

EDGARDO HENRY RÍOS

LA REDACCION PERIODISTICA EN EL PROCESO DE LAS COMUNICACIONES

PARA tener una idea clara acerca del valor de la redacción periodística en el proceso de la elaboración de diarios, revistas, boletines radiales, guiones cinematográficos y de televisión, es conveniente recordar qué se entiende por comunicación, cuáles son los elementos, etapas y factores de este proceso y qué papel juega entre ellos la redacción.

La palabra *comunicación* viene del latín COMMUNICATIO, ONIS, que significa *poner en común, compartir*. Ambas palabras proceden del adjetivo latino COMMUNIS, E, que significa *que pertenece a todos o a varios*¹ y COMMUNIS, E viene de CUM, que significa *juntamente* y de MUNUS, ERIS, que significa *oficio, funciones, obligación, cargo*².

La palabra *comunicación* consta de los siguientes elementos: común ICA CIÓN. *Común* significa lo mismo, *ica* procede del sufijo verbal *icar* que significa *hacer* y del sufijo de abstracción *ción*, que significa *acto, acción o efecto*.

Se observan en la etimología de esta palabra las ideas de *participación*, de *compartir*, de relación entre varios, de *oficio conjunto*, que dan la idea de por lo menos dos elementos básicos entre los cuales se establece un tipo de relación.

La lexicogénesis del término indica con mayor claridad que la comunicación es el *acto de hacer común*. ¿Hacer común qué?

Una definición bastante divulgada es aquélla que establece que "comunicación es el proceso mediante el cual una o varias personas transmiten actitudes, experiencias, sentimientos, conocimientos, etc., a

¹Spes, Diccionario Ilustrado Latino-Español, Español-Latino. Ed. Spes, S. A., Barcelona, 1950.

²Idem.

una persona o grupo de personas". Es esto lo que se trata de hacer común.

Para tener una idea más cabal de lo que debe entenderse por comunicación, es necesario detenerse a examinar los elementos que participan en este proceso. Para Berlo³ estos elementos o ingredientes son seis: la fuente, el cifrador o codificador, el mensaje, el canal, el descifrador o decodificador y el receptor.

FUENTE-CIFRADOR-MENSAJE-CANAL-DESCIFRADOR-RECEPTOR

Berlo define la fuente como "una persona o grupo de personas con un propósito, una razón para iniciar una comunicación"⁴.

Es fuente de comunicación, entonces, toda persona o grupo de personas que entregan una información, que proporciona datos, materiales, detalles, ideas. En este sentido se habla en periodismo de "fuentes de la noticia". Son las fuentes las que dan a conocer el qué, quién, cuándo, cómo, dónde y a veces el porqué y el para qué de la noticia.

Sabemos que estas "fuentes de la noticia" son los funcionarios encargados de suministrar informaciones en la Presidencia de la República, los ministerios, las intendencias, las embajadas, los clubes deportivos, las industrias, las casas comerciales, los llamados secretarios de prensa, adictos de prensa. Y por su parte los científicos, los artistas, los políticos, etc.

Del cifrador dice lo siguiente: "es el responsable de tomar las ideas de la fuente y de ponerlas en un código, expresando el propósito de la fuente en forma de un mensaje"⁵.

Código significa cifrado, clave, sistema de signos, redacción adecuada, estilo apropiado. No hay que olvidar que el lenguaje es una de las claves o sistemas de signos que se pueden utilizar en la comunicación.

Los cifradores son, entonces, las personas encargadas de recoger las ideas de las fuentes y transformarlas en mensajes. Estos cifradores desempeñan papel de intermediarios entre una fuente y las personas a quienes la información va dirigida. Esta función cumplen los llamados comunicadores, divulgadores o extensionistas, los periodistas que informan, los relacionadores públicos, los publicistas y propagandistas, los profesores, los sacerdotes, los libretistas, los actores, etc.

³David, K. Berlo: *The process of communication*. Ed. Holt, Rinehart and Winston, Inc., New York, 1960, p. 32.

