





Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
A C A T L Á N

PERIODISTA / TRADUCTOR

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO
DE LIC. EN PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA

P R E S E N T A:

SOTELO VALENZUELA BRENDA



ASESOR: DR. ÁNGEL SÁIZ SÁEZ.

JUNIO 2004



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE
MÉXICO**

**FACULTAD DE ESTUDIOS SUPERIORES
ACATLÁN**

PERIODISTA TRADUCTOR

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE:

**LICENCIADO EN PERIODISMO
Y COMUNICACIÓN COLECTIVA**

P R E S E N T A :

SOTELO VALENZUELA BRENDA

A S E S O R :

DR. ANGEL SANZ SÁEZ



JUNIO

2004

ESTÁ TESIS NO SALE DE LA BIBLIOTECA



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ENSEÑANZA

EN CIENCIAS Y LETRAS

INSTITUTO DE INVESTIGACIONES Y ENSEÑANZA



“CON AUDACIA SE PUEDE INTENTAR TODO...”

NAPOLEÓN BONAPARTE

RECONOCIMIENTO

ESTE TRABAJO ES CONCLUSIÓN DE UNA ETAPA, POR LO MISMO MÁS QUE AGRADECER QUIERO OFRENDARLO A LAS PERSONAS QUE HAN ESTADO Y ESTARÁN CONMIGO:

EN ESPECIAL A MI MA', **GABRIELA VALENZUELA**, POR SU EJEMPLO,
SU ESFUERZO, SU CARIÑO Y APOYO INCONDICIONAL.

A MI ABUE **AMPARO LUJÁN** A QUIEN QUIERO MÁS QUE A NADIE.

A 4 PERSONAS MUY IMPORTANTES:
GABY CORONA, MAGNOLIA SOTELO,
MIGUEL FLORES Y JORGE OROZCO.

A MI ASESOR, UN EXCELENTE PROFESOR, **ANGEL SÁIZ.**

A **DIEGO JUÁREZ**, UN GRAN MOTIVO PARA INICIAR,
CONTINUAR Y TERMINAR LA CARRERA.

A **JOSÉ DE JESÚS GONZÁLEZ**,
POR UN EJEMPLO DE PERSONALIDAD Y ACTITUD.

A MI ESCUELA LA **UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**,
A MIS COMPAÑEROS DE LA GENERACIÓN 98 - 02, AMBOS TURNOS;
Y EN ESPECIAL A MIS AMIGOS DURANTE TODA LA TRAVESÍA:

LAURA BOLAÑOS, MARISOL LÓPEZ, CECILIA LOZANO, HÉCTOR BAUTISTA, ESMERALDA HDEZ.
NAXHIELY MTZ., SARA CARMONA, VANESSA JIMÉNEZ, RODRIGO GLEZ., RUBÉN SÁNCHEZ
DULCE GARCÍA, ALFREDO MUÑOZ, MARTHA MTZ., RUBÉN ROJAS Y JAZMÍN AMADOR.

A **FANNY CONTRERAS Y VICTOR HUGO RAMOS**,
POR SU CONFIANZA EN MIS PRIMEROS PASOS PROFESIONALES
¿QUIÉN ME VA A CONSENTIR MÁS QUE UDS.?

Autorizo a la Dirección General de Bibliotecas de la UNAM a difundir en formato electrónico e impreso el contenido de mi trabajo recepcional.

NOMBRE: Dotelo Valenzuela
Brenda
FECHA: 2 - Julio - 04
FIRMA: g-h

A LAS PERSONAS QUE CREEN EN MÍ, A LO QUE HA DE VENIR...

B

ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	1
---------------------	----------

1. PERIODISTA

1.1. El actor del periodismo: el periodista	19
1.1.1. La actitud del periodista	21
1.1.2. Valores del periodista: objetividad y ética	25
1.2. Función social: la labor informativa	37
1.2.1. La noticia	43
1.2.2. La materia de la información: la realidad social	46
1.2.2.1. 1er. componente de la realidad social: las instituciones	51
1.2.2.2. 2do. Componente de la realidad social: los públicos	54
1.2.3. El periodismo como coordinador entre los componentes de la realidad social: el periodista entre las instituciones y los públicos	56
1.3. Método del periodista	57
1.3.1. El periodista ante los hechos	63
1.3.2. El método del periodista mexicano	69

2. TRADUCTOR

2.1. Conocer la realidad	76
2.1.1. El lenguaje	84
2.1.2. Realidad y lenguaje	87
2.1.3. Teoría de la traducción	91
2.1.4. Teoría de los códigos	100

2.1.5. Teoría de la traducción y Teoría de los códigos	105
2.2. El método del traductor	109
2.2.1. Modelos de apoyo al método del traductor	117
2.2.2. Dificultades para el método del traductor	118
3. PERIODISTA – TRADUCTOR	
3.1.El traductor y el periodista	122
3.2. El método del periodista – traductor	127
3.2.1. Primera etapa: El periodista - traductor como lector de una realidad social como texto fuente	128
3.2.2. Segunda etapa: El periodista - traductor como escritor de una noticia en texto meta	136
3.2.3. Tercera etapa: Evaluación y correcciones	139
3.3. Dificultades y posibilidades	143
3.3.1. El periodismo como método de traducción	145
3.3.2.Traductor y periodista	154
CONCLUSIONES	160
BIBLIOGRAFÍA	167

INTRODUCCIÓN

El tema de esta investigación se refiere a la interpretación y traducción, que al estilo de traductores, realizan los periodistas acerca de los acontecimientos de interés público, auxiliándose de los lenguajes de los medios de información y lo plasman en forma de noticias periodísticas.

En el diario consumo de noticias, es común que gente de otras profesiones y oficios, menosprecie el trabajo de los periodistas, considerando a quienes se dedican a esta tarea como simples 'chismosos' que se meten en donde no los llaman; que son personas que pretenden opinar y dar cuenta de la información en todos los rubros de interés humano siendo que no saben nada acerca de ella; y no puede faltar quien equipare a esta profesión con un oficio, siguiendo la premisa de que si cualquiera sabe escribir en sus líneas esenciales, desarrollarse dentro de los medios de información periodística no le causará gran problema, por pensar que se debe a una actividad más práctica que teórica.

Estas concepciones en cuanto a los periodistas son fomentadas muchas veces incluso por ellos mismos, pero son erróneas por lo siguiente:

1. Los periodistas son sólo “chismosos”: los periodistas son profesionales con el interés y la capacidad analítica para dudar e investigar sobre la información que brindan las distintas instituciones y personajes o grupos del entorno social. Su trabajo consiste en señalar a los públicos, información sobre las acciones y los discursos de las esferas sociales y sus integrantes. Esta información es analizada como parte de un sentir crítico, de ningún modo creyéndose jueces o censores; y no la divulgan a modo de chisme, porque de rigor debe haber una investigación alrededor de la información que tratan.

2. Los periodistas se meten en donde no los llaman: en cuestión de intereses, no siempre les conviene a las diversas esferas del mundo social que la comunidad se entere de los verdaderos objetivos de sus acciones, de ahí la idea de calificar a los periodistas como entrometidos. Los periodistas son una especie de “mal necesario”, pues al dar cuenta y analizar las actividades e informaciones de los actores sociales e instituciones, pueden alertar a los públicos para que no se actúe con impunidad en casos en que intereses particulares orienten la información en perjuicio de la comunidad.

3. Los periodistas opinan de todo y no saben nada: los periodistas no se especializan en los temas que reportan y aunque los pilares del periodismo como Vicente Leñero y Carlos Marín aseguren que están obligados a conocer el tema que cubren en sus líneas esenciales, no quiere decir que es un erudito haciéndola de periodista. Los periodistas se especializan en los lenguajes de los medios de comunicación e información¹ para dar a conocer un hecho; están atentos a los efectos que pueden provocar mediante la divulgación de mensajes a través de distintos canales, así como a las reacciones que se pueden producir dentro de un grupo social.

El contenido del mensaje (o el tema que reporta) es variable, como variable es la realidad y su contenido; los lenguajes de los medios y sus alcances son herramientas que no conocen los especialistas, como tampoco las saben emplear para resaltar la información con algún objetivo. Por ello el periodista se especializa en los lenguajes de los medios de comunicación e información, no en los temas.

¹ Para distinguir, se tomará a los medios de información como aquellos cuyo interés sea divulgar noticias de acontecimientos sociales, mientras que los medios de comunicación se referirá a aquellos con objetivos de divulgación pero con otros intereses, pudiendo ser comerciales, educativos, de entretenimiento o propagandístico. La distinción en este trabajo se basará en el objetivo de la información, no en la retroalimentación que ésta reporta al emisor inicial.

Aunque al cubrir una fuente particular adquirirán cada vez más conocimiento y experiencia acerca de cómo hablar acerca de ese tema en especial, no quiere decir que lo convertirá en especialista del mismo. Así como no hay especialistas periodistas, no hay periodistas que se vuelvan especialistas, a no ser que cursen una especialidad, a modo de diplomado, curso o maestría.

4. Cualquiera que sepa escribir puede ser periodista, no se necesita más: Este error deriva seguramente de la tradición periodística en el sentido de que la escritura fue el medio para la notificación de noticias durante cientos de años, si bien la aparición de los medios electrónicos es relativamente reciente. Aunque la divulgación gráfica también ha tenido un gran impacto para informar y persuadir desde la antigüedad, se considera a la escritura el medio clave del periodismo; tal vez por la profundidad que permite al tocar un tema, en contraposición de los medios icónicos que cumplen esta suerte de otra manera.

Se asocia la letra impresa con el periodista, como extensión del escritor. Esta concepción es errónea pues el periodismo no sólo se sirve de la palabra escrita para informar; los periodistas, a

diferencia del escritor, saben más que ningún otro profesional a escribir sobre las noticias con las herramientas que les brindan los medios de comunicación e información en sus diferentes modalidades: sonido, palabra oral, palabra escrita, imagen.

Se especializan en estas herramientas, que constituyen las gramáticas, vocabularios y reglas de cada uno de los lenguajes, para que al momento de elaborar sus mensajes, puedan conjuntarlos en un discurso que dé forma a la noticia que cubrió. Ni siquiera muchos periodistas pueden jactarse de escribir impecablemente, por lo que no cualquiera puede ser periodista, aunque sepa escribir. Y los escritores no son iguales a los periodistas, puesto que su objetivo no es propiamente informar.

Irónicamente, en un caso particular de la autora al estudiar la carrera y específicamente en la materia de Reportaje, al elaborar un producto comunicativo noticioso (un esbozo de reportaje) y ser evaluada por un profesor considerado tanto por estudiantes como por otros profesores como el mejor en la materia, por su trayectoria y estilo, que además se dedica al reporteo y es Jefe de información en la revista Millenium, al encontrar algo erróneo en el trabajo lo manifestó con la siguiente frase: "*Le faltó 'punch' a tu escrito*".

Me hizo saber que el escrito, a pesar de estar impecablemente escrito en lo que a gramática y sintaxis se refiere, le faltaba algo así como un "punch". Una evaluación como esta demuestra la falta de un método concreto en el periodismo, pues lo más que pudo recomendar fue leer mucho, escribir mucho; para que de manera práctica pueda aprender lo que de manera teórica le pareció imposible de explicar.

El 'punch' de dicha crítica podría referirse al 'gancho' o detalle de particular interés que es necesario resaltar en cada nota, o bien a estar escrito de una forma monótona; dicho de esta manera, me hubiera permitido tener una noción más clara de que un escrito así elaborado repercute en la percepción de la noticia por el auditorio haciéndola propensa al rechazo, debido a una mala redacción.

Pero en vez de dar una explicación extensiva que incluso pueda resultar más compleja que el 'punch', en general los maestros en las diversas materias no la daban o eran muy pocos los que sí; probablemente porque ni ellos mismos como profesionales saben

aprovechar los alcances de los medios de comunicación e información y los emplean en la práctica como extensión de un registro mecánico.

Cada medio es un lenguaje muy particular, con una gramática, una sintaxis, recursos retóricos, de descripción, de argumentación, de exposición. “Escribir” no debe referirse únicamente a la letra impresa en papel, también se puede “escribir” en video, en radio, en televisión, aunque de distinto modo. Aunque cada proceso tiene un término particular, la intención de englobarlos con el verbo “escribir” y asociarlo a la escritura deriva del objetivo de este trabajo, que se refiere a la permutación y combinación posibles en los lenguajes, y de la comparación del periodista con el traductor en el sentido de que ambos utilizan el lenguaje para construir mensajes.

Al estudiar la carrera de periodismo y de comunicación se aprenden diferentes métodos y técnicas para recabar información y elaborar mensajes; pero al momento en que se pide realizar un producto comunicativo, las decisiones que se toman en torno a él no refieren a un método, sino al sentido común y práctico.

Entender la construcción de mensajes como un proceso similar al de la escritura, me facilitó la tarea de elaborar proyectos como guiones, críticas, campañas publicitarias y fue una consideración que explícitamente pude ver hasta el octavo semestre de la carrera, en la materia de Publicidad y en la de Análisis de contenido. ¿Porqué entenderlo hasta el final de la carrera? Porque ningún otro maestro anterior lo abordaba de esta manera. Incluso en comparación con los compañeros de otras preespecialidades, pude comprobar que aún tenían dudas, pues nunca se les explicó como un proceso lingüístico.

La idea del método surge de estas inquietudes de las que fui testigo durante mi trayectoria escolar, y está dirigido expresamente a los nuevos estudiantes de periodismo y comunicación, con la aspiración de presentarles la idea de que la elaboración de un mensaje equivale a escribir en distintos idiomas (como si cada uno de los lenguajes de los medios fuera un idioma diferente), por lo que la producción se les simplificaría y los estudiantes a reporteros adquieran mayor conciencia de las decisiones que toman en sus mensajes comunicativos e informativos, de tal suerte que al cuestionarlos todo corresponda como arreglo a un fin y de esta manera romper una cadena de "punchs" sin explicación de los maestros a los estudiantes generación tras generación.

La construcción de mensajes involucra un conocimiento de la audiencia, saber aprovechar los recursos y limitantes de equipo, conciliar las dificultades de economía y de tiempo. Con una serie de variables tanto internas como externas, el periodista se enfrenta a la tarea de “traducir²” los temas de la realidad y representarlos en una simbología particular: la del medio de información por el cual quiera difundir su mensaje. La información debe adecuarse a las exigencias del medio para establecerse de manera comprensible y coherente.

De tal modo que derivado de esta concepción, las posibilidades de los medios sean mejor aprovechadas, dado que la carencia de método origina muchas dudas en los estudiantes, que al no ser resueltas deriva en soluciones al vapor, es decir, sin planeación ni justificación. Ante este panorama la necesidad de un método para el periodista es imperiosa, lo cual es el objetivo de esta investigación.

Hay que resaltar no obstante, que es un proyecto abierto a ser cuestionado y modificado, puesto que forma parte de un proceso que se va nutriendo cada vez de mayores y mejores consideraciones,

² Se entenderá la traducción como el proceso de interpretación que lleva a cabo el comunicador de los contenidos presentes en la realidad; plasmada ya sea en palabras, imágenes, sonido, etc., de acuerdo a ciertos objetivos, para difundir un mensaje.

también, se tiene en cuenta que bien puede no resolver toda la complejidad de la práctica periodística, pero siempre es importante dar un primer paso, para promover el análisis o hacerlo más complejo gracias a otras aportaciones.

Desglosado de manera extensiva el objetivo que persigue el presente trabajo, es elaborar a partir de la equiparación entre la tarea de un periodista con la tarea de un traductor, el método de interpretación y traducción que debe llevar a cabo el periodista-traductor (sin importar el medio que elija), desde el momento de interpretar la información de la realidad social sobre la que debe dar cuenta (como lengua de origen) hasta el momento de reestructurarla en un mensaje informativo (a una lengua destino); tomando decisiones sobre los códigos de los lenguajes de los medios de comunicación e información, para construir y difundir un mensaje destinado a un público particular en donde habrá segmentos de la información cubierta, más convenciones sociales de ese público al que va dirigido.

La propuesta de equiparar el método del traductor con el del periodista es demostrar que al ser similares sus tareas, en la mediación

de la información, como proceso entre lenguas, tanto el periodista como el traductor reelaboran un mensaje de acuerdo a objetivos particulares, por lo que su objetividad está condicionada por una serie de variables.

El hecho de que esté condicionada no es algo novedoso, es ampliamente conocido e incluso aceptado por los periodistas; sin embargo, el ser plenamente consciente le permitirá al estudiante y futuro periodista poner más atención desde el principio a que sus mensajes son moldeados por situaciones tanto internas a él como externas, y sepa cómo sacar provecho tanto de las posibilidades como de las limitantes que estas situaciones le originen.

