aclaratorios o recurrir por último a la vía judicial. En su interés por abarcar todos los beneficios que esta ambiciosa campaña renovadora comporta, han llegado a elaborar estudios que cuantifican el ahorro que el nuevo estilo comunicativo supone, ahorro en tiempo y en dinero.¹⁵

Según tales estudios, el empleo del *plain language* aumenta la productividad y la moral del personal, reduce las reclamaciones y aumenta la sa-

15. Hay algunas publicaciones a este respecto: «*The productivity of plain english*» o «*How plain english works for business: Twelve Case Studies*», de la Office of Consumers Affairs, del Departamento de Comercio, de 1983 y 1984, respectivamente.

tisfacción de los clientes (Kimble 1997). En un organismo concreto, el Department of Veterans Affairs, pionero en estas lides, se hizo un estudio en 1991 —antes de emprender su eficiente plan de empelo del *plain language*—, en algunas oficinas en las que ya se estaban aplicando criterios de clarificación en modelos de cartas; se han hecho unos cálculos que concretan que las llamadas que se recibieron en torno al contenido de las cartas pasaron de unas mil cien a algo menos de doscientas, lo que les ha llevado a extrapolar en unos cuarenta mil dólares el ahorro anual que se obtendría si se extendiera a todas las oficinas.

En la misma línea, en otro organismo, Naval Officers, un estudio estima que se ahorrarían de doscientos cincuenta a trescientos cincuenta millones de dólares anuales si todo el personal manejara documentos escritos en *plain style*. Incluso una empresa de informática, Allen-Bradley Company, que elaboró un manual de estilo para sus redactores, y que comprobó con los lectores la claridad del libro de instrucciones del producto, obtuvo un claro beneficio: las llamadas de clientes para consultas pasaron de cincuenta diarias a dos mensuales. También la empresa General Electric estima que al redactar en lenguaje claro los manuales para sus productos informáticos bajan drásticamente las llamadas de los clientes, lo que la empresa valora en un ahorro entre veintidós mil y trescientos setenta y cinco mil dólares anuales; o igualmente otra empresa, la compañía de transporte Federal Express ha constatado que mejorando la redacción de su manual de operaciones se obtenía un éxito del 80 % en las consultas, frente al 53 % anterior, lo que suponía un ahorro de cuatrocientos mil dólares anuales, sólo por el tiempo que los empleados dedicaban a obtener la información del manual.

VI. CONCLUSIONES

Desde la perspectiva aún escasa con la que se puede contemplar un proceso tan reciente, no deja de resultar un fenómeno muy relevante. La maquinaria administrativa tiene en EEUU, como casi en cualquier otro lugar, unas dimensiones tales que convierten en especialmente arduo cualquier movimiento de reforma que comporte un cambio sustancial en los usos establecidos o tradicionales, que rompa la inercia. Si en este país ha tenido éxito se debe en buena medida a que la campaña ha estado respaldada por un movimiento político que le ha dado su empuje. Está, desde luego, claro que los logros alcanzados son difícilmente comparables a los que se puedan reconocer en otros países; a este notable desarrollo no es ajeno

el hecho de que un amplio conjunto de funcionarios y responsables de la Administración se implicara de modo muy activo, lo cual ha motivado que haya alcanzado una amplia extensión. O quizás también la propia historia de EEUU haga que sus estructuras administrativas estén menos anquilosadas de lo que lo están en otras naciones.

Por otro lado, muchas de las propuestas de redacción y elaboración textual que el movimiento del *Plain Language* ha lanzado serían de posible aplicación en otras lenguas y ámbitos nacionales. Y si algunas, por el contrario, carecen de validez en otros contextos, dado que cada idioma tiene su fisonomía y su perfil propio, sí son del todo aprovechables los presupuestos comunicativos en los que se fundamenta. Este enfoque descansa, como se observa, en una premisa irrenunciable: para elaborar cualquier texto, la Administración, como emisor, tiene que considerar ante todo al receptor, al ciudadano; y dirigirse a él, para que la construcción del mensaje responda a las expectativas del ciudadano, a sus necesidades; no es el ciudadano quien tiene que hacer el esfuerzo de descifrar un texto oficial, sino los poderes públicos, a través de los redactores responsables, los que deben facilitar la comprensión del texto, despojándolo de su pátina de idioma críptico para expertos, el *burocratés*.

Reconocer este principio en la forma como en EEUU se está haciendo supone un paso decisivo del todo deseable que aún dista de ser una pauta general aceptada en bastantes centros de actividad pública.

VII. BIBLIOGRAFÍA

- CHEEK, Annetta (2000): «Plain Language in the Federal Government», en *Michigan Bar Journal*, enero de 2000, págs. 44-46. Michigan.
- COMET I CODINA, Robert (1987): «La modernització de l'Administració i el seu reflex en l'estil dels documents administratius», en *Revista de Llengua i Dret*, nº 10, págs. 7-27. Barcelona.
- ETXEBARRÍA, Maitena (1997): «El lenguaje jurídico y administrativo. Propuestas para su modernización y normalización», en *Revista Española de Lingüística*, nº 27, 2, págs. 341-380. Madrid.
- HATHAWAY, George (2000): «An Overview of the Plain English Movement in the Law - 15 years later», en *Michigan Bar Journal*, enero de 2000, págs. 30-32. Michigan.
- KLEIMANN, Susan (1998): «Recent U.S. Developments in Plain Language», en *Rapport: News about Plain Language*, nº 21, 1998, págs. 8-9. Vancouver. Edición en internet.