⁴Idem., p. 30.

⁵Idem., p. 30.

Para Berlo, el mensaje es "el producto físico de la fuente y el cifrador"⁶, "es la consignación de ideas, propósitos e intenciones en un código, un conjunto sistemático de signos"⁷.

Los mensajes no sólo pueden estar constituidos por palabras (telegramas, cartas, circulares, folletos, libros, periódicos, etc.). Pueden estar constituidos también por sistemas de signos no verbales como ocurre con las fotografías, dibujos, notaciones musicales, los movimientos de una danza, los planos, figuras y matices de los colores en la pintura, etc. Como afirma Berlo, "todo aquello a lo cual la gente puede asociar significados *puede ser y es usado en comunicación*"⁸.

Refiriéndose al canal explica simplemente que "es un medio, un "portador de mensajes"⁹. Es el medio que se usa para hacer llegar el mensaje a su destinatario. Es el aire en la conversación y en otros tipos de comunicación está constituido por el teléfono, el telégrafo, los servicios de correos, la prensa, la radio, el cine, la televisión, etc.

Acerca del descifrador dice: "Tal como una fuente necesita un cifrador para convertir sus propósitos en un mensaje, para expresar sus ideas en un código, el receptor necesita un descifrador para traducir el mensaje y dejarlo en una forma tal que el receptor pueda usarlo"¹⁰. Están en este caso los funcionarios de telégrafo que descifran un mensaje transmitido en clave, el traductor de lenguas extranjeras, el traductor simultáneo, el intérprete, los periodistas que explican o interpretan una noticia, los que opinan o los que cultivan el periodismo ameno, etc.

Con respecto al receptor, dice: "La persona o personas en el otro extremo pueden ser llamados receptores, el blanco de la comunicación"¹¹. Es la persona o grupo de personas que recibe el mensaje, como lo son el interlocutor, el lector, el auditor, el espectador, los alumnos, los feligreses, el correligionario, el comprador, etc.

Más adelante¹² Berlo reduce su esquema a cuatro elementos fundamentales:

FUENTE-MENSAJE-CANAL-RECEPTOR

Denomina ahora "fuente" conjuntamente a lo que había llamado por separado "fuente" y "cifrador", atendiendo a que en muchas ocasiones ambos elementos constituyen una sola persona, como suce-

⁶Idem., p. 54.

⁷Idem., p. 30.

⁸Idem., p. 2.

⁹Idem., p. 31.

¹⁰Idem., p. 31.

¹¹Idem., p. 31.

¹²Idem., p. 72.

de con el escritor. Algunos autores llaman "emisor" a este elemento de la comunicación.

Del mismo modo llama "receptor" a lo que había denominado separadamente "descifrador" y "receptor", por la misma razón anterior, como ocurre normalmente con el lector.

Sin embargo, en la comunicación periodística se mantiene claramente la separación entre "fuente" (personas que dan información) y "cifrador" (periodistas que redactan estas informaciones de acuerdo con las normas del estilo periodístico), y la de "descifrador" (periodista que explica, opina o ameniza), y "receptor".

Con las dicotomías "fuente/cifrador" y "descifrador/receptor" encontramos que el proceso de la comunicación en realidad es susceptible de dividirse en tres unidades. Es evidente que hay un proceso de comunicación entre la fuente y el cifrador, otro entre el cifrador y el descifrador y un tercero entre el descifrador y el receptor.

Por esto estimamos que el último esquema de Berlo constituye la verdadera unidad de comunicación. En cambio el primero es más bien un complejo de unidades o lo que podríamos llamar una comunicación en cadena.

Sabemos que se entiende por "proceso" todo fenómeno que se desarrolla por partes, que consta de "momentos", de una sucesión de operaciones. En suma, constituyen el "proceso de la comunicación".

La fuente genera las informaciones, el cifrador *convierte* las ideas, los datos en un sistema de signos, el mensaje es el elemento que *transporta* estos sistemas de signos, el canal es el medio que los *difunde*, el descifrador *traduce* los signos nuevamente en ideas o datos y el receptor es el elemento que *adquiere* las nuevas ideas.