Como tal, también es útil resaltar que un método define un “deber ser” o un ideal en cuanto a procedimientos o acciones a llevar a cabo, y generalmente del plan perfecto a la concreción hay un margen de error; es algo que no se desconoce, pero si no se inicia planteando un “deber ser”, ¿cómo se ayuda a reducir las dudas de los estudiantes? ¿O es mejor que cada quien lleve a cabo su propio método conforme a sus experiencias o manera de ver las cosas? Particularmente creo que es un proceso progresivo que debe iniciar

con alguna propuesta, propensa a ser debatida, analizada e incluso superada, para lo cual se necesita por principio una propuesta inicial.

El capitulado de la investigación se desarrolla de la siguiente manera: en el primer apartado, "**Periodista**", se desarrolla la definición de periodista, la actitud de éste ante los hechos, las características de la objetividad y ética en el periodismo, la manera en que los periodistas venían realizando su labor y cómo se dio el comienzo de analizar las noticias de los medios de información como un texto.

Continúa con el núcleo del trabajo del periodista, la labor informativa; dentro de esta labor, se distinguen los campos de acción del periodismo, es decir, las esferas de la realidad social dentro y con las que se mueve el periodista-traductor, de las cuales se resaltan las instituciones y los públicos. Y finalmente establece cómo es posible que el periodista funcione como una especie de coordinador en el flujo de la información que refiere.

La importancia de estos apartados es que al reseñar a los actores e instituciones sociales, como se verá más adelante en la traducción, el

periodista no debe dejar de lado los intereses del público al que va referida la información. Saber identificar sus gustos, costumbres, preferencias, es importante para realizar una noticia moldeada de tal manera que sea no sólo consumida, sino aceptada por las audiencias. Y por otro lado, también es fundamental para conocer las intenciones de estas mismas instituciones y públicos para sus acciones, puesto que son a la vez emisores y receptores de las que el periodista puede ser visto como una especie de intermediario.

En el segundo capítulo, "**Traductor**", se brinda una definición de la disciplina de la traducción, el método que emplea el traductor, los factores que en él influyen y las dificultades que se le pueden presentar. Para darle un respaldo enfocado a la comunicación, se elabora una síntesis de la Teoría de los códigos, dado que los lenguajes de los medios están constituidos por códigos y reglas de combinación de los mismos.

Más adelante, unidas la Teoría de la traducción y la Teoría de los códigos, se obtiene el modelo que se seguirá como el que teóricamente lleva a cabo el periodista-traductor (el modelo teórico, que no el método). Para finalizar, se da la definición del traductor, así

como su método y las dificultades que puede encontrar para realizar su labor.

Este capítulo es importante pues de dichas teorías unidas es como se obtiene el respaldo teórico del método, que si bien no se refleja explícitamente, se evidencia al momento en que el estudiante consulte o conozca las técnicas expresivas de cada uno de los lenguajes: esto es, cuando aprende las características por ejemplo de la hipérbole, como la puede escribir, como la puede representar de manera visual, como puede representarla a través del manejo de la cámara, y así sucesivamente.

De ahí que el método sea la conjunción de varios autores específicamente abocados al periodismo, a las relaciones públicas, a la publicidad y a la mercadotecnia, porque finalmente son todas estas ramas además de otras como la educación las involucradas en el confeccionamiento de mensajes; pero el respaldo teórico es lo que posibilita la equiparación del periodista con el traductor, al trabajar ambos con lenguajes, de acuerdo a una combinación, donde cada signo tiene un valor y demás consideraciones lingüísticas.

El tercer capítulo se refiere concretamente al método del periodista - traductor y toma precisamente este nombre: **"Periodista- Traductor"**. Retomando el método que sigue el traductor, y nutriéndolo de otros métodos que no son descritos puesto que son muy breves y no engloban el objetivo que se persigue, se elabora la propuesta del método que debe seguir el periodista al dar cuenta de los acontecimientos, los factores que influyen en el grado de veracidad que alcanza y las dificultades a las que se enfrenta.

Además, se mencionan los métodos y los lenguajes que puede emplear ya sea para la obtención como para la divulgación de informaciones. Es necesario mencionar que no se explican las posibilidades de cada lenguaje o bien cada técnica de investigación que puede emplear el periodista-traductor para elaborar su trabajo, porque para ello, hay bibliografía dependiendo del método en particular, donde se define cuál fue el surgimiento de esa técnica, cuál es el alcance, los objetivos así como preparación de instrumentos, elaboración e interpretación final; y son cuestiones que se enseñan en materias de métodos de investigación en los distintos semestres.

El alcance general que pretende esta propuesta es plasmar un método a partir de una propuesta teórica para que al momento de encontrarse el estudiante a periodista frente al proceso de elaboración de noticias, vea los mensajes como enunciados y entienda la lógica de los medios como una serie de discursos realizados de manera consciente y metódica.

Unir la teoría con la práctica es la razón de ser, en un intento por hacerlo más simplificado desde el marco de la semiología y la traducción, puesto que los estudiantes en cualquier momento de su vida se han enfrentado al proceso de aprender un idioma, ya sea porque lo requiere la carrera, porque lo llevaron en grados escolares anteriores o porque dentro de la misma lengua materna se llevaron materias como español, donde se enseñaba a elaborar enunciados, los adjetivos, verbos, sustantivos y demás.

Este trabajo se pretende pueda ser constatado, desde la perspectiva de una traducción, en el análisis del mensaje de cualquier producto comunicativo no sólo en el aspecto noticioso, ya que fundamentalmente se refiere al tratamiento de la información. Por esta razón dada su amplitud como proposición genérica, incluye la

limitante de no ejemplificar con un caso concreto. Otra limitante es que sólo se mencionan los lenguajes de los medios, pero no se desarrollan las opciones lingüísticas que puede aportar cada uno de ellos, que terminaría por cerrar el ciclo en el trabajo.

No se realiza porque cada método, cada técnica tiene un respaldo bastante extenso, que haría de este trabajo un interminable de descripción de técnicas, antecedentes y no es el objetivo. Lo que en última instancia puede servir de sugerencia, es que se incluyera dentro de alguna materia en la formación académica, puesto que va dirigido a las nuevas generaciones, y porque posteriormente en el desarrollo de las demás materias es como la propuesta puede ir tomando forma concreta: es decir, toma verdadera forma frente a un producto comunicativo con determinado público, siguiendo ciertos objetivos y contando con unas herramientas particulares.

Finalmente se plantean las conclusiones al trabajo, en el que se puede observar cómo la información es muy importante para el ser humano pues contar con ella le permite tomar decisiones y ser consciente de la posición que ocupa dentro del entorno en el que se desenvuelve, es por ello que saberla manejar (independientemente de

los objetivos) le permite a los periodistas ofrecer algo más de lo usual, despertar interés incluso sobre los temas más monótonos, elaborar construcciones más complejas y dignificar la concepción que se tiene sobre el periodismo y sobre las personas que laboran en él.

CAPÍTULO UNO: PERIODISTA

“– Ahora sí dijo Alicia -, si pones atención Kitty, te diré lo que pienso acerca de la Casa del Espejo. Primero, allí está la habitación que puedes ver a través del cristal. Es lo mismo que nuestra casa, sólo que las cosas suceden de otra manera. ¡Oh! ¡Kitty! qué hermoso sería si, tan sólo pudiéramos pasar al través, hacia la casa del Espejo.

En un momento más, Alicia atravesaba el espejo, y con un ligero brinco encontróse en la Habitación del Espejo.

¡Qué divertido será cuando vean al través del espejo que aquí estoy y que no me pueden atrapar! –pensó Alicia-

Entonces comenzó a mirar en derredor y notó lo que podía ver en la vieja habitación era de lo más común y sin interés, pero que el resto podía ser tan diferente como era posible.”

1. PERIODISTA

1.1 EL ACTOR DEL PERIODISMO: EL PERIODISTA

El periodismo comprende todo "*...complejo de actividades que tiene por finalidad la preparación, impresión y distribución de periódicos con el objeto de llevar al público conocimiento de hechos, opiniones e ideas*"³ realizadas de manera sistemática y periódica. El surgimiento de estas labores se sustenta en la necesidad de los distintos grupos humanos por obtener información.

El periodismo es una de las actividades de información pública de mayor antigüedad y es la institución de la que surgen los periodistas. Al especializarse en las formas de preparación, impresión y divulgación de los acontecimientos, los reporteros inundan las diferentes actividades sociales; de ahí el requerimiento de trascender el oficio y definir al periodismo como una profesión.

El periodismo era visto como un oficio que gradualmente adquirió mayor complejidad, de tal modo que hoy podemos llamarlo una profesión. Se señaló como una de las actividades de información pública

³ De Gregorio, Domenico; Metodología del periodismo, p. 9.

más antiguas y ya en los siglos XV y XVI en Venecia, existían los antecesores de los reporteros, denominados “*menanti*”, “*novellanti*”, “*rapporisti*” o “*gazzettanti*”.

Con la referencia de los “*rapporisti*”, actualmente a quien redacta notas informativas, entrevistas y reportajes, se le llama *reportero*, al que elabora artículos, *articulista*; al que escribe editoriales, *editorialista*; al que redacta columnas, *columnista* y al que ejercita la crónica, *cronista*. Pero todos los que hacen del periodismo su principal actividad, cualquiera que sea su especialidad, son *PERIODISTAS*.

Para una definición concreta, León Sigal en el texto *Reporteros y funciones* señala que “*periodista es todo aquel profesional con una base cultural sólida – adquirida en la universidad- que domina las técnicas periodísticas y está dotado de criterios personales basados en la honestidad y el respeto a la verdad*”⁴. Citado por Sigal, Núñez Ladevéze reconoce que además un buen periodista tiene la capacidad intuitiva para comprender el alcance contextual de los acontecimientos con relación a los intereses singulares de los públicos relativos.

⁴ Sigal, León; *Reporteros y funciones*, en Nueva Biblioteca de periodismo, p. 58.

1.1.1. LA ACTITUD DEL PERIODISTA

Al ser una profesión en la que se involucra el acceso a la información para darle un tratamiento y difundirla a un público, es importante conocer cuales pueden ser las distintas actitudes que observará el periodista, pues como se verá más adelante, el tipo de noticia que finalmente estructure deriva de esta disposición inicial.

Las actitudes son analizadas según el modo en que el reportero interactúe con sus jefes, colegas y fuentes⁵ y según con la intensidad con que se involucre con el tema por cubrir y la postura que tome, por lo cual se distingue la siguiente tipología de José María Canel:

Las actitudes profesionales de los periodistas		
Autor	Clasificación	Características
Cohen/ Johnstone	neutral	desligado, reclusante
	participativo	atrevido, activo, con pasión ante la búsqueda de noticias
Weaver/ Wilhoit	difusor, interpretativo y adversario	(abajo)
Canel/ Sánchez-Aradna / Rodríguez-Andrés	difusor, adversario, analista y abogado	
Donsbach/ Patterson	pasivo-neutral	Espejo de los hechos, imparcial
	pasivo-abogado	partidista
	activo-neutral	crítico, adversario
	activo-abogado	ideólogo, misionero
Blumer y Gurevitch	pragmático	analítico, reactivo, vigilante
	servil	altavoz de la autoridad oficial

⁵ Fuente: de información, rama de la actividad social que la genera.

Incluyendo las siguientes posturas:

- el periodista como “buen ciudadano”.- es aquel que al momento de informar duda entre sus deberes como ciudadano (barrer la basura de una coladera) y sus obligaciones como periodista (alertar sobre la necesidad del gobierno local de mandar limpiar las áreas públicas).
- el periodista como adversario.- de las fuentes oficiales, analista de las retóricas, en búsqueda de la libertad, que confronta informaciones.
- el periodista como novelista.- conocer el mundo (a través del periodismo), acumular experiencia, refinar el estilo, para a modo de triunfo final: escribir una novela.

Weaver y Wilhoit (1986) añadieron la siguiente clasificación:

1. periodista adversario.- aquél que considera que su función es controlar el poder político y se dedica a investigarlo.
2. periodista difusor.- el que concibe su papel como distribuidor de información con la mayor rapidez al mayor número de gente posible.
3. periodista intérprete.- el que considera que debe analizar e interpretar la información que da, particularmente en relación a los problemas públicos.

En 1999 Canel, Sánchez-Aradna y Rodríguez-Andrés agregaron al periodista abogado (aquél que defiende determinados valores e ideas) y llaman al intérprete “analista”.

Otra vertiente de actitud periodística deriva en lo que Luka Brajnovic distingue como formas de periodismo activo y pasivo: *“El periodismo PASIVO se da cuando el profesional no posee criterios propios y se deja arrastrar por la influencia de otros y le importa poco que su material sea transformado. El sólo cumple con su función (dar las noticias) y no existe un compromiso al servicio de la verdad. Para esta tarea, los profesionales de los medios no necesitan que el que la realiza sea un periodista profesional, fenómeno que incide directamente aún más en desprestigio y desvalorización de la profesión. En cambio el periodismo ACTIVO será aquél que preste atención a la dinámica de los valores humanos, de las fuerzas y necesidades sociales, políticas, culturales, y no se dedique simplemente al registro mecánico de los acontecimientos o a popularizar la información”*.⁶

La actitud puede depender de la personalidad del periodista, pero debe observar tres responsabilidades básicas que Vicente Leñero y Carlos Marín en su Manual de Periodismo resaltan necesarias en su observancia, las cuales son:

1. dominio técnico del periodismo,
2. apego a la verdad y
3. servicio a la comunidad.

⁶ Parlamento joven, pp. 9 y 10.

El dominio técnico del periodismo lo constituye la correcta elaboración de noticias de acuerdo a los criterios de divulgar información desconocida, reformulada, de manera inédita, veraz y oportuna. La correcta elaboración se logra conociendo los datos sobre el hecho y los recursos con que se cuenta para la elaboración y difusión de la noticia. En este punto entra el conocimiento sobre los lenguajes de los medios de información y comunicación.

El servicio a la comunidad comprende que la información presentada está encaminada a la conservación de la unidad social y del bien común, en términos de parcialidad equitativa⁷. Esto es, la información no se difunde de acuerdo a intereses particulares, sino de manera general y verdadera para que los integrantes de la sociedad la empleen como mejor les convenga. El apego a la verdad está ligado a la objetividad, la imparcialidad y encuentra oposición con la difusión de información falsa.

⁷ El término "*bien común*" es definido por Daniel Kuri, como el "*conjunto organizado, institucional, de condiciones sociales gracias a las cuales la persona humana puede cumplir su destino material y espiritual, esto es lo que constituye el bien común*" en Kuri, Daniel; Introducción filosófica al estudio del derecho, p. 197.

1.1.2. VALORES DEL PERIODISTA: OBJETIVIDAD Y ÉTICA

Vicente Leñero y Carlos Marín reconocen que además el periodista deben observar ciertos valores: vocación, honradez, tenacidad, dignidad profesional, iniciativa, agudeza, aptitud y sentido periodístico. Este último resaltado como la capacidad de saber encontrar el ángulo de interés general de las diferentes áreas de la vida social, que si bien no logra dominar, está obligado a conocer en sus líneas esenciales.

Hay que especificar con respecto a los valores del periodista, es un tema sobre el cual se trata de no incitar la polémica, sino de ofrecer las consideraciones un tanto clásicas que se toman en cuenta sobre ellos, debido a que aunque tiene mucha repercusión en este trabajo, la objetividad del periodista será tomada similar a la considerada en la traducción para la labor de un traductor. Es decir, si nos preguntamos si un producto comunicativo o una noticia ¿son objetivos, corresponden a los lineamientos que plantea la ética? Se pueden contestar con otra pregunta ¿para quién? o ¿desde el parámetro de quién? lo cual en realidad es muy relativo.

Comenzando por la definición de "valor" en lo que se refiere al periodismo, María Teresa Herrán y Javier Darío, en su libro Ética para

periodistas, manifiestan que un valor es lo que corresponde a una necesidad. Estos periodistas mencionan que las personas resaltan determinadas características de los objetos que responden a lo que estas personas quieren y necesitan; las cualidades resaltadas le otorgarán al objeto el status de valor, es decir que lo harán valer.

Ponen el ejemplo del oro, cuyas características (ser un metal, brillar, su color, su condición de cambio) lo hacen a los ojos de muchas personas, un objeto valioso por esas cualidades, que en medio del desierto, a una persona hambrienta y sedienta le importan poco y deja de ser valioso para ella, pues no corresponde a sus necesidades en ese lugar.