- KLEIMANN, Susan y MERCER, Melodie (1999): «Changing a Bureaucracy - One Paragraph at a Time», en *Clarity*, n° 43, mayo de 1999. Michigan.
- KIMBLE, Joseph (1997): «Writing for Dollars, Writing to Please», en *The Scribes Journal of Legal Writing*, vol. 6, 1996-1997, Thomas Cooley Law School, Michigan.
- REDISH, Janice y KLEIMANN, Susan (1999): «The US Document Design Center: a retrospective», en *Clarity*, n° 43, mayo de 1999. Michigan.

— abstract / resum —

REFORMING ADMINISTRATIVE
LANGUAGE: THE U.S. EXPERIENCE

Heraclia CASTELLÓN ALCALÁ

In recent decades there has been an increase in the number of initiatives aimed at improving the quality of administrative language. These initiatives have been launched by governments and institutions, or have come about as a result of public campaigns. In this regard, the experience of the United States, a country in which communications between the government and the citizenry are undergoing a series of improvements, represents a process of reform, of movement towards clarity in institutional language, that is of enormous interest. The initiative stems from a political decision of the Democratic Party under the Clinton/Gore Administration, according to which a coordination committee was created to promote measures that might be undertaken at any level of the federal government. The initiative began to take shape as a proposal for action in President Clinton's *Memorandum on Plain Language* (June 1, 1998), which declares that simplicity and clarity must be prerequisites in offi-

LA REFORMA DEL LLENGUATGE
ADMINISTRATIU: L'EXPERIÈNCIA DELS EUA

Heraclia CASTELLÓN ALCALÁ

En les darreres dècades ha anat creixent el nombre d'iniciatives encaminades a millorar la qualitat dels textos administratius, empreses per governs, diverses institucions, o sorgides arran de campanyes públiques. En aquesta línia, l'experiència dels EUA, país en el qual la comunicació del Govern amb els ciutadans està experimentant una sèrie de millores, constitueix un procés de reforma cap a la claredat del llenguatge institucional que ofereix un interès molt gran. La iniciativa es deu a una decisió política del partit demòcrata en el govern Clinton/Gore, per la qual es va crear un comitè de coordinació per impulsar les diferents mesures que es poguessin emprendre a qualsevol nivell de l'Administració federal. Es comença a plasmar com a proposta d'acció en el *Memorandum on Plain Language* (1 de juny de 1998), del president Clinton, en el qual ja s'afirma que la senzillesa i la claredat han de ser requisits imprescindibles dels missatges oficials. Es fixen sis punts bàsics als

cial messages. Six basic points, to be adhered to in the drafting of administrative documents, were established. Their guidelines have to do both with the structure and the range of vocabulary or the grammar of the texts: first and foremost, they should be organized in logical, common-sense fashion; first and second person pronouns should be used to personalize the transmitter and the receiver; the active verb form is recommended, and passive forms are to be avoided; sentence length should be kept under control; preference should be given to common forms; the design chosen should enhance clarity.

An essential underlying point in this overall approach is that from the very start, the writer must bear in mind the needs and level of technical knowledge of his target audience, so that, put simply, the official message does not end up taxing the understanding of the target audience. To implement these proposals, they have written a style guide, *Writing User-Friendly Documents*, which offers very complete drafting guidelines: use common words, descriptive titles, resort to a question and answer format for the paragraphs, start off the most complex matters with a brief summary. The style guide even sets a maximum sentence length (from 15 to 20 words, and never more than 40).

This simplification movement had already appeared previously in other initiatives that served as a starting point for the current proposals. Their dissemination throughout the government has already achieved some outstanding successes, especially in the most active centers (Veteran Benefits Administration, Food and Drug Administration, Federal Register...).

quals s'ha d'ajustar l'elaboració i la redacció dels textos administratius, amb pautes que atenyen tant l'estructura com el lèxic o la gramàtica dels textos: organitzar-los perquè responguin abans de res a la lògica, al sentit comú; usar pronoms de 1ª i 2ª persona que personalitzin l'emissor i el receptor; es prescriu la forma activa dels verbs, i es releguen les formes passives; contenir la longitud de les frases; preferir sempre els termes usuals i recórrer a un disseny clarificador.

Un punt essencial que subjau en aquest plantejament global és el de partir coneixent el tipus de destinatari al qual arribarà el document, les seves necessitats, el seu nivell de coneixements tècnics, de manera que, en suma, el missatge oficial no li representi un esforç de comprensió. Per aplicar aquestes propostes, han elaborat un manual d'estil, *Writing User-Friendly Documents*, que dona pautes de redacció molt concretes: utilitzar paraules comunes, títols descriptius, recórrer al model constructiu de preguntes-resposta per als paràgrafs, iniciar amb un sumari breu els assumptes més complexos, i fins i tot fixa la longitud màxima de la frase (de 15 a 20 paraules, i mai més de 40).

Aquest moviment de simplificació ja havia aparegut abans a través d'altres iniciatives que suposen el punt de partida per a les propostes actuals. La seva difusió a l'Administració ja compta amb alguns èxits destacables, sobretot en els centres més actius (Veteran Benefits Administration, Food and Drug Administration, Federal Register...).