Cada uno de los elementos de la comunicación influye de una u otra manera en los resultados, en la efectividad de la comunicación. De una manera particular determinan las características, el estilo de la redacción de los mensajes.

Fuera de los elementos —factores nombrados— debemos añadir otros dos: el propósito y las circunstancias.

Se entiende por propósito aquello que la fuente persigue con su comunicación, el fin que se propone, lo que desea obtener del receptor.

Las circunstancias están constituidas por todas aquellas variables que proporciona la situación o el ambiente en que se realiza la comunicación.

En periodismo, estas circunstancias que influyen en gran manera en la redacción, son el tiempo de que dispone el periodista para es-

cribir; la periodicidad, es decir, en este caso, el hecho de escribir todos los días; el espacio de que se dispone para escribir; y la realización del trabajo, es decir, su característica de obra colectiva.

Estos dos elementos convendría tenerlos presentes en el esquema.

P r o p ó s i t o

FUENTE-CIFRADOR-MENSAJE-CANAL-DESCIFRADOR-RECEPTOR

C i r c u n s t a n c i a s :

TIEMPO
PERIODICIDAD
ESPACIO
REALIZACION

Las denominaciones de los elementos, etapas y factores del proceso de la comunicación, que pertenecen a la teoría general de las comunicaciones, pueden ser traducidas a sus equivalentes en el proceso específico de la comunicación periodística.

La "fuente" son las llamadas "fuentes de la noticia". El "cifrador" es el periodista que informa, poseedor de un oficio, una técnica especial, un método de trabajo, un estilo de redacción (nos interesa especialmente el periodismo escrito). El "canal" es la prensa, la radio, el cine o la televisión. El "descifrador" es el periodista que explica, opina o ameniza y el "receptor" es el lector, el auditor o el espectador. El esquema de la comunicación periodística es, entonces, el siguiente:

FUENTE	CIFRADOR	MENSAJE	CANAL	DESCIFRADOR	RECEPTOR
Fuente de Periodista la noticia. que informa.	Composición periodística.	Prensa, radio, televisión, cine.	Periodista que explica, opina o ameniza.	Lector, auditor, espectador.	

Para Berlo, toda comunicación tiende a influir en algún grado en el receptor¹³. Esta influencia está destinada a producir una respuesta¹⁴. Afirma Berlo que "en términos psicológicos, la fuente trata de producir estímulos. El receptor responde a estos estímulos si la

¹³Idem., pp. 11, 12 y 14.

¹⁴Idem., p. 12.

comunicación se produce; si no responde, la comunicación no se ha producido¹⁵.

Tradicionalmente se ha venido hablando de tres propósitos de la comunicación: informar, persuadir y entretener. Explica Berlo que esta distinción ha producido confusión, porque muchas personas han creído que estos propósitos son excluyentes, es decir, si una comunicación es informativa, no tendría elementos que tendieran a la persuasión o al entretenimiento. Sabemos que en la realidad esto no ocurre. Además, las cosas se clasifican por lo que predomina en ellas. Si calificamos una comunicación de informativa, eso simplemente significa que en ella predomina la información, pero que también puede llevar elementos destinados a la persuasión y al esparcimiento. Con esta advertencia, la distinción puede seguir utilizándose todavía.

El instrumento que con mayor frecuencia se usa para la comunicación es el lenguaje. Según Bühler¹⁶ "el lenguaje es un "organon" que tiene tres funciones: representación, expresión y apelación".

El signo lingüístico es "síntoma" en relación con el emisor (fuente) por cuanto expresa su afectividad, es "señal" con relación al receptor, por cuanto implica un llamado, una apelación para que éste haga algo, atienda por lo menos, o realice un acto presente o futuro, y es "símbolo" en cuanto representa objetos o relaciones. Se advierte cierto paralelismo entre los propósitos de la comunicación y las funciones del lenguaje.