¿Quién o quiénes determinan los valores en el periodismo? Es una pregunta difícil, puesto que aunque en muchos países se cuente con códigos de conducta, en México son otro tipo de legislaciones las que censuran el quehacer periodístico. Cada que se propone un marco jurídico para las acciones de los periodistas, éstos las denominan como “Ley mordaza” pues sienten que su libertad de expresión se ve con ellos amenazada.

Otro punto es que muchas veces, los dueños de los medios no son periodistas, sino empresarios y su afán por incrementar las ventas o

mantener un negocio los hace estar más a favor de legislaciones que beneficien a los anunciantes por encima de los públicos a los cuales supuestamente se dirige y con los que se deben tener una responsabilidad profesional.

Raúl Trejo Delarbre en su ensayo *Periodismo: la ética elástica* hace hincapié en que hay una serie de valores intrínsecos en el periodismo, como son el carácter noticioso, novedoso, el interés común, la oportunidad y la exclusividad. Por lo que lo trivial, lo reiterativo, y lo poco significativo son valores antiperiodísticos. Pero si algún valor es indiscutible en el ejercicio del periodismo es el de objetividad.

OBJETIVIDAD

El ideal de objetividad como obligatorio dentro del periodismo se estandarizó en el siglo XIX cuando se pretendió que los periodistas imitaran los métodos científicos de la ciencia natural. A partir de entonces, se pide que una noticia sea imparcial, desapasionada, como el espejo de los hechos. Con ver las Teorías del espejo, de la ventana y del prisma, posteriormente, se sabrán las razones por las cuales esta condición nunca se cumple.

De acuerdo con los planteamientos de Popper en Conocimiento objetivo, nunca se llega a la verdad tautológica (cierta en todos los casos), pues la verdad a la que se llegará será siempre parcial y estará dispuesta a ser rebasada por una siguiente verdad, más completa aunque igualmente con un contenido o cierto nivel de parcialidad. El acercamiento a la verdad tautológica a base de verdades parciales es una propuesta más prudente que el ideal de objetividad total, que puede ser una aspiración excesiva para el periodista.

Una verdad parcial es algo delicado y José María Canel asegura que las verdades a medias son peores que las mentiras, pero es en el último de los casos a lo que hay que abocarse: la verdad tautológica no se encontrará y la objetividad como característica del objeto sin la presencia del sujeto no es posible, ya que sujeto y objeto interactúan activamente entre sí, modificando mutuamente la relación entre ambos.

En cambio se puede apostar a la VEROSIMILITUD. Popper señala que cuando se trata de llegar a la verdad sobre algún asunto, se elaboran teorías o ideas a partir de él, de las cuales se obtiene una teoría inicial 1 (**T1**), que estará más alejada de la verdad que una teoría subsiguiente (**T2**) de modo que con cada teoría que se formule, se darán mejores y mayores aproximaciones a la verdad y cuanto mayor sea la

proximidad, mayor será la verosimilitud de las condiciones que se tratan sobre dicho asunto.

La verosimilitud trata de proposiciones o enunciados con distintos niveles de contenido de verdad y de falsedad; a medida en que se aumentan los niveles de contenido de verdad, disminuyen los niveles de contenido de falsedad. Por lo que para este autor lo importante no es encontrar enunciados verdaderos, sino aquellos que resuelvan problemas fundamentales, es decir, *“el enunciado que suministre mayor información posee un contenido lógico o informativo mayor; y es mejor enunciado. Cuanto mayor es el contenido de un enunciado verdadero, mejor es como aproximación a la “verdad”*⁸

Todo enunciado que no sea una tautología contiene entonces un cierto nivel de falsedad aunque no se sepa cuál es, y será a la vez verdadero y falso en distintos grados. De modo que para Popper los enunciados o proposiciones son o totalmente verdaderos y aplicables en todos los casos o ciertos en determinada medida y cargados de una dosis de falsedad.

⁸ Popper, Karl; Conocimiento objetivo, p. 61.

Aceptar una dualidad en las proposiciones no nos abandona a la deriva puesto que en la búsqueda de enunciados con verdad tautológica (en todos los casos ciertos), el objetivo del periodista deberá centrarse en buscar y encontrar aquellos enunciados con niveles menores de falsedad y altos en verdad: la verosimilitud, que se constituye como una meta más clara y realista que la búsqueda de la verdad tautológica, comúnmente llamada simplemente verdad.

ÉTICA

Ante el asunto de la verdad y la falsedad nos encontramos en que se debe definir la proporción "correcta". En un mensaje ¿cuándo es buena una alta dosis de verdad y cuándo es mejor una de falsedad? Se supone que siempre debería ser mejor una alta dosis de verdad, pero ¿quién determina la graduación? Esta es la otra cara de la moneda: la ética.

Al respecto, Raúl Trejo Delarbre manifiesta que el periodismo a menudo se ejerce con cierta dosis de cinismo, de altanería y de compartida autocomplacencia, debido a que la ética que se debería seguir en los medios de comunicación e información en México no está debidamente reglamentada como tampoco hay un censor, lo que hace que los mismos periodistas se legitimen unos a otros y se dirijan con

descarada soberbia hacia las fuentes que les toca cubrir por la inmunidad que ellos mismos se otorgan.

El periodista por tanto, se vuelve un interconectado de condiciones subjetivas que facilitan o dificultan tanto su objetividad como su ética: formación profesional, experiencia, cultura; pero decir "cada quien su ética" según la experiencia, aspiraciones, y ubicación profesionales, brinda una competencia desleal dentro del gremio. Las diferencias son importantes, porque le dan pluralidad a las opciones, pero de igual modo es necesario un marco regulador de las conductas de los periodistas, es decir, una ética periodística.

El comunicador en su condición de intermediario profesional es factor importante del proceso informativo y su ética profesional debe estar orientada al correcto desempeño de su trabajo, así como a contribuir a reducir las desinformaciones derivadas de los datos que ocultan las instituciones.

Ello se hace imprescindible, porque aunque los empresarios de la noticia se autodenominen "periodistas" no lo son, pero hacen lo posible por lograr una pseudo ética regida por los preceptos del provecho comercial; *"...no hay que olvidar que el medio periodístico es un negocio,*

*que está necesariamente sujeto a las mismas fuerzas que pesan sobre otros negocios. Existen unos factores muy importantes que diferencian al negocio periodístico del resto: su libertad, constitucionalmente protegida por la mayoría de los gobiernos, es interpretada por la mayoría de los pueblos e implica que esta industria es un tanto semi-pública por su servicio, como un negocio que busca legítimamente utilidades*⁹.

Hay que tomar en cuenta que los productos de los periodistas o de los empresarios en los medios de comunicación e información, son mensajes con relevancia social y al poner las utilidades por encima de la responsabilidad social de informar es un detrimento a la profesión ocasionada por los dueños de las empresas informativas y de comunicación o por profesionales que nada tienen que ver con el periodismo, pero que se esconden tras él para obtener buenos lucros.

El periodismo se instituye como servicio de interés colectivo, con funciones eminentemente sociales dirigidas al desarrollo integral del individuo y de la comunidad por lo que en el *Segundo Congreso Latinoamericano de Periodistas* celebrado en Caracas, Venezuela en 1990, se estipularon los siguientes lineamientos éticos para regir el comportamiento del periodista:

⁹ Goodwin, Eugene; *A la búsqueda de una ética en el periodismo*, en Nueva Biblioteca de periodismo, p. 50.

“Artículo 3º.- Son deberes imperativos del periodista:

- Impulsar, consolidar y defender la libertad de expresión y el derecho a la información, entendido éste como el derecho que tienen los pueblos a informar y a ser informados.
- Promover las condiciones para el establecimiento del flujo libre y equilibrado de las naciones en los niveles regional, nacional y mundial.
- Luchar por un nuevo orden informativo acorde con los intereses de los pueblos que sustituya al que actualmente impera en la mayoría de los países de Latinoamérica deformando su realidad.
- Pugnar por la democratización de la información a fin de que el periodista ejerza su misión de mediador profesional y agente del cambio social y de que la colectividad tenga acceso a esa misma información.
- Rechazar la propaganda de inevitabilidad de la guerra, la amenaza y el uso de la fuerza en los conflictos internacionales.

Artículo 4º.- En su labor profesional el periodista adoptará los principios de la veracidad y de la ecuanimidad y faltará a la ética cuando silencie, falsee o tergiverse los hechos, proporcionará al público información sobre el contexto de los sucesos y acerca de las opiniones que sobre ellos se emitan a fin de que el preceptor del mensaje noticioso pueda interpretar el origen y la perspectiva de los hechos. En la difusión de las ideas y opiniones el periodista preconizará las condiciones para que ellas puedan expresarse democráticamente y no sean coartadas por intereses comerciales, publicitarios o de otra naturaleza.

Artículo 7º.- Son acciones violatorias de la ética profesional:

- el plagio y el irrespeto a la propiedad intelectual
- el soborno, el cohecho y la extorsión
- la omisión de información de interés colectivo
- la difamación y la injuria
- el sensacionalismo¹⁰

En México podemos remontarnos a 1930, cuando en el *Primer Congreso Nacional de Periodistas* se logró reglamentar los artículos 6º y

¹⁰ *Revista Latinoamericana de comunicación*, núm. 10, CIESPAL, Quito, 1990.

7º constitucionales para garantizar la libertad de prensa y de pensamiento. Otras leyes que reglamentan la labor periodística pueden ser las de salubridad, de imprenta y derechos de autor, por mencionar algunas.

Al hablar de ética periodística se encasilla al periodista como aquel profesional encargado de recoger información, procesarla y darla a conocer a través de los diversos medios; sea radio, televisión, pero a quien no se menciona al momento de establecer si su conducta se enmarca o no dentro de los lineamientos éticos es a los directores y/o dueños de los medios informativos y de comunicación, quienes no deberían escapar a la radiografía a la que también son sometidos los comunicadores, que lidian día a día con la información y buscan la objetividad en ella.

El periodismo es un servicio y por ende debe ser veraz. Aquellos que toman decisiones en torno a la noticia deberían ser conscientes que la deformación de ésta es la causante de la mala reputación que adquiere la prensa. El periodista por su parte, contribuye directa o indirectamente a esta mala reputación. Directamente cuando él consiente que el producto de su trabajo sirva a objetivos no delineados dentro del ejercicio de la profesión; es decir, se presta a falsear la información.

Se daña indirectamente a la profesión, cuando el material del profesional es retocado sin su autorización. Aunque se definió que siempre se encontrarán en los enunciados niveles de verdad y de falsedad, el periodista contribuye a la mala reputación de la prensa al conscientemente aumentando o no tratando de disminuir los niveles de falsedad del hecho noticioso.

La llegada a las llamadas sociedades de la información nos muestran hasta qué punto ésta configura nuestras vidas. Aunque *“los medios de comunicación son precisamente eso, medios, y como en el caso de los demás instrumentos que han acompañado el avance de la humanidad, es en la responsabilidad y el cuidado de su uso donde hay que poner el acento”*¹¹.

El periodista tiene ante todo la responsabilidad derivada de la naturaleza de su profesión de informar de la manera más verosímil posible; esa responsabilidad es insoslayable y constituye la esencia de su función social. Lo que lo hace participar activamente en la transformación social orientada al perfeccionamiento democrático de la sociedad y consagrar su existencia y qué hacer profesional a promover el respeto a las libertades y a los derechos humanos. La necesidad de un

¹¹ Aznar, Hugo; Comunicación responsable, deontología y autorregulación de los medios, p. 10.

código de conducta explícito lo ayudará a cumplir con esta responsabilidad.

1.2. FUNCION SOCIAL: LA LABOR INFORMATIVA

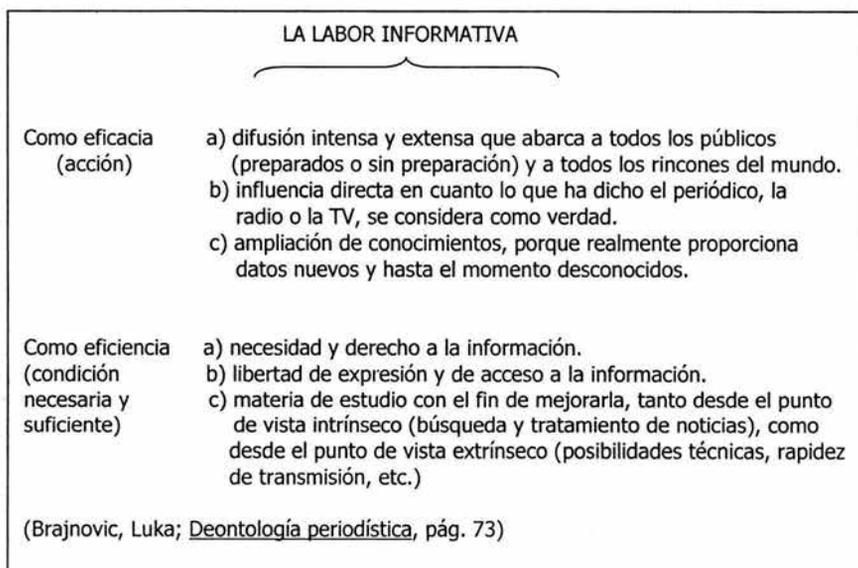
En un principio los periódicos y órganos de difusión eran fundados por ideólogos, que querían transmitir sus pensamientos de corte político a la población. El periodismo en sus comienzos, era un vehículo al servicio de los intereses políticos para apoyar un programa, a un personaje, o bien una corriente de pensamiento; paulatinamente se enfocó a denunciar las injusticias que cometían los gobiernos. Política y periodismo señalaron su autonomía y poco a poco, así como la técnica para la impresión de periódicos se perfeccionó, la gente que labora en ellos también se especializó en esta tarea conocida como el “*ejercicio de la pluma*”.

Fischman indica que el periodista “*detecta acontecimientos, los interpreta como sucesos con sentidos, investiga su naturaleza fáctica y la reconstruye en historias*”¹². Se puede ver que el periodista es el encargado de buscar información, adecuarla a los medios de comunicación e

¹² Fischman, *citpos* Teun van Dijk en La noticia como discurso, p. 16.

información, basándose en criterios como: orden de importancia, temas, técnicas o estilo. Esta labor la realiza de manera regular y periódica.

El periodismo debe basar su actividad en la labor informativa. Luka Brajnovic la considera en dos sentidos, enfocada a la eficacia (la difusión rápida y masiva) y a la eficiencia (características de la información), en un esquema de la siguiente estructura:



Como eficacia incluye apartados en que la información sea difundida con un gran alcance y logre la atención de los públicos a los que va dirigida. Como eficiencia se refiere a que el contenido de la información sea importante o merecedor de hacerse público.

Brajnovic considera que el tratamiento de la información puede darse del siguiente modo en las que para él son todas las vertientes posibles en las que la información puede ser considerada; a este respecto es posible delinear en dónde se ubica el papel del periodista, para lo cual se remarcará la letra con **negrita** la rama a la que refiere Brajnovic y **negrita** (negrita y cursiva) las que se plantean como variables de atención para el tratamiento que los reporteros dan a la información:

1. según su objeto

a) como materia de estudio científico (compuesta o no por diversos aspectos de determinadas ciencias, como por ejemplo Ética, Psicología, Historia, Tecnología, Derecho, etc.)

b) como una praxis (la labor divulgadora de los contenidos informativos)

2. según su ramificación

a) periodística (en cuanto búsqueda, reunión, tratamiento y difusión de los hechos y datos noticiables)

b) publicidad (con fines económicos para dar notoriedad de productos, servicios y empresas)

c) propaganda (de ideas y hechos proselitistas, habitualmente tendenciosos, de carácter ideológico)

d) relaciones públicas (la influencia y orientación de la opinión pública o simplemente de un público determinado sobre las realidades y planes de cualquier entidad, institución u organización)

3. según los medios técnicos empleados

a) procedimientos impresos (o cualquier otro tipo de producir copias numerosas e idénticas entre sí de textos escritos o ilustraciones estáticas con el fin de divulgarla)

- b) radio (en cuanto medio de divulgación informativa mediante sonidos y la "voz viva")**
- c) cine (en cuanto medio de divulgación -noticieros- de hechos, situaciones, y documentos filmados, generalmente contando con la imagen mediata y en movimiento)**
- d) televisión (en cuanto medio de información basado en la transmisión de imágenes de suyo en movimiento e inmediatas, acompañadas regularmente por caracterizaciones propias de la radiofonía)**

4. según su promotor

- a) profesional (información hecha por personas preparadas profesionalmente para desempeñar el trabajo correspondiente)**
- b) espontáneo (procede de un informante aficionado o de un sujeto noticiable o de valor informativo, por ejemplo como objeto de una entrevista)
- c) experto (especialista, no profesional de la información, que informa sobre una determinada materia científica o de cualquier saber humano)
- d) oficial (cualquier fuente de información en los centros oficiales que represente una institución, una organización, un gobierno, etc.)

5. según su destinatario

- a) público en general (indeterminado, y por tanto de diversos niveles culturales y perteneciente a distintos estratos sociales)**
- b) público determinado (y perfectamente conocido por estar incluido en una profesión, en un partido, en una clase social, en una localidad, región, etc.)**

6. según su origen accidental

- a) partiendo de una investigación (de resultados seguros y demostrables)**
- b) basada en una previsión argumentada y lógicamente justificada**

c) incluida en una experiencia histórica (en forma de reminiscencia, estudio comparativo o simplemente evocado al informar sobre un hecho noticiable)

7. según su valor

a) necesaria (imprescindible para que la conozca el mayor número posible de gente, en beneficio propio)

b) adecuada (útil para muchos, aunque no de vital importancia)

c) superflua (que no es ni necesaria ni importante, aunque puede ser interesante)

8. según su carácter

a) verdadera (en el sentido de veraz y de una certeza, en lo posible, de absoluta)

b) dudosa (ambigua o carente de una certeza demostrable. Más bien fundamentada sobre una serie de suposiciones)

c) falsa (inexacta, engañosa, inventada, corrompida o ilegítima)

d) objetiva (en lo posible, sin tendencias encubiertas del signo que sean)

9. según su contenido

a) científica (o culta)

b) periodística (en todas sus formas –noticia, comentario, entrevista, reportaje- y conductos técnicos)

c) secreta (de carácter confidencial, como puede ser una información diplomática militar o espionaje)

10. según su intención

a) tendenciosa (veraz, pero con un enfoque subjetivo para conseguir un fin determinado)

b) formativa (en cuanto fomenta la dignidad humana y amplía los horizontes del saber)

- c) dañosa (que puede ser veraz, pero que moralmente hiere, provocando así más daño por su inmoralidad de contenido o forma que el beneficio de su posible veracidad)

11. según su integridad

a) completa o incompleta (sin ocultación de ninguna clase o con una parte importante silenciada)

b) sincera o modificada (al servicio de la verdad o de los intereses oportunistas)

c) imparcial o parcial (total o mutilada)

12. según su efecto

a) produciendo interés (para seguir, por ejemplo, el proceso de una información iniciada o dada)

b) formando una opinión en el público (sobre todo abundando en argumentos auténticos y legítimos)

- c) indiferente (tanto desde el punto de vista ético como intrínseco en cuanto información)

Atendiendo a los incisos se puede resumir que para el periodismo el objetivo de su actividad es la labor divulgadora, la cual puede ser tratada en cuatro vertientes principales (periodismo, publicidad, propaganda y relaciones públicas), a través de distintos medios (impresos, radio, cine, TV).

El carácter de dicha información, así como la actitud del profesional ante su mensaje se puede ver en los puntos del 4 al 11, con el objetivo de producir efectos muy precisos, ubicados en el punto 12. Se ha resaltado lo

que se considera la labor informativa en sentido periodístico, aunque no por ello quiera decir que los productos informativos y comunicativos no puedan entrar en los demás incisos de la clasificación general.

1.2.1. LA NOTICIA

La labor periodística se cristaliza en un producto particular: en la noticia. La noticia es la versión periodística de una información; transmite información nueva, desconocida hasta el momento, o bien una reformulación de algo existente; ambas formas de manera inédita, veraz, oportuna y objetiva, pues obedece a un interés general.

La noticia tiene una función social, según Lorenzo Gomis, la cual es conseguir que la gente hable de aquello que la noticia define, ya que si se divulga es porque es un tema que importa o vale. La noticia habla de información sobre hechos que son considerados unos más noticia que otros en la medida en que a partir de ellos se hable de otras noticias.

El periodista debe buscar en los hechos información desconocida o reformular la existente y hacerlo, de acuerdo con Vicente Leñero y Carlos Marín, con precisión, comprensión y penetración en el hecho, para

descubrir su trascendencia y presentar la información con el enfoque y en el contexto adecuado.

El periodista al adentrarse en los hechos debe responder a las siguientes interrogantes con el objeto de encontrar todos los componentes acerca de la información que trata:

1. "el hecho : qué sucedió
2. el sujeto (s): quién realizó la acción
3. el tiempo: cuándo sucedió
4. el lugar: en dónde se llevó a cabo
5. la finalidad: para qué o porqué
6. la forma: cómo se realizó"¹³

El periodista contesta estas preguntas cuando se encuentra frente a un hecho, y al reelaborarlo en forma de noticia, construye un discurso en un esquema retocado y alterado para que adquiera el ritmo y armonía dentro del estilo de presentación del medio de información donde los datos son ofrecidos al público.

¹³ Leñero, Vicente y Marín, Carlos; Manual de periodismo, pág. 58.

El estilo de presentación de una noticia repercute en la objetividad que pretende alcanzar el periodista, pues por mucha que intente plasmar, no conseguirá hacerlo en su totalidad. Se tiene por ejemplo el caso de la prensa escrita que intenta ser un “*reflejo fiel de los acontecimientos*”, es una afirmación que no puede ser más contradictoria, ya que el periódico funciona en la misma línea que el publicista, in-formando (o dando forma) a los hechos y en donde todo producto-mensaje (artículo, nota, reportaje) lleva inscrito en su acabado la “marca de fábrica” (línea editorial, políticas, restricciones) del medio.

Esta situación puede encontrarse en otros medios de comunicación e información; otro ejemplo es el caso de la televisión, en donde la representación de imágenes más la secuencia de edición, filtra y reinterpreta un mundo, donde las tomas de la cámara son limpias (sin interferencia) y hasta estéticas. El cine, el cartel, el audiovisual, la animación, las conferencias, los productos de la mercadotecnia y la publicidad, son medios en donde los estilos de presentación de los mensajes acercan a una realidad referida de un modo que puede llegar a ser muy distinto del real.

Esta referencia alterada brinda, de acuerdo con Lorenzo Gomis, versiones concentradas, dramatizadas, sugestivas e incluso más

interesantes que una realidad que de lo contrario (presentada de modo extensivo y exhaustivo) puede parecer lenta, difusa y hasta aburrida. La realidad del hecho presentado por el periodista como noticia cobra una presencia virtual, en donde los públicos destinatarios pueden construir representaciones acerca de un mundo que les puede parecer totalmente ajeno, o bien inscribirse en él como parte de un proyecto social y cultural; de ahí que la cobertura de la realidad por el periodista sea tan importante.

1.2.2. LA MATERIA DE LA INFORMACIÓN: LA REALIDAD SOCIAL

La labor informativa con el objetivo de divulgar noticias constituye un espacio para informar sobre el entorno y adquiere una relevancia significativa en esferas que van más allá del periodismo: la realidad social y en un aspecto más amplio, la cultura.

La cultura se entenderá como *“el plano general ordenador de la vida social que le da unidad, contexto u sentido a los quehaceres humanos, y hace posible la producción, reproducción y transformación de las sociedades concretas”*¹⁴ que transita y se organiza de acuerdo a los

¹⁴ Vuskovic, Pedro; *Pesadumbres y esperanzas en América Latina en los 80*, en Latinoamérica: Hora Cero.

significados que aportan sus esferas, que son el mercado, el Estado, la forma de vida cotidiana, que se entremezclan y es a esa 'secuencia de coyunturas' (Zemelman) entre las esferas y su interrelación, lo que se denominará como realidad social, la cual se reporta mediante el periodismo.

¿Porqué distinguir una realidad social distinta de la "realidad" como tal? Porque es una realidad moldeada por y para los sujetos que la consumen e interactúan con y en ella. Al ser algo 'artificial' construido o elaborado por grupos de hombres, forma parte de la cultura. Del gran universo de la realidad incontrolable y azarosa, el hombre toma aspectos y representaciones para coincidirlos en un 'espacio particular de posibilidades para cada sujeto' (Zemelman). Por tanto, la realidad social se entiende como aquel espacio en donde los sujetos interpretan y actúan dadas las situaciones, igualmente de índole social. Esta re-definición del horizonte se halla en constante movimiento debido a la continua interacción entre sus componentes.

Una realidad así tomada es redefinida de acuerdo con distintos objetivos, pero implica que será reformulada para construir proyectos comunes hacia los cuales se dirigirán sus integrantes. Proyectos como por ejemplo de identidad, de integración cultural, de poder, de sociedad, de

civilidad y de modernidad. Una realidad de este tipo no significa una alterna, sino una que tiene cabida en el imaginario social y colectivo.

El imaginario social es dentro de la secuencia de coyunturas de la realidad social “ese” lugar en donde caben las representaciones de los sujetos, sus creencias, sus construcciones abstractas, relacionado al factor movimiento, que las entremezcla y da forma a la convivencia con otros en sociedad. *“... el imaginario social es una de las fuerzas reguladoras de la vida colectiva,...a través de estos imaginarios sociales, una colectividad designa su identidad elaborando una representación de sí misma; marca la distribución de los papeles y las posiciones sociales; expresa e impone ciertas creencias comunes, fijando especialmente modelos formadores ... Así es producida una representación totalizante de la sociedad como un “orden” según el cual cada elemento tiene su lugar, su identidad y su razón de ser”¹⁵.*

El periodista, al producir e intercambiar en sus mensajes datos que incluyan dentro de sí características del imaginario social por medio del lenguaje, recurre, según John Thompson, autor de Los media y la modernidad, a una estrategia de control de un tipo de poder cultural o simbólico, que se origina desde la concepción del lenguaje como forma

¹⁵ Baczkó, Bronislaw, citpos Ballent, Anahí, en *El arte de saber vivir*, p.28.

que a través de signos y símbolos expresa relaciones cotidianas y socializa, hasta el punto en que dominar el discurso es un instrumento de sometimiento.

Thompson retoma los conceptos de Pierre Bordieu¹⁶ (como capitales culturales y simbólicos) para decir que a grandes rasgos, los medios encargados del tráfico (desde la producción hasta su recepción) de información constituyen un recurso de apoyo para legitimar el discurso ideológico de instituciones culturales (p. ej. de la iglesia, de las escuelas) por medio de formas y construcciones simbólicas (creencias y valores) que son puestas en circulación en el mundo social.

No obstante del tipo de refuerzo simbólico que proporcionen los medios de comunicación e información, corresponde al periodista dar cuenta de la realidad social presente que de manera cotidiana se comparte; tanto en el rango restringido (local, regional), como en sentido amplio (nacional e internacional), abarcando los más diversos temas de interés humano. Se habla de la transmisión de contenidos mediáticamente tratados y en base a los cuales los sujetos de adquisición-recepción-apropiación (los públicos) se implican; aunque la interpretación de los mismos variará según la experiencia y conocimientos

¹⁶ de Lenguaje y poder simbólico.

de cada persona, las ideas del grupo al que pertenezca y las circunstancias en que sea recibido.

La interrelación entre las esferas de la cultura referidas por el periodista permiten estructurar la realidad de acuerdo a un orden posible que nos da como resultado los proyectos sociales ya sea Estatales, grupales o por rama de la vida social: un proyecto económico, político, comercial, cultural. Estos proyectos pueden o no coincidir entre sí; es decir, un proyecto político puede ser distinto con el de la sociedad, o con el de otras instituciones y marcan pautas de decisiones sobre las alternativas y las posibilidades del auditorio.

Es parte de la tarea del periodista la incorporación en sus mensajes de la conciencia de impulsar proyectos alternativos, de fomentar la búsqueda de construcción de planes posibles, que impliquen propósitos y voluntades sobre la realidad.

La importancia del estudio de los lenguajes de los medios de comunicación e información deriva de esta circunstancia, pues al transmitir noticias, el periodista debe aprender a comunicar un mensaje a todos los niveles, en un estilo directo y llano "de todos los días", donde se puedan ubicar las opciones y contextos de los hechos incluso para

aquellos que apenas saben leer y ofrecer siempre una posibilidad articulada.

1.2.2.1. 1er. COMPONENTE DE LA REALIDAD SOCIAL: LAS INSTITUCIONES

De las esferas de la realidad social, las instituciones son parte fundamental y constituyen junto con los públicos la dinámica de la sociedad. El significado del término “*institución*” tiene diferentes acepciones. Desde el punto de vista sociológico, Albion Small en su libro Sociología General, menciona que la institución se refiere a los mecanismos a través de los cuales los individuos participan unos con otros en relaciones estructurales más o menos persistentes¹⁷.

Otro sociólogo, Fitcher, la define como “*una estructura relativamente permanente de pautas, roles y relaciones que las personas realizan según determinadas formas sancionadas y unificadas, con objeto de satisfacer necesidades sociales básicas*”¹⁸. Aunque hay otras definiciones, se tomará ésta pues refiere concretamente al carácter social necesario de la institución, marca roles y pautas de conducta, que por

¹⁷ Small, Albion; Sociología General, p. 610.

¹⁸ Fitcher, Joseph; Sociología, p. 248.

oposición son aceptadas o censuradas dentro de un sistema social y porque básicamente desde esta perspectiva, las instituciones sirven para satisfacer las necesidades de la sociedad. Los satisfactores que brinden las instituciones (educación, religión, política), marcan la naturaleza y la razón de existencia de las mismas.

Las instituciones pueden ser de varios tipos, como la institución de carácter económica, política, militar, familiar o religiosa. El periodismo interactúa con ellas como una institución más; pero además, como divulgador de las actividades y aportaciones que realizan. Atendiendo a la clasificación de Gilda Rota y María Luisa Muriel sobre las instituciones, se pueden clasificar en privadas y públicas.

INSTITUCIONES PRIVADAS

Son aquellas que pertenecen en propiedad a sectores no gubernamentales, generalmente son lucrativas, es decir, que tienen como fin principal generar para sus propietarios beneficios económicos. No obstante existen también instituciones privadas no lucrativas que son creadas con fines sociales, educativos, humanitarios, políticos, como las ONGs y centros de ayuda (AA).

INSTITUCIONES PÚBLICAS

Son aquellas que pertenecen a la nación y son administradas por el gobierno. Se caracterizan por el ejercicio de las actividades que el gobierno requiere realizar para la gestión del bien común. Cada institución realiza funciones diversas que la llevan a alcanzar objetivos propios. Estos objetivos varían según la razón por la que cada institución fue creada. Independientemente de los objetivos propios que cada una persiga (ejecutivos, legislativos, judiciales, de vigilancia, etc.) el conjunto de las instituciones públicas (que constituyen el gobierno) tienen como objetivo primordial el de colaborar en la consecución del bien común. Este objetivo se identifica a nivel de cada país con el concepto de desarrollo nacional.

Las instituciones públicas pueden ser de salud (ISSSTE), educativas (SEP), policiales (PGR), militares, etc. Independientemente de su naturaleza, las instituciones públicas pertenecen al Estado y forman parte de los medios con que éste cuenta para realizar sus funciones y alcanzar sus objetivos que con respecto al país se ha planteado.

1.2.2.2. 2do. COMPONENTE DE LA REALIDAD SOCIAL: LOS PÚBLICOS

El público es el receptor de un mensaje y no es exclusivo del periodismo contar con él. Para definir al público, McQuail señala que *“el público consiste en un grupo de personas que se nuclea de manera espontánea alrededor de una discusión acerca de algún acontecimiento público y llega a una decisión u opinión colectiva”*¹⁹. Es importante distinguir el concepto de público de otras acepciones que se refieren a conglomerados de personas que se reúnen por algún acontecimiento, de índole pública, tales como la masa, el auditorio, la muchedumbre y el grupo. Esencialmente lo que los distingue entre sí es el tipo de participación y la manera en que se permitió su formación.

El público se tomará como aquél que se encuentra dentro de las formaciones colectivas; esto es, dentro de la masa hay un tipo de público, igual sucede con el auditorio, con la muchedumbre y con el grupo; por lo que cada uno de ellos son un tipo de público con formación y características distintas y lo que tienen en común es su reunión alrededor de algún acontecimiento y comparten una opinión colectiva al respecto.

¹⁹ Mc Quail, *citpos* Rota y Muriel, en Comunicación institucional, p. 49.

Hay que distinguir también “*e/*” público de “*lo*” público. El primero (*e/* público) es la formación colectiva que opina sobre un tema de carácter compartido. *Lo* público encuentra oposición con lo privado, es materia de comentario para todos sin excepción, ni reserva en contraste a lo privado que se enfoca a involucrar sólo a unos particulares sobre un tema en cuestión. Tenemos que dado su carácter, *e/* público puede opinar sobre *lo* público.