Ahora bien, las tres funciones clásicas del periodismo son en términos generales las mismas de la comunicación: informar, orientar y entretener. También es interesante constatar la relación que existe entre los propósitos y funciones mencionados y la tradicional clasificación de los fenómenos psicológicos: intelectuales, activos y afectivos¹⁷. El esquema de relaciones es el siguiente:

COMUNICACIONES	LENGUAJE	PERIODISMO	SICOLOGIA
informar, persuadir, entretener.	representar, apelar, expresar afectividad.	informar, orientar, entretener.	intelectuales, representativos o cognoscitivos, activos o volitivos, afectivos.

¹⁵Idem., p. 31.

¹⁶Karl Bühler: *Teoría del Lenguaje*. Ed. Revista de Occidente, S. A., Madrid, 1950, p. 34.

¹⁷Egidio Orellana Bravo: *Psicología General*. Ed. Universitaria, S. A., Santiago, 1953, p. 113.

Este sistema de relaciones es muy explicable, puesto que el lenguaje es el sistema de signos más utilizado para la comunicación. El periodismo, que es una de las actividades destinadas a lograr la comunicación en gran escala, también utiliza el lenguaje, y trata de influir en el individuo proporcionándole conocimientos, induciéndolo a realizar determinadas actividades o modificando de algún modo su vida afectiva.

Las tres funciones básicas del periodismo pueden servir de pauta para determinar cuáles son los géneros periodísticos fundamentales.

Las composiciones periodísticas que tienen la finalidad predominante de informar pueden agruparse dentro del género informativo. Aquellas que a la información agregan una interpretación, pueden incluirse dentro del género interpretativo. Las composiciones que fundamentalmente están destinadas a orientar al lector pueden formar el género de opinión. Y los trabajos que tienden a entretener al lector forman el género ameno o magazinesco, dentro del cual pueden darse las modalidades anteriores: informativa, interpretativa y de opinión. La relación entre las funciones del periodismo y los géneros periodísticos sería la siguiente:

FUNCIONES DEL PERIODISMO	GENEROS PERIODISTICOS
informar	a) informativo
orientar	b) interpretativo
entretener	de opinión, ameno o magazinesco

Esta distinción (exceptuando la de periodismo interpretativo)¹⁸ concuerda con la clasificación de los estilos periodísticos que hace Dovifat: informativo, de opinión y ameno¹⁹. Dentro de estos géneros puede agruparse la variada gama de trabajos periodísticos.

El periodista y el estudiante de periodismo deben tener un concepto claro acerca de las diferencias de un género y otro y de las particulares características de estilo, que tienen su origen, entre otros factores, en las distintas finalidades de cada género. Es por esto que, en el momento de la redacción, será necesario tener muy presente qué género se está desarrollando.

Según la forma de lenguaje empleada en el mensaje, la comunicación puede ser oral o escrita. Atendiendo a la relación entre emi-

¹⁸John Hohenberg: *El periodista profesional*. Ed. Letras, S. A. México, D. F., 1962, p. 393.

¹⁹Emil Dovifat: *Periodismo* (Tomo II). Ed. Uteha, México, D. F., 1960, p. 125.

sor y receptor, se distingue la comunicación directa de la indirecta. La primera se realiza en un mismo lugar y en un mismo tiempo, como ocurre con la conversación; la segunda se realiza estando el emisor y el receptor en diferentes lugares (conversación telefónica) o en diferentes tiempos (lectura de un libro).

Según la reacción del receptor la comunicación puede ser recíproca o unilateral. En la primera, el receptor hace llegar su respuesta al emisor, cambiándose los papeles: el receptor se transforma en emisor al responder, y el emisor se transforma en receptor al recibir la respuesta. En la comunicación unilateral los mensajes van del emisor al receptor pero éste no responde.

Según la determinación del receptor la comunicación puede ser privada o pública. En la comunicación privada el receptor es una persona o un grupo de personas determinadas. En la comunicación pública el receptor es indeterminado, tiene carácter colectivo o masivo.