Scott Cutlip y Allen Center en Relaciones Públicas, dividen al público en los siguientes sectores:

- el empleado
- el accionista
- la comunidad
- públicos especiales
- público en general
- gobiernos e instituciones
- organizaciones benéficas, ONG, hospitales, iglesias,
- fuerzas militares

A nivel interno de una institución, el empleado y el accionista son públicos; así como a nivel externo de ella, se cuenta con públicos como el general, los gobiernos y las demás instituciones con las que tenga relación directa o indirecta. Al difundir una información, los públicos entran en un

sistema de comunicación, en donde todo aquél que sea emisor, tiene una serie de públicos, que a su vez serán emisores. Para este trabajo los públicos son los receptores de los mensajes de los periodistas.

1.2.3. EL PERIODISMO COMO COORDINADOR ENTRE LOS COMPONENTES DE LA REALIDAD SOCIAL: EL PERIODISTA ENTRE LAS INSTITUCIONES Y LOS PÚBLICOS.

Cualquier sistema social por el hecho de existir tiene actividades de intercambio de información, de interrelación, tanto internas como externas. Al haber necesidades y procesos de comunicación ineludiblemente habrá estructuras que se dediquen a realizar o fomentar la comunicación entre los miembros del sistema social al que pertenecen.

La comunicación y circulación de información en una institución puede transitar en dos sentidos: a nivel interno de ésta (departamentos, proveedores, interpersonal) y a nivel externo (en la relación con otras instituciones). Las instituciones y los públicos interactúan en la realidad social, son parte de ellas al igual que el periodista, donde éste último adquiere un papel coordinador, pues se coloca como mediador y

promueve el intercambio de información entre las instituciones y los públicos, siendo su objeto de estudio “la relación²⁰” entre ambos.

1.3. MÉTODO DEL PERIODISTA

En México se observa en la historia del periodismo, que quienes lo ejercían en sus comienzos eran empresarios o ideólogos de la clase preferentemente acomodada, además no se trataba de una actividad al servicio de la comunidad, sino de intereses particulares. A comienzos del siglo XIX los periodistas emplearon los medios de información como canales de manifestación de sus intereses ideológicos, por deberse básicamente una empresa individual, en la que una persona ejercía varias funciones (escribir, imprimir, distribuir).

Es notorio que no era tan especializada la labor periodística, aunque su contenido era lo primordial, pues escribían verdaderos intelectuales y los periódicos eran sus núcleos de discusión. El nacimiento de los medios de información y comunicación como negocios de particulares es un punto fundamental para entender el carácter de las empresas de

²⁰ El concepto de relación se entenderá como todas las clases posibles de contactos o experiencias.

América Latina particularmente, pues su liga con el interés económico es indiscutible.

José Valdivia en el texto La formación de los periodistas en América Latina, señala que antes de la Segunda Guerra Mundial, el periodismo era visto como una profesión para varones agresivos, con iniciativa y “olfato”, características que bien podían aprenderse fuera de la universidad, y menos en la Universidad Femenina, única institución formadora de periodistas en esos tiempos.

La enseñanza del periodismo (y con ello la manifestación explícita de un método) no era estrictamente obligatoria, pero para formar reporteros en el sentido más práctico (mandándolos a “aventarse” a preguntar, a conseguir la información –que no necesariamente realizar una consciente labor de investigación-) surgió en 1952 la escuela de periodismo Carlos Septién García, como respuesta al “reporterismo a la americana” (Baldivia).

Este tipo de periodismo surgió en E.U. después de la Primera Guerra Mundial, cuando los públicos y las instituciones se conmocionaron pues guerra fue para ellos todo un acontecimiento sorpresivo pues en los

medios de información no se daban explicaciones o interpretaciones añadidas a la transmisión factual de los hechos.

Posteriormente, de mano del desplome de la bolsa de valores en 1929, se hizo patente la necesidad de un periodismo de análisis, por lo que se ampliaron secciones en los periódicos para dar entrada a los columnistas y analistas políticos, con el fin de hacer las noticias tanto comprensibles como significativas.

Por lo que en México después de la Segunda Guerra comienzan a proliferar las escuelas de comunicación y de periodismo derivadas del aumento en la actividad económica de los incipientes medios.

Para este trabajo, además de la actitud de los periodistas para con su labor, es importante conocer si existía o no un método; lo que se nota que particularmente establecido no ha estado. Las aportaciones de autores como Leñero y Marín, deriva de la práctica técnica del periodismo, lo cual como tal no es un método, pues deriva de las aportaciones de estas técnicas como métodos de investigación.

Derivado de esta circunstancia, considero más trascendente ampliar los inicios en cuanto al periodismo como tipo de discurso, porque directamente de estos estudios deriva la presente propuesta.

Analizar las noticias como un discurso con diferentes niveles o dimensiones en la descripción y de las unidades o categorías utilizadas es importante pues se comienza a ver a la noticia como un tipo especial de narrativa, lo cual aporta los inicios de un método como el se ejemplifica en este trabajo. Con autores como Schmidt (1977), Kniffa (1980), Lüger (1983) y Bentele (1981) se comienza la concepción del periodismo con un enfoque lingüístico y semiótico.

Es conocida la aplicación de los términos lingüísticos a fenómenos comunicativos, y aunque se reconoce que esto es de gran ayuda, siempre se deja el margen a que no todo lo referente a comunicación se puede explicar con lingüística, y finalmente no se encuentra dentro de los objetivos; se trata, de darle un enfoque global, al tratamiento de la información desde una perspectiva particular, para lo cual se retoman los antecedentes al análisis del discurso.

El análisis del discurso tiene como antecedentes la retórica, posteriormente con el estructuralismo, producto de la antropología

lingüística y estudios literarios; autores como Saussure (1917), Propp (1958), Barthes (1966) elaboran modelos en los que se distingue el sistema del lenguaje y del uso de la lengua. Los desarrollos posteriores se enfocaron en la narrativa y en la gramática de casos o en los significados de la oración.

El análisis del discurso nació con el análisis de los mitos y relatos folklóricos de Propp y Lévi-Strauss y se fue desarrollando bajo un enfoque antropológico hasta llegar al análisis sociológico de la conversación, también llamado etnografía del habla o de la comunicación. Finalmente, con las variaciones en psicología, derecho y demás disciplinas se nota que pretenden retomar estos estudios a conveniencia. Para el periodismo, Kintsch, elabora en 1983 un método para el periodista.

En México, particularmente, son realmente escasos los estudios que se elaboran a partir de ver al periodismo como un discurso; lo que sí hay son estudios “de casos”, es decir textos como Cómo leer los medios masivos (prensa, radio, tv, cine), o de interpretación de las noticias, como es el caso del texto El color del cristal; lo cual demuestra una vez más que como tal un método no está especificado para el periodismo nacional.

Finalmente la propuesta se centra no en la originalidad del método, puesto que es una recopilación de varios métodos, (en un intento por abarcar el mayor número de variables posibles) sino en el refuerzo teórico que lo sustenta, ya que la problemática analizada sugiere que por cada paso dado en el método existe su correspondiente justificación teórica, para lo cual se empleó el apoyo de la disciplina de la traducción y de la teoría de los códigos.

No obstante, no es sólo adherirse a un método, como pauta ideal del “deber ser”, sino que además hay que tomar en cuenta la subjetividad de los sujetos, dado que como actores sociales que definen situaciones realizadas igualmente por otros actores sociales, están impregnadas de variables incontrolables desde el punto de vista metódico. Es importante saber desde el principio que no se tendrá la situación totalmente controlada por el hecho de aplicar un método paso por paso, pero, como se verá, la disposición es un elemento determinante.

1.3.1. EL PERIODISTA ANTE LOS HECHOS

El periodista²¹ sostiene que en las noticias que elabora, derivadas de su cotidiana relación con públicos e instituciones, cuenta las cosas “*tal y como son*”, o bien que transmite la información de manera imparcial.

¿De verdad se puede decir que el mensaje expuesto por el reportero es un “*reflejo fiel*” de la realidad social que cubrió? Es dudoso porque el procesamiento de la información en un medio periodístico, sufre una variedad de filtraciones antes de llegar al público general; e incluso si partimos de la premisa de que de una misma realidad social se pueden obtener tantos relatos como medios de comunicación y reporteros que la cubran y todos serán igualmente válidos en determinados aspectos.

Hay diferentes Teorías con las que se pretende explicar el papel que toma el periodista frente a los hechos, a continuación se retoman 3 fundamentales que desarrolla José María Canel en el texto Comunicación Política:

La **Teoría del espejo**, donde el periodista se convierte en un reflejo fiel de la realidad. Lorenzo Gomis no acepta esta teoría como válida

²¹ Cada vez que se hace mención a los periodistas en su conjunto, se escribirá “el periodista”, no con intención de referirse a uno en particular, sino para generalizar. Si bien puede ser perjudicial generalizar, la intención es verlo de manera total.

para el periodismo a causa de que *"(el periodista) no es un espejo, porque el espejo no toma decisiones, sino que refleja simplemente lo que tiene ante sí, mientras que los que animan los medios toman decisiones, siguen su política, luchan con la falta de tiempo, con la limitación de recursos"*²². Se compara al periodista como un sujeto que recibe de manera pasiva una impresión del objeto sin modificarla, de ahí que muchas veces el periodismo se autodenomine objetivo, al suponer que presenta las noticias como espejo fiel de los acontecimientos.

La **Teoría de la ventana** afirma que la mirada del periodista es como la de un espectador frente a una ventana, que imparcialmente observa sin involucrarse en lo que sucede. Esta teoría no se adecua a la realidad del trabajo del periodista, pues desde el punto de observador de la ventana no se decide lo que pasa o lo que se quiere ver; mientras que los medios de información y los periodistas sí deciden lo que van a producir y ofrecer a sus espectadores.

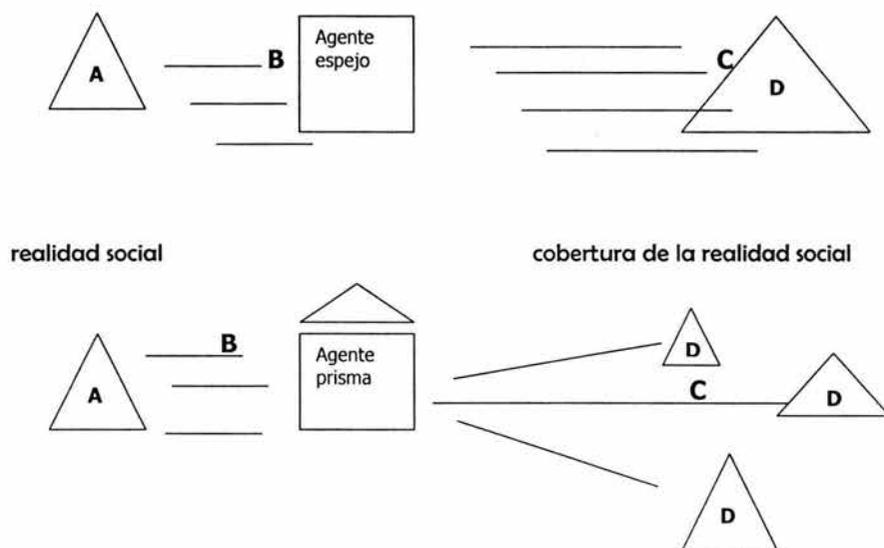
En esta opción hay una limitante: la ventana, que se constituye como un marco para la visión del periodista y lo puede conducir al error en su percepción sobre los acontecimientos. Se puede ver con las agendas

²² Gomis, Lorenzo; Teoría del periodismo, p.16.

de contenidos manejadas por los medios de información, que los hechos no se transmiten al azar como se piensa en esta Teoría.

La **Teoría del prisma**. El periodista en este sentido ya no es visto como un espejo que se pone frente a la realidad para reflejarla tal cual es, sino que funciona más como un prisma: recibe diferentes y diversos rayos de luz (o información de todas direcciones) las refracta, constriñe y expande.

Para que la diferencia entre la Teoría del espejo y la del prisma quede más clara, se tiene el siguiente diagrama:

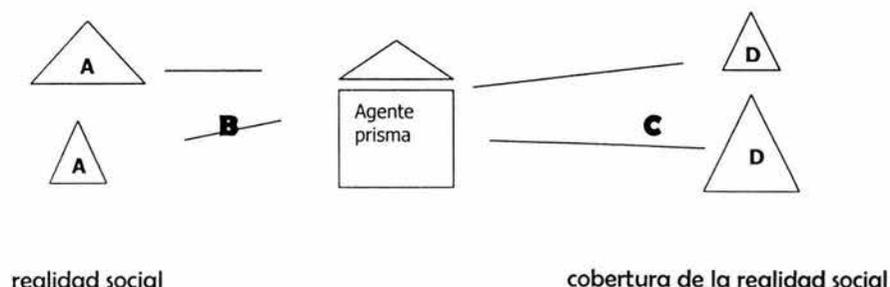


Donde **A** es la realidad social por cubrir, que llega a los periodistas de la manera **B**. En la Teoría del espejo el periodista como agente refleja

en **D**, que es la cobertura de la realidad social o las noticias del periodista, la información tal y como le llegó de **A**. Esto es, la manera **B** y **C** son idénticas pues sólo se ha reflejado la información. En cambio, en la Teoría del prisma, el periodista toma la información de **B**, pero no la difunde de manera que sea igual a **C**, sino que la correlaciona con otros datos, y distribuye de manera consciente en un modo que le parece más adecuado.

Por tanto la Teoría del prisma es más acertada para definir el acercamiento que presenta el periodista ante los hechos pues le confiere un papel más activo que en las anteriores.

Se puede retomar esta Teoría si se piensa que el objeto (o la información de la realidad social) no se ofrece de manera pasiva y la realidad no se presenta de un modo único para el periodista, sino del mismo modo que él, se refracta, constriñe y expande:



En donde el modo en que el periodista accede a la realidad social **A** no es de un modo único sino desde una variedad de fuentes que se distribuyen de varias formas en **B** y en donde por el otro lado las distribuye también de manera diversa en **C**, que se refleja en formas **D**. De este modo, los objetos y sujetos se afectan recíprocamente por lo que su relación es activa en ambas direcciones.

La Teoría del prisma es el modo ideal que tiene el periodista y los medios de comunicación (como agentes informadores) de interpretar la realidad social. Inevitablemente el suceso original es distorsionado, pero *“no quiere decir que el periodista esté manipulando la realidad, sino que le está dando forma, una forma adecuada a su medio”*²³.

Parece ser que es imposible relatar sin juzgar, si se acepta que conlleva una forma de juicio o subjetividad elegir éstos y no aquellos aspectos de un hecho, así como determinadas palabras y recursos estilísticos de un lenguaje. Se espera que el periodista sea objetivo e imparcial o que por lo menos lo intente, pero *“relatar sin juzgar –escribe*

²³ Canel, José María; Comunicación política, p.140.

*Charpentier- es la degradación del arte, y eso no es una garantía para la verdad*²⁴.

En nuestro país con una prensa restrictiva se obligaba a que *“los periodistas de afán crítico tuvieran que ser especialmente cuidadosos, con un estilo en donde los giros retóricos, metáforas y alusiones veladas eran parte de un juego de inteligencia para que opinar con decoro no significara poner en riesgo la tribuna que tenían. Hoy la crítica es menos retorcida, más directa, pero también menos elegante. El lenguaje ha sido entendido simplemente como un instrumento y no como parte de la creación mismo que significa la manufactura de cualquier material periodístico”*²⁵. Aprovechar el lenguaje es primordial para el periodista, porque la comprensión con respecto a los hechos no es reflejo, sino que está basada en una definición mutua que se logra gracias al lenguaje.

George Steiner asegura que *“la verdad y nada más que la verdad”* es un ideal que no se alcanza, pues mediante la lengua no se comunica ni la verdad ni la información de los hechos; sino que comunica descripciones parciales, donde la realidad es recortada, seleccionada, omitida y reconstruida.

²⁴ Charpentier, *citpos* González Dueñas, *Lo ambiguo y lo sagrado*, en *Revista de la UNAM*, p.16.

²⁵ Trejo Delarbre; *Democracia por escrito* p. 190.

De este modo la información nunca llega desnuda, sino coloreada y diluida por la intención del medio que la emite así como por el clima (cultural, histórico) en que se inscribe. El resultado es que el periodista destila los hechos a partir de diversas fuentes y produce una mezcla o indica de dónde vino la información para que los lectores o audiencias evalúen por ellos mismos.

1.3.2. EL MÉTODO DEL PERIODISTA MEXICANO.

En lo relativo a la actitud y método empleado por los periodistas mexicanos, se tiene que este país, como ya se mencionó, cuenta con fuertes instituciones burguesas nacidas por el impulso del aparato estatal surgido de la revolución y sujetas a su arbitraje y control. Simultáneamente, la propia revolución inspira los ideales del liberalismo.