Según la regularidad con que se envía el mensaje, la comunicación puede ser periódica o aperiódica. En la comunicación periódica los mensajes se envían a intervalos de tiempo iguales. En la comunicación aperiódica el mensaje es ocasional, circunstancial, es enviado a intervalos desiguales.

De acuerdo con los puntos de vista considerados anteriormente, la comunicación periodística que a nosotros nos interesa puede ser clasificada de escrita, indirecta, unilateral, pública y periódica.

Es evidente que estas características de la comunicación periodística deben ser tomadas muy en cuenta en el momento de la preparación del mensaje.

Es indudable que dentro del proceso de la comunicación el elemento que más interesa en una cátedra de redacción periodística es el mensaje (especialmente el mensaje escrito) y la operación de redactarlo. Esto no quiere decir que se deba prescindir de los otros, todo lo contrario, es necesario tenerlos siempre presentes.

Un periodista egresado de una escuela universitaria es un cifrador y un descifrador de cultura superior, que posee un lenguaje de nivel culto (vocabulario, fraseología, significado, recursos sintácticos). Pero no puede olvidar que normalmente está escribiendo para receptores de cultura media y que, por lo tanto, debe acomodar sus expresiones a ese nivel si quiere hacerse entender plenamente.

Si el periodista culto escribe en su propio lenguaje (vocabulario rico, términos técnicos, por ejemplo), su mensaje carecerá de "fidelidad" para el lector medio, contendrá "ruidos semánticos" que impedirán su total comprensión.

Para obtener una comunicación realmente efectiva, fiel, sin ruidos, antes de escribir el periodista debe planificar su mensaje haciéndose una pregunta por cada aspecto de la comunicación.

Propósito. ¿Qué finalidad persigue la comunicación? ¿Tiene un objetivo meramente informativo, es interpretativo o está destinada a persuadir, orientar o entretener?

Fuente. ¿De qué nivel cultural es la fuente? Si la fuente es de nivel superior será menester traducir muchas de sus expresiones a las correspondientes del nivel medio. Otro tanto ocurrirá con las expresiones de fuentes de nivel inferior.

Cifrador. ¿Qué clase de cifrador soy? ¿De nivel cultural medio o superior?

Mensaje. ¿Qué tipo de mensaje se producirá: escrito u oral?

Canal. ¿Por qué canal se enviará el mensaje: prensa, radio, cine, televisión? Es evidente que la redacción de los mensajes que se envían por los diarios es muy diferente de la redacción de los informativos radiales.

Receptor. ¿Para quién escribo? ¿Para un lector de nivel cultural inferior, medio o superior?

Circunstancias. ¿En qué circunstancias se redactan los mensajes periodísticos? ¿De qué tiempo se dispone para redactar? ¿Cuánto espacio le asignarán al mensaje en el diario? ¿Podrá olvidar el redactor que su trabajo tiene cierto carácter colectivo y que, por lo tanto, de algún modo deberá mantener las características generales de redacción del diario en que escribe? ¿Podrá el periodista olvidar que muchas veces tiene que escribir durante varios días sobre un mismo tema, caso en que lo acecha la rutina, la frase clisé, la repetición, etc.?

Creo que con esta exposición se comprenderá la enorme importancia que tiene la redacción, vale decir, la preparación de mensajes en la comunicación periodística.

El mensaje es el vínculo entre el emisor (fuente, cifrador) y el receptor. Una redacción inadecuada entorpece la relación emisor-receptor o simplemente impide que la comunicación se produzca.

El cifrador y el descifrador (periodista) deben estar preparados para captar con exactitud las ideas que le proporciona la fuente, o las que ellos mismos producen, para expresarlas convenientemente, redactando mensajes claros, breves e interesantes con los cuales se logre plenamente la finalidad que se persigue con respecto al lector.

Y en una escuela de periodismo que basa su estructura docente y de investigación en las etapas del proceso de las comunicaciones, no podrá faltar el departamento de redacción en que se estudie todo lo concerniente a la preparación y realización de los mensajes.