El periodista de “bajo nivel”, entendiendo por éste al reportero común, e incluso a los jefes de información, (en contraste con los de “alto nivel” que son los titulares, directores de área, quienes tienen poder de decisión) rara vez tiene que ver con el gran juego político, por lo mismo, debe limitarse a la transcripción “objetiva” de los hechos o del material ofrecido por las oficinas de prensa de las dependencias oficiales.

Este tipo de periodistas se benefician de la publicidad pagada de la fuente informativa, por lo que en el medio que labora para que haya necesidad le pagan poco y en general eligen a personas de clase media-pobre, con universidad o trunco y le prometen un virtual ascenso que nunca llega. No hay uniformidad, pues el gremio periodístico está conformado por abogados, filósofos, pues básicamente se eligen personas que tengan afición con las letras (que les guste escribir); y en el caso de los medios electrónicos está puramente restringido a las recomendaciones personales.

José Baldivia, en La formación de los periodistas en América Latina, hizo tres investigaciones en 1980; una en Chile, una en Costa Rica y una en México, donde buscaba el perfil de los periodistas en cada uno de estos países y la concepción que ellos mismos tenían de su labor.

Para el caso mexicano y basándose en entrevistas a diversos medios como Excélsior, El Universal, Canal Once, Televisa, Canal 13, El Sol de México, Uno más Uno y Notimex encontró que en general los periodistas veteranos apenas tenían primaria o preparatoria; por lo que por lo mismo, es evidente que la preparación se ha adquirido empíricamente, adecuada al criterio mercantil, donde la información es una "cualidad"

del medio, pues su finalidad real son los mensajes publicitarios y las ganancias que reporta.

En estas condiciones el periodista desarrolla su actividad sin la menor posibilidad de decisión y tal vez hasta se puede cuestionar la capacidad de opinar sobre la problemática nacional e internacional, debido a que las consideraciones que haga, serán en base a la experiencia que si bien puede ser una fuente muy valiosa, no cuenta con un respaldo argumental a sus afirmaciones.

Su labor se reduce a la de un intermediario mecánico, pues no hace investigación y carece de formación académica; esto refuerza el porqué al momento de dar clases en la universidad, apoyándose en su innegable experiencia en el medio, sean incapaces de dar a los estudiantes razones específicas de los errores encontrados, porque nunca han seguido un método específico, sino se han dejado guiar por su intuición, experiencia, errores.

En cuanto a los resultados de la investigación de Baldivia, encontró el siguiente perfil de los periodistas de los años 80:

1. El periodista vive en un ambiente de nula o poca creatividad, que no es alentado.

2. El periodista llega apresuradamente, alegando que nunca tiene tiempo para nada, revisa las publicaciones en otros medios o boletines, tacha lo que le parece intrascendente y transcribe casi textual.
3. El periodista se mueve con prisa, aunque pierda gran parte del día en actividades de mal llamadas “relaciones públicas”.
4. El cuestionario realizado por Baldivia, generalmente no quería ser contestado, pues los periodistas de los medios mencionados se consideraban así mismos como profesionales a quienes les gusta enterarse de todo, pero que deben y prefieren guardar reserva sobre su identidad.
5. Se aceptó la existencia del “embute” y el “chayote” como gratificaciones frecuentes y normales. Con un salario tan bajo no se pueden dar el lujo de la dignidad al rechazarlo.
6. Estos periodistas veían la labor periodística como una carrera no dignificante, en la que poco importa el título o diploma de la universidad.
7. Los pocos periodistas de esta encuesta, que se prestaron a una entrevista de profundidad y que al salir de la escuela (UNAM) querían hacer un periodismo diferente, revolucionario, dignificar a la profesión, se encontraron al

llegar al medio con una estructura que y sistema que “echó todo por tierra”.

Lo que se resalta de esta investigación, que data de casi 25 años, es que el elemento escolar no ha sido una prioridad para el periodismo mexicano, además de ser visto como un oficio que merece ser dignificado al grado de profesión, de ser crítico y “revolucionario”; ¿cómo se puede lograr? Con un método, particularmente dirigido a los estudiantes de la carrera, con una preparación más rigurosa, para que al momento en que se encuentren en un medio de comunicación e información, el “sistema” no sobresalga por encima de ellos, pues cuentan con la preparación necesaria para cuestionar con argumentos, y no simplemente obedecer.

Para los periodistas de los años 80, el rango de edad y sexo no está especificado, sólo se hizo hincapié en que se trataba de generaciones recientes, puesto que los periodistas con mayor experiencia se mostraban reacios a contestar la encuesta. Si tenemos en cuenta este dato, los que en su momento eran las jóvenes generaciones en la actualidad continúan su labor en el medio periodístico, ahora como veteranos de la profesión. Por lo cual el hecho de que la encuesta no sea reciente es importante, ya que permite inferir que es el tipo de actitud y método que se ha aplicado durante años.

La concepción que tenían estos periodistas sobre cuatro puntos fundamentales era la siguiente:

1. Los factores que debe tener un periodista es:

- ser buen reportero (30.55%- de una muestra total de 94 periodistas en los medios antes mencionados)
- ser buen redactor
- ser inteligente
- ser simpático/ contar con presencia

2. El periodismo es en México:

- sensacionalista (31.48 %)
- oportuno
- corrupto
- objetivo

3. El nivel de profesionalización es:

- bueno (37.96 %)
- regular
- mediocre

4. ¿Existe la objetividad periodística en México?

- no (43.51 %)
- si (41.66 %)
- sin respuesta

De estas respuestas se encuentra que la situación, a casi 25 años ha cambiado indudablemente ¿pero en qué sentido? Ciertamente el auge de las escuelas de comunicación es un fenómeno reciente, la introducción de la mercadotecnia, de las relaciones públicas, y precisamente por ser reciente, es deducible que en la preparación de las futuras generaciones es donde debe hacerse un mayor esfuerzo de mejorar los métodos de enseñanza, para que los futuros periodistas sean más concientes en la elaboración de mensajes metódicamente estructurados.

CAPÍTULO DOS: TRADUCTOR

"-¿Cuántos días tiene el año?-

-365 – dijo Alicia

-¿Y cuántos cumpleaños tienes?-

-uno-

-Y si quitas uno de 365, qué queda?

-364, claro-

...

-¡Es verdad!... lo cual demuestra que hay 364 días durante los cuales puedes recibir regalos de no-cumpleaños-

-Es cierto- dijo Alicia

-Y sólo un día para recibir regalos de cumpleaños.

¡Eso es una gloria para ti!-

-No sé lo que quiere usted decir con eso de "gloria" – dijo Alicia

Humpty Dumpty sonrió desdeñosamente.

-¡Por supuesto que no lo sabrás... sino hasta que yo te lo diga! Lo que quise decir es "Aquí tienes un argumento apabullante"-

-Pero "gloria" no significa "un hermoso argumento apabullante" –

objetó Alicia

-Cuando yo uso una palabra- dijo Humpty Dumpty en tono apabullantemente despreciativo – significa exactamente lo que yo elijo que signifique, ni más ni menos-

-La cuestión es- dijo Alicia – si puede hacer usted que las palabras signifiquen tantas cosas diferentes-

-La cuestión es – contestó Humpty Dumpty – quién es aquí el maestro, eso es todo."

2. TRADUCTOR

2.1. CONOCER LA REALIDAD

Para que el periodista elabore mensajes metódicamente estructurados debe ubicarse en un punto con respecto a la información de la realidad social que cubrirá. Probablemente fue Descartes el primero en afirmar que todo depende de la seguridad del punto de partida. Para ser efectivamente seguro, partió del método de la duda, esto es, aceptar sólo lo absolutamente dudable. Tomando como referencia su propia experiencia se puede estar seguro de algo: de un sujeto que duda.

Descartes da el prelude para un elemento importante de esta investigación: el *realismo*, que por considerarse objetivo es fundamental en el ejercicio del periodismo, que también pretende serlo. Esta corriente teórica parte, según Karl Popper, del sentido común; esencial por principio para distinguir entre apariencia y realidad; no obstante, también reconoce la existencia de apariencias que poseen una especie de realidad (como la imagen reflejada en un espejo) o una realidad artificial.

De los tipos de realidades que se pueden encontrar la más obvia es el mundo de los objetos concretos; otro tipo lo puede constituir la decodificación subjetiva que se hace de esos objetos concretos, por ejemplo el color, el sabor de una fruta y otro ejemplo es el lenguaje, en donde a través de las palabras se alude a las características de tales objetos: salado, dulce, sabroso.

En oposición al *realismo* está el *idealismo*, cuya característica principal es afirmar que la existencia no es más que una ilusión, un sueño. Apoyar al realismo es un modo de negar al idealismo y viceversa, por lo que la ciencia, que pretende según Popper describir la realidad, parte y se apoya en el realismo, negando al idealismo. Las teorías del realismo científico tienden progresivamente a la búsqueda de la verdad, hacia las descripciones verdaderas de determinados hechos o aspectos de la realidad, por eso el análisis de este trabajo es desde esta postura, puesto que el periodista ante todo, busca describir los hechos de la realidad de una forma que se acerque lo más posible a la verdad.

La descripción de la realidad es un tema que también ha interesado a filósofos e historiadores y las distintas teorías que han realizado para resolver el problema de la verdad de la ciencia, así como los temas de la

descripción de la realidad y objetividad del conocimiento son englobadas en el marco general de la Teoría del Conocimiento.

En esta Teoría, Adam Schaff describe a dos como los componentes básicos que interactúan en el proceso de conocimiento: *sujeto* y *objeto*, que al interactuar obtienen como resultado los procesos mentales denominados *conocimiento*. Dado que el objetivo de la ciencia es la obtención de conocimiento, la interacción entre *sujeto* y *objeto* tienden a la descripción de la realidad progresiva y en medida en que sea más verosímil esta descripción, se irá acercando cada vez más a la verdad tautológica.

La interacción entre *sujeto* y *objeto*, según este autor, puede ser de acuerdo a tres modelos:

- a) El primer modelo: cuando el *objeto* actúa sobre el aparato perceptivo del *sujeto* y se produce en él una copia del objeto. Este modelo se asocia con la definición clásica de la verdad en la cual se admite que todo juicio es verdadero si concuerda con su objeto. El papel del *sujeto* se reduce al de receptor pasivo, lo cual es el ideal clásico del conocimiento objetivo.

- b) El segundo modelo: por el contrario, resalta el predominio o exclusividad del *sujeto*, al que le atribuye el papel de creador de la realidad. Este modelo se relaciona con el conocimiento subjetivo, pues el *sujeto* elabora sus premisas en base a una disposición a comportarse o a reaccionar.
- c) El tercer modelo: trata de correlacionar la importancia tanto del *sujeto* como del *objeto*; en primera, se le atribuye al *sujeto* un papel activo, porque introduce algo de sí mismo en el conocimiento que abstrae; aunque esa aportación esté condicionada de manera social y originará versiones de la realidad que estarán condicionadas socialmente.

En este modelo el *sujeto* se dirige al *objeto* (la realidad como objeto) como una actividad humana, como práctica. No es únicamente que el *sujeto* se dirija al *objeto* sino que ambos actúan uno sobre el otro, en el marco de la vida social del *sujeto* que percibe al *objeto* en y por su actividad. Esto es, la valoración, interpretación, percepción y descripción de los objetos de la realidad, corren a cargo del *sujeto*, aunque esta valoración e

interpretación estén ligadas al contexto social en donde el *sujeto* se desenvuelva.

Popper advierte que la relación entre *sujeto* y *objeto* nunca parte de cero, sino que siempre está presente un conocimiento básico que se refuerza o nulifica, según asociaciones y expectativas.

Con respecto a este tema de investigación se tomará el tercer modelo, debido a que se sostiene la premisa de que el periodista no es un agente que modifique los objetos o se deje influenciar por ellos de manera separada, como sostienen los primeros dos modelos. El periodista como sujeto del conocimiento, opina sobre los objetos de la realidad, los actores sociales, sus acciones y circunstancias; así como sus públicos pueden pasar de la ubicación de objetos a sujetos que influyen en cuanto que explicitan sus preferencias en cuanto a temas y estilos de presentación que el periodista no puede ignorar en sus productos comunicativos.

Tomando como referencia el tercer modelo, se tiene al periodista como sujeto y la realidad social (las instituciones y los públicos) como

objeto, sostienen una relación que puede invertirse para ver a los actores de la realidad social como sujetos y a los periodistas como objetos de divulgación. Como en el tercer modelo, *sujeto y objeto* interactúan entre sí modificándose mutuamente, del mismo modo que el periodista y la realidad social ejercen influencia uno sobre el otro.

Además de la interrelación entre *sujeto y objeto*, Adam Schaff resalta que se deben tomar en cuenta las características de lo *objetivo* para verificar si el resultado de dicha interrelación se adecua a dichas particularidades y pueda aseverarse que se ha alcanzado un *conocimiento objetivo*. Para comenzar define lo objetivo como algo que es:

a) lo que procede del objeto, es decir que el objeto existe fuera e independiente de la conciencia del sujeto (opuesto al conocimiento subjetivo que crea su objeto),

b) lo que es válido para todos y no para tal o cual individuo, es decir, tiene una validez universal (opuesto al conocimiento subjetivo en el sentido individual), y

c) exento de emotividad y por consiguiente, de parcialidad (opuesto al conocimiento subjetivo en el sentido de 'coloreado emotivamente', 'coloración del espíritu' y parcialidad).

Entendiendo el *conocimiento objetivo* como aquél que en el que el *objeto* está fuera de la conciencia del *sujeto*, es válido para todos y está exento de emotividad y parcialidad, se ve que para el periodista es fundamental contar con este tipo de conocimiento o pretender alcanzarlo. Aunque esta posición es discutible si como se afirmó para este trabajo lo importante es la interacción entre *sujeto* y *objeto*, en sentido de modificación mutua.

Objetivo y subjetivo se hayan entonces mezclados, la objetividad no puede ser absoluta sino relativa, pues el conocimiento de un *objeto* no está fuera del *sujeto*, sino que le pone algo de sí; y no se constituye a base de un juicio único, sino como un proceso que pasa por distintas fases y se nutre de diversas versiones y aspectos para hacerse cada vez más complejo.

En todo caso, se encuentra que el conocimiento objetivo tal y como se viene desarrollando en este trabajo presupone un ideal irrealizable para el periodismo, pues los periodistas y sus públicos son ambos sujetos sociales y objetos de información que pueden intercambiar papeles. Los periodistas manifiestan opiniones, los proyectos de una institución pueden tener una validez "para todos" (por ejemplo la validez de un proyecto de

Nación concierne a todos sus habitantes). Por lo que no se puede dividir tajantemente al periodismo como suscitador de un tipo de conocimiento ni objetivo ni subjetivo en forma pura, sino como una mezcla de ambos.

Esta concepción se completa con lo que se señaló acerca de la verosimilitud²⁶. Popper dice cada que se está frente a la realidad se elabora una teoría (o un juicio sobre *algo*) que constituye una aproximación a la verdad, mejor que cualquiera de las teorías rivales propuestas hasta ese momento porque se considere más aceptable para cubrir las interrogantes de ese *algo*. Una mejor teoría que la nuestra sobre ese mismo *algo* se aproximará más a la verdad o será más aceptable, desplazándola.

Por lo tanto, desde esta aproximación, el conocimiento se vuelve un proceso infinito de acumulación de verdades parciales que basan su veracidad en la adecuación que presenten para resolver un problema planteado. Popper y Schaff sostienen que tanto el conocimiento como la verdad son un proceso infinito e inacabable, como también lo es el objeto

²⁶ Schaff y Popper conciben la verosimilitud como lo siguiente: la verdad es un planteamiento tautológico, es decir cierto en todos los casos. En caso contrario, en todo enunciado hay un contenido de falsedad y uno de verdad, por lo que ya no es estrictamente verdadero; la aproximación a la verdad nos da como resultado la verosimilitud, pues es lo suficientemente creíble aunque no se sepa cuáles son sus niveles tanto de verdad como de falsedad.

del conocimiento, considerándolo como la totalidad de la realidad o cualquier fragmento captado de lo real.

2.1.1. EL LENGUAJE

En los acercamientos progresivos para alcanzar la verdad tautológica, el periodista debe formular sus proposiciones o mensajes en forma de noticias de acuerdo con las reglas que los lenguajes de los medios de comunicación e información determinan. El lenguaje se constituye, desde esta perspectiva, como un medio para que el reportero elabore proposiciones que se acercarán o alejarán de la verdad tautológica.

Popper establece que el lenguaje cumple dos funciones: las inferiores de autoexpresión y señalización y las superiores de descripción y argumentación. La función descriptiva surgió con la idea de asemejar la verdad como una descripción que encaje con los hechos. La función argumentadora, por su parte, presupone la descriptiva, pues los argumentos tratan sobre descripciones de las ideas reguladoras de verdad, contenido y verosimilitud.

Estas funciones se inscriben dentro de tres mundos: el mundo físico (o concreto, el de los objetos), el mundo psicológico (de las experiencias y percepciones, de los sujetos), y el de los contenidos lógicos, el cual es autónomo de los otros dos. Es el mundo psicológico (el que concierne al sujeto) el que establece la interrelación entre el mundo físico y el de los contenidos lógicos.

El lenguaje en sus funciones, para este autor, pertenece a los tres mundos: al primero pues consta de acciones físicas o símbolos físicos, al segundo pues en su contenido expresa un estado subjetivo o psicológicos, y al tercero pues contiene información que comunica un significado o mensaje. Formando parte de los tres mundos, las construcciones mediante el lenguaje pueden ser tanto verdaderas como falsas; esto es, correspondientes o no con los hechos.

La falsedad la entiende Popper como la no correspondencia entre la construcción lingüística y los hechos o la presencia de ambigüedad en las construcciones lingüísticas, aunque demuestra que la correspondencia es independiente de ellas mediante el siguiente ejemplo: *“Un asesino puede decir de manera nada ambigua: ‘Yo no he matado’. No hay ninguna ambigüedad en esta afirmación, aunque no corresponda con los*

hechos".²⁷ Por tanto, el lenguaje es independiente de la validez de sus proposiciones y éstas dependerán de la correspondencia que el sujeto señale.

La afirmación del asesino puede ser cierta o falsa, hasta que alguien aclare su inocencia o su culpabilidad. Si se sabe que mató y durante el juicio se prueba lo contrario, se comprueba que el lenguaje se puede emplear para construir afirmaciones que nada tienen que ver con el estado de los hechos. El mundo se articula por medio del lenguaje, así como su correspondencia con los hechos, por medio de la educación como transmisión de la experiencia social, los juicios están socialmente condicionados por los sistemas de valores que son aceptables; por lo que frecuentemente se sustituyan las palabras "corresponde a los hechos" por las palabras "es verdadero".

Mediante el lenguaje jamás se encontrará la verdad tautológica y se podrá negar una correspondencia flagrante (como pararse y decir frente al espejo "*Ése de ahí no soy yo*"), por lo que más que la verdad y la objetividad, hay que apostar por la verosimilitud (como acercamiento progresivo hacia la verdad) y por la certeza (como suficientemente cierto

²⁷ Popper, Karl; Conocimiento objetivo, p. 283.

para efectos prácticos), que dependen más de la situación y de las expectativas acerca de las consecuencias posibles.

2.1.2. REALIDAD Y LENGUAJE

El lenguaje según Marta Lamas en el texto *La doble moral y la lógica del género*, es un elemento fundador de la matriz cultural, es decir de la estructura madre de significaciones en virtud de la cual nuestras experiencias se vuelven inteligibles. El lenguaje nos permite acercarnos a los demás, lo que le da un carácter fundamentalmente social. Marta Lamas cuenta que las primeras lenguas se caracterizaron por un principio binario que produjo información a partir de la contraposición de dos elementos: mujer/hombre, frío/caliente, noche/día y sobre estos pares cada cultura desarrolló su propia simbolización, proyectando sus fantasías y estableciendo clasificaciones a través de unidades de sentido, o signos.

También afirma que no hay una correspondencia exacta entre los signos y el mundo, pero son comprensibles para quienes comparten el mismo código, por lo que se vuelve un instrumento mediador entre lo que tenemos en mente y lo que se comunica a los demás. Tomando

como punto de partida la percepción de los objetos, se puede ver que desde la sensación del mundo sensible hasta la necesidad del sujeto de compartir sus impresiones, le es preciso un medio para lograrlo.

Históricamente, se puede pensar que al principio este medio lo constituyeron los gestos, algunas señalizaciones, gruñidos, que tenían el objetivo de poner información en común para facilitar la organización entre los hombres. Este proceso de organización incluye el inicio de la caza, de la vida sedentaria, hasta lograr la formación de la sociedad como organización a base de reglas; a medida en que se volvió necesario establecer reglas cada vez más precisas para administrarse y regular la actividad en conjunto de los seres humanos.

Este proceso de organización Ikram Antaki establece que se originó por intereses económicos (por lograr un medio de expresión común para organizarse en grupo y producir alimentos, marcar jerarquías y funciones entre los miembros del grupo, distribuir las obligaciones) y volvió necesaria la aparición del lenguaje, más rico que la mímica y los gruñidos y más útil en situaciones en las que era imposible comunicarse vía pictórica o por mímica: en la noche por ejemplo.

Wilburn Urban establece que independientemente de su origen, el lenguaje se instituye como un instrumento del pensamiento, como un medio de comunicación. En su texto Lenguaje y realidad brinda distintos antecedentes y definiciones del lenguaje a lo largo del tiempo y al final retoma la definición que a su parecer, es la que mejor se adapta a lo que es el lenguaje. Esta definición es del autor Sapir, quien delimita al lenguaje como *“un método puramente humano y no instintivo, de comunicar ideas, emociones, deseos, mediante un sistema de símbolos voluntariamente producidos”*²⁸

Desde esta definición se ve que el lenguaje como método nos habla del ordenamiento progresivo entre sus componentes, que son los símbolos. Habla de símbolos artificialmente producidos y voluntariamente retomados, esto es, que se le puede dar el estatus de símbolo a todo aquello que nos remita a otra cosa sin representarla. Otro punto importante es ver al lenguaje como un método no instintivo, condición que remarca su carácter humano, cuyos objetivos son los de comunicar (o poner en común) lo que el sujeto tiene en mente o siente, esto es, las ideas, emociones y deseos.

²⁸ Urban, Wilbur; Lenguaje y realidad, p. 53.

El lenguaje como método sirve de puente entre nuestros pensamientos y se vuelve uno de los medios para concretar la posibilidad de lograr un acercamiento con los demás. Como método, incluye una serie de categorías limitadas, inscritas en un código o varios códigos, que nos sirven para realizar el puente entre nuestro pensamiento y la realidad; Urban asegura que la función del lenguaje no es copiar la realidad, sino simbolizarla, es decir, remitir a nuestros pensamientos sin necesidad de representarlos.

El puente que convierte el ruido en información mediante el lenguaje exige la existencia de un sistema de signos, sujeto a las normas de un código, para que mediante su combinación transmita una idea. Signos y códigos que mediante su empleo y aceptación ordinaria sean adoptados por la sociedad, de modo que su empleo recurrente reflejará el modo como piense y hable esa sociedad determinada. Puesto que la cultura es ante todo, un sistema de normas que define los códigos de conducta de un pueblo, las palabras, los términos y las acciones adquirirán significado según el modo como se emplee regularmente por los hablantes de un lenguaje particular.

El significado que comúnmente adopte de acuerdo a las ideas de los hablantes, es lo que hace posible lo que Umberto Eco llama las unidades culturales, que de mano de las normas, imágenes, símbolos, dan marco para los universos de discurso, que nos dan como resultado, según Edgar Morín, el contenido de la cultura, cuya función principal es orientar los instintos del hombre y sus emociones.

La cultura, que se entiende como *"el plano ordenador general de la vida social que le da unidad, contexto o sentido a los quehaceres humanos, y hace posible la producción, reproducción y transformación de las sociedades concretas"*²⁹, transita y se organiza de acuerdo a los significados que aportan sus esferas, las cuales se menciona como tales al mercado, el Estado, la forma de vida cotidiana, más el factor movimiento, encargado de darles dinamismo y continuidad.

2.1.3. TEORÍA DE LA TRADUCCIÓN

La realidad se basa en las condiciones comunes que son puestas en la cultura gracias al lenguaje. Wilbur Urban sostiene que en términos

²⁹ Vuskovic, Pedro; *Pesadumbres y esperanzas en América Latina en los 80*, en *Latinoamérica: Hora Cero*.

generales, la realidad tal y como la experimentamos siempre será diferente de la que es moldeada por el lenguaje, por lo que hay que pensar si nuestras construcciones lingüísticas nos llevan a la realidad, o bien nos alejan de ella como un velo que se interpone. Lo que hay que aceptar independientemente de esta disyuntiva, es que puede llegar a ser el único camino que se tenga para acercarse hacia una realidad común.

Si a la cultura le concierne la creación de construcciones simbólicas y sus normas para regirlas, el lenguaje de cada región vendrá a representar su propuesta cultural, que puede ser tan amplia o tan restringida como sea la aceptación que encuentre hacia otras comunidades. Aunque se comparta el extenso universo de la lengua, las cosas no son abstraídas por todos por igual y en gran medida, depende de la interpretación que se dé para lograr sentidos comunes. Adecuándonos a los recursos de los lenguajes, es como logramos determinar visiones particulares del mundo. Nuestra valoración de la realidad y de las cosas entra en contacto con la de otros, y en torno a estas valoraciones es como se logra el fluir de un continuo social como el de la cultura.

Al interactuar con otros nos enfrentamos a procesos continuos de interpretación – traducción y el lenguaje (o los lenguajes) se adecua a nuestros requerimientos comunicacionales en estos procesos con el fin de concentrar, o bien dispersar nuestro mensaje. En este continuo ir y venir de formas artificiales (por ser el lenguaje un medio artificial para comunicarse) se hace precisa la necesidad de la traducción, para lograr la comunicación.

Se comenzará por definir una traducción, para lo cual se tomará la definición de Wolfram, quien la concibe como “(una) *forma específica de comunicación interlingual (que) se refiere a decisiones lingüales, y tiene que orientarse por planteamientos concretos referidos a los dos respectivos idiomas en cuestión*”³⁰. Esta definición es útil al presente trabajo pues se refiere al proceso de interpretación y traducción como un proceso comunicativo. Se basa en decisiones sobre la lengua y apoya la idea de que la construcción de un mensaje a través del método de la traducción es prioritariamente un interconecto de decisiones que el traductor lleva a cabo para poner en común los planteamientos desde un idioma a otro y es la idea a la que nos referiremos en esta investigación, desde la realidad hasta al mensaje presentado por el periodista-traductor.

³⁰ Wilss, Wolfram; La ciencia de la traducción, p.17.

El empleo de la Teoría de la traducción³¹ para este trabajo se apoya en la hipótesis de que los periodistas pueden traducir los mensajes de los medios de comunicación e información como un proceso entre lenguas. La traducción nos habla de la diversidad: si es posible pasar de un idioma a otro, es porque de principio hay varios y los lenguajes de los medios de comunicación son más de uno. Luego, que toda traducción se vuelve un proceso de comunicación toda vez que aspira a poner algo en común y mediante esto lograr un mutuo entendimiento.

También se observa que la organización gramatical tanto de la lengua de salida como la de la lengua meta, nos hablan de modos particulares de reglas, códigos, hábitos y creencias, que son plasmados invariablemente en todo discurso. Esto es muy importante, porque permite dar cuenta de que el traslado de un lenguaje de comunicación a otro no se realiza al azar, sino en base a reglas y a un ordenamiento muy particular, que se enseña en la Licenciatura de comunicación con sus distintos nombres (periodismo, mercadotecnia, publicidad, relaciones públicas, ciencias de la información).

³¹ Roberto Mayoral en la conferencia pronunciada el 11 de abril del 2000 en la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada aseguró que la práctica de la traducción más que una ciencia es considerada una disciplina, una tecnología, pues le concierne el hacer avanzar el estado de un arte (procedimientos, técnicas) y el estudio de esta tecnología deriva en una teoría, no en una ciencia.

La traducción cumple una suerte de copia si se apega a la literatura con rigor; en este punto el traductor es un simple instrumento que decodifica y recodifica. En contraparte, existe la posibilidad de "ambientar" a la lengua meta la idea que se pretendió expresar, aunque no concuerde tácitamente con el original. Para clasificarlas correctamente, George Steiner habla que desde el siglo XVII se admiten tres categorías en que se divide la Teoría de la traducción: 1. traducción literal, 2. reproducción acerca del original, y 3. imitación, recreación, variación o interpretación paralela.

Una lengua además de ser un medio de comunicación, ha servido para algo más que eso: las lenguas están vinculadas a procesos mentales y a la forma en que los miembros de determinada comunidad lingüística perciben la naturaleza, el universo y la sociedad. Expresan y a la vez ayudan a moldear patrones sobre las relaciones sociales, por medio de la transmisión, de generación en generación, de mitos, hábitos y creencias.

Además la lengua y la traducción han sido un instrumento de conquista y poder: Rodolfo Stavenhagen en Los valores humanos de México afirma que cuando Colón llegó a las costas de América, Nebrija (el gramático castellano y consejero de Isabel la Católica en el siglo XV)

publicó su libro '*Gramática Castellana*' y aconsejó a la reina a que utilizara la lengua como un instrumento para el buen gobierno del imperio español. Para Stavenhagen tanto la corona como la iglesia tomaron muy en serio este consejo y el español se transformó gradualmente en uno de los idiomas universales del mundo moderno. Una historia similar se narra como antecedente de los idiomas primero el francés y posteriormente el inglés, pues se comprendió bien el poder de la palabra como instrumento de señorío.

Toda vez que se dominan dos idiomas, se cuenta con códigos extra para conocer la información tanto del idioma de salida como del idioma meta. Esto ayuda ya que se puede corroborar si el traslado se efectuó de manera correcta y no nos están engañando; por lo que el no conocer uno de los dos idiomas nos limita. Wilss asegura que no se sabe desde cuándo la traducción ha interesado al ser humano pero es muy importante su estudio y los problemas de comunicación derivados de la multilingüedad, que se pueden ver reflejados a modo de relato en el ejemplo bíblico de la Torre de Babel³².

³² Cuenta un pasaje de la Biblia que se planeaba construir una torre en la ciudad de Babel para adorar un dios falso, por lo que Dios castigó a los que la construían haciendo que hablaran idiomas diferentes. Al no entenderse entre sí y no poder comunicarse, la construcción de la torre fracasó pues no pudieron ponerse de acuerdo ni organizarse para nada.

Cada grupo social tiene un idioma que le es propio y puede ser tan importante como símbolo de su conciencia y valores; esta variedad se hace notoria si se ve que tan sólo el término "*traducir*" presenta tantas acepciones como matices logran introducir las palabras. Wilss no duda en decir que la historia de la traducción se define por la multitud de acepciones que a lo largo del tiempo ha tomando este concepto, dando el ejemplo del idioma alemán, en el que asegura existen 10 palabras para designarla en sus diferentes grados.

En términos generales el proceso de traducción se considerará igual que Wilss, como el "*proceso de formulación lingual que abarca un amplio espectro de procedimientos (paráfrasis, sustitución, interpretación, reproducción) interlinguales, que va desde la traducción literal (y en su forma extrema la versión interlineal) hasta la libre paráfrasis de un texto en el idioma meta*".³³ Retomando la definición de una traducción como forma de comunicación, el proceso o método se refiere a las decisiones linguales que abarca distintos procedimientos y cuyo objetivo es conjuntar lo que dos idiomas quieren plantear a modo de que sea semejante.

³³ *Ibíd*, p. 32.

La traducción ha tenido en su historia varios problemas por superar:

1. Porque la traducción –y con ello el estilo del traductor- supere o se ponga por encima del autor del texto original.

2. Los problemas de entendimientos derivados de la diferencia entre traducción literal y traducción conforme al sentido.

3. El cuestionamiento de Goethe: ¿La traducción debe someterse al original o el original debe subordinarse a la traducción? Es decir, distinguir si al momento de traducir se está copiando o se está creando un nuevo texto.

4. ¿Cuáles son los criterios del traductor conforme a su auditorio para realizar tal o cual traducción? Cómo se define al auditorio, sus preferencias, sus gustos; esta información sobre el público de la traducción ¿le da derecho al traductor de omitir ideas o frases por considerarlas inadecuadas o de poco interés para el público meta?

Schleiermacher, para aclarar estos puntos, divide la traducción en dos campos: para el mundo de los negocios y para el mundo de las ciencias y el arte. En el primero, lo primordial es la alusión a objetos exactamente definidos (como pesos, medidas), y cualquier ambigüedad

puede equipararse al propósito de engañar, puesto que todos ubican los objetos de referencia. Aquí entra en escena el intérprete, mientras que el traductor, propiamente dicho, no se preocupa por el contenido solamente, sino también por el estilo.

El traductor es visto como aquel actor que extrae el sentido de los textos y lo introduce o reestructura en un nuevo texto. En la Edad Media se habían establecido cuatro funciones distintas del traductor:

1. el scriptor, quien copiaba los libros y no agregaba nada por cuenta propia,
2. el compiler, quien recopilaba de diversas fuentes pero sin agregar nada,
3. el commentator, quien intervenía en el texto sólo para hacerlo inteligible,
4. y el auctor, quien expresaba sus propias ideas, apoyándose en otras autoridades.

Al traductor le corresponde la tarea de descifrar lo que se encuentra en el texto original, para posteriormente verterlo en un texto meta, de ahí que en su producto, en la traducción, aspire a fusionar el idioma origen con el idioma meta, de manera que en la traducción se

conservar el idioma original, pero de una manera que se acerque al receptor, pues éste desconoce todo acerca del idioma origen. Prácticamente como a cada idioma corresponde una visión del mundo, al traducir el traductor juega con esto (con la visión).

La traducibilidad de un texto se mide por su grado de recontextualizabilidad en el idioma meta y se puede hablar de intraducibilidad cuando –aún agotando los recursos del idioma meta- no se logre establecer una equivalencia entre el texto original y el texto meta.

2.1.4. TEORÍA DE LOS CÓDIGOS

Siendo el objeto de estudio de esta investigación elaborar un método mediante el cual el periodista plasma su interpretación y traducción por medio de los diversos códigos de los lenguajes de los medios de comunicación e información, es necesario además de la Teoría de la traducción, desglosar el dominio³⁴ semiótico, puesto que estudia los diferentes alfabetos, los sistemas de escritura, los lenguajes cifrados y los códigos secretos, los lenguajes formalizados, los códigos del gusto, las

³⁴ Eco considera que la semiótica no es una disciplina constituida, debido a la diversidad del campo de estudio que abarca; esto es, los elementos de los que se ocupa y en los que actúa no siguen un orden unificado, de ahí que más que considerarla una teoría se le considere como un dominio.

gramáticas narrativas y textuales. Dentro de esta gama de estudios la que nos interesa identificar es la que se refiere a los lenguajes como sistemas formados por códigos y s-códigos.

Para definir la Semiótica, Umberto Eco retoma definiciones clásicas que han constituido la base para la definición que otros autores quieren elaborar sobre este dominio, señala que “(si) *podemos concebir una ciencia que estudie la vida de los signos en el marco de la vida social, podría formar parte de la psicología social y, por consiguiente, de la psicología en general, nosotros vamos a llamarla semiología*”³⁵.

La semiótica o semiología estudia la *función semiótica*, nombre que da Eco a los signos. Este autor hace referencia a que no existen los signos, sino las funciones semióticas, dado que éstas últimas no son ni entidades físicas ni fijas. Por función semiótica entiende la posibilidad de significar (comunicar) algo a lo que no corresponde un determinado estado real de los hechos.

La función semiótica se realiza mediante la *semiosis*. La semiosis es una acción, una cooperación entre tres sujetos, el signo, el objeto y el

³⁵ Eco, Umberto; Tratado de semiótica general, p. 43.

interpretante; que se realiza de manera tripartita y no puede darse en parejas. La semiosis es lo que permite que la función semiótica adquiera significación.

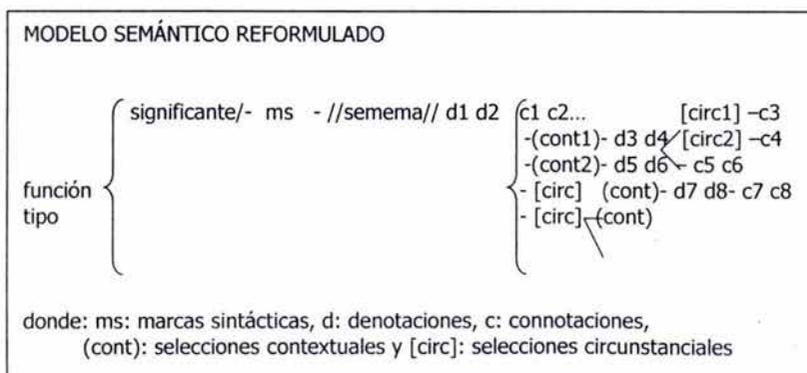
El dominio semiótico es capaz, de acuerdo con Eco, de explicar toda clase de funciones semióticas, desde el punto de vista de sistemas subyacentes relacionados por uno o más códigos³⁶. El código como sistema de signos va a preceder a un sistema de significación, es decir, a partir de un consenso social se establece la correspondencia de los signos con sus referentes; se establece un sistema finito para que sean posibles las combinaciones en un código y así existir una correlación entre el contenido y la expresión de un mensaje.

Eco asegura que las funciones semióticas son posibles gracias a las *unidades culturales*, las cuales son unidades distintas cada una de otras porque así lo ha definido una cultura mediante consenso social y puede ser el equivalente a las comunidades lingüísticas en la Teoría de la traducción.

³⁶ Código definido por Eco: Sistema de significación que reúne entidades presentes y ausentes. El código establece la correspondencia entre lo que representa y lo representado y es válido para cualquier destinatario posible, e incluso aunque no lo haya. El código incluye dentro de sí sistemas o s-códigos, que se componen de un conjunto finito de elementos estructurados en oposiciones y regidos por reglas combinatorias por las que se pueden generar ristas (series) tanto finitas como infinitas.

Cualquier mensaje se forma en relación a lo que estas unidades significan directa e indirectamente, significado que se establece por oposición entre ellas mismas y en relación a las nociones que el *interpretante* tiene de acuerdo a su cultura. El interpretante es visto por Eco como lo que garantiza la validez del signo, aún en ausencia del intérprete; esto es, es otra representación referida al mismo objeto, por lo que al interpretar se llevan a cabo semiosis ilimitadas.

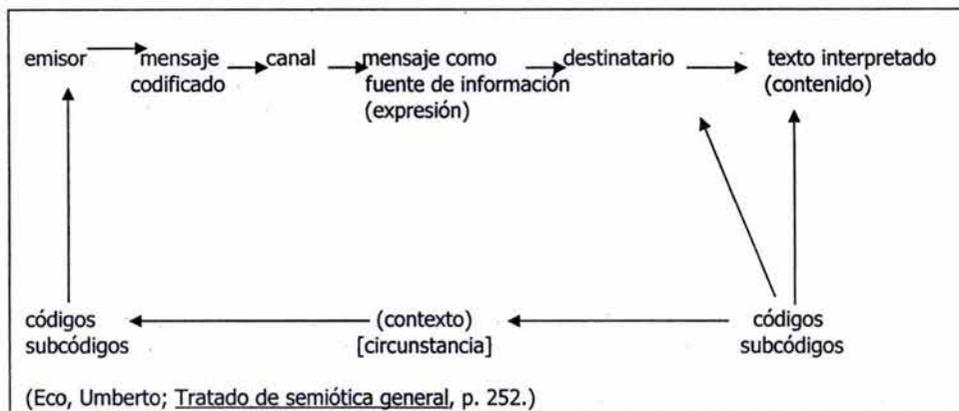
Los campos semánticos dan forma a las unidades de una cultura determinada y constituyen la forma en que ésta organiza o tiene una visión del mundo determinada, lo cual asegura Eco está en constante cambio. Más adelante recurre al *Modelo Semántico Reformulado*, más complejo que los modelos KF (Katz y Fodor) y Q (Quiliam) y de la siguiente estructura:



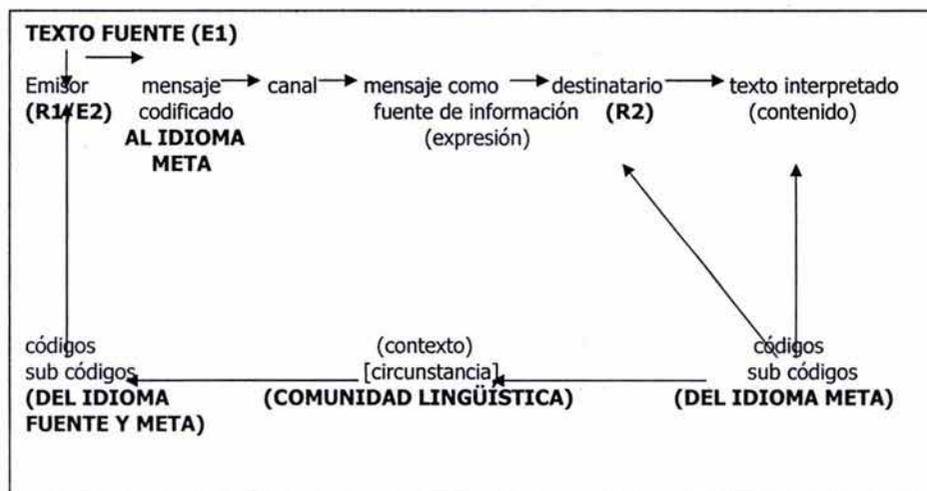
La explicación de este modelo es que el sentido de un signo se concreta como una elección binaria que el destinatario de la frase realiza entre las diferentes ramificaciones componenciales posibles de los lexemas, o bien, que realiza una determinada lectura (como elección de una trayectoria) para concretar el significado de los signos que ha recibido y con ello del mensaje.

2.1.5. TRADUCCIÓN Y TEORÍA DE LOS CÓDIGOS

Umberto Eco con su Teoría de los códigos realiza una aportación fundamental para la mediación entre realidad y pensamiento cristalizada gracias al lenguaje. Los modelos KF y Q y el MSR o Modelo Semántico Reformulado son importantes pues establecen y demuestran que en torno a todo mensaje se eligen recorridos de lecturas. La importancia del código radica en que brinda las correspondencias para esclarecer los mensajes. El modelo que da supremacía a los códigos y subcódigos, elaborado por Eco, es el siguiente:



En el que el mensaje es el resultado de decisiones que con respecto al código se van tomando. A continuación se integrará el modelo empleado en la traducción quedando el siguiente esquema:



Lo que se propone en torno a esta unión de los esquemas de la Teoría de los códigos y el de la Teoría de la traducción se basa en lo siguiente:

- El texto fuente es susceptible a ser variable, puesto que el proceso de interpretación no es sólo con respecto a escritos. En este sentido, la realidad misma nos es fuente de información que ha de ser interpretada, de ahí la importancia de reconocer la realidad como un “todo” en el que se incluyen simultáneamente los elementos reales, imaginarios, simbólicos y demás opciones. La realidad como texto fuente es el emisor inicial **E1** que debe ser interpretado por el traductor **R1/E2** para ponerlo en común con otros **R2**.
- El traductor, en el cuadro como emisor, es receptor inicial **R1** de este texto-realidad que primero apropia, lo comprende y posteriormente para comunicarlo a otros elabora mensajes codificando en un lenguaje que comparte con su destinatario (en el que ambos comparten el código meta) y se vuelve emisor **E2** de un “nuevo” mensaje, puesto que aunque toma de la realidad elementos para codificar su mensaje, éste ya codificado no es el mismo que como originalmente se exteriorizó ante el traductor como emisor inicial.

- El destinatario o receptor final **R2** decodifica el mensaje en el único lenguaje que conoce, que es el idioma meta y si contesta (directa o indirectamente) se vuelve al lugar del traductor, pues ha interpretado la realidad que le ha sido mostrada y ha tenido que codificar un nuevo mensaje a partir del que recibió. En este punto hay que aclarar que es posible que este proceso se lleve a cabo en una sola lengua o en varias distintas a la vez.

- Contexto y circunstancia se vuelven factores que posibilitan o limitan las clases de recorridos de lectura en relación a las unidades tratadas en el mensaje, y en gran medida, la acepción de ambas para lograr la comunicación efectiva, depende de unidades culturales compartidas por comunidades lingüísticas (o universos de discurso similares) que comparten **R1/E2** y **R2**.

- Pensemos en el código como la clave para traducir y con ello entender y darnos a entender, para comunicarnos por darnos las correspondencias entre los signos y sus significantes. En base a códigos comunes es como podemos concretar el flujo del esquema, puesto que de faltar, no existe decodificación y la comunicación se interrumpe.

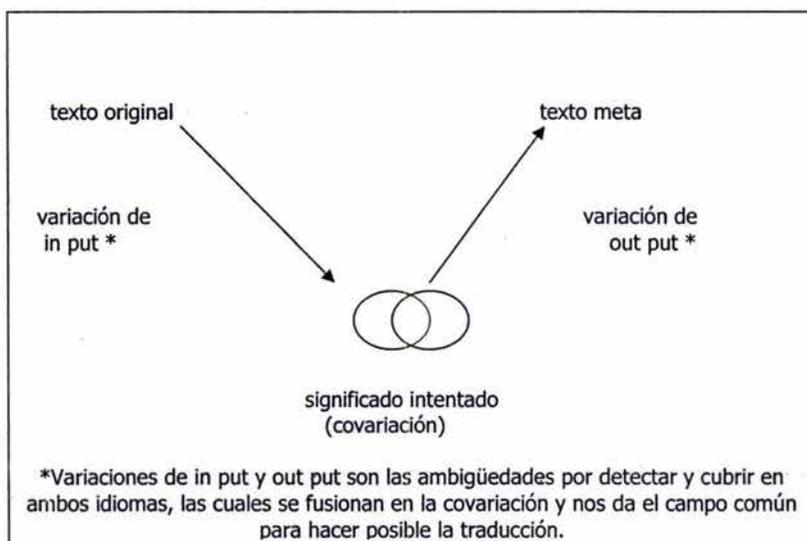
- En el lenguaje como en los juegos de cartas, cada juego (o combinaciones mediante el código) es un conjunto ordenado y reglado que describe un mundo posible, estudiable como un texto y fijado por relaciones entre signos y significados. Todo texto se vuelve traducible continuamente, expresión corporal, rostros por sentimientos, música como texto, moda, cine. Juan Beneyto lo hace extensivo a la nomenclatura urbana, himnos nacionales, del teatro al cine y TV. y del libro a la prensa.

- De igual modo que para el traductor en la traducción, el método frecuentemente depende del tipo de texto, el auditorio y el tema; por lo que también, como proceso social, no es tajantemente correcto un método que otro, sino que lo esencial es que comunique “eso” que se pretendió inicialmente y de acuerdo al público objetivo, para ser “correcto”.

2.2. EL MÉTODO DEL TRADUCTOR

Wilss Wolfram asegura que el método a seguir por un traductor aún no está estrictamente establecido debido a la juventud teórico-metodológica de esta ciencia en su aspecto lingüístico-semiótico, por lo mismo, hace hincapié en que el método a seguir depende y es adaptable al texto por traducir. De un solo texto puede haber tantas versiones como traductores a su cargo, y todas serán igualmente válidas siempre que se acerquen al significado-intención del idioma original.

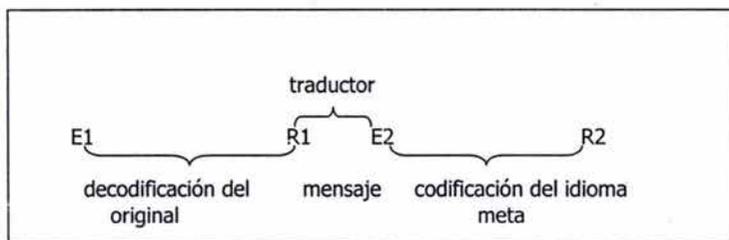
El método más usual, según este autor, inicia con un texto original, que el traductor debe comprender como receptor y posteriormente lo llevará a un idioma meta; esto puede ser de manera retrospectiva (más literal o acercado al idioma original) o prospectiva (orientado al idioma meta). Gráficamente el método adquiere la siguiente forma:



El modelo lengua fuente—lengua receptora empleado en la Teoría de la traducción equivaldría al modelo emisor—receptor de la Ciencia de la comunicación, dado que en ambos esquemas existe “en medio” una operación de desciframiento, de codificación y decodificación.

El modelo de la Ciencia de la comunicación no se transcribió debido a que la equiparación podría explicarse de la siguiente manera: como proceso comunicativo, se entiende que hay un emisor (**E1**) que produce un mensaje (**M**) formulado en su idioma original; éste le llega a un traductor, quien lo analiza y comprende primero como receptor (**R1**). Esta misma persona se vuelve a su vez emisor (**E2**) de la transcodificación

para hacerla accesible (o decodificable) a un receptor (**R2**) que sólo comprende el idioma meta. En esquema lo vemos de la siguiente manera:



El traductor representa un sistema integrado de emisor y receptor que facilita el tendido de un puente lingual entre miembros de comunidades heterolingüales. Para Steiner no hace falta que este proceso se lleve a cabo entre lenguas distintas ya que al ser los otros "extranjeros" de nuestros procesos de codificación, igual necesitan decodificar y recodificar la información que han recibido. Como sistema integrado, al estudiar la traducción se toma en cuenta tanto el proceso (de decodificación) como los resultados (la recodificación).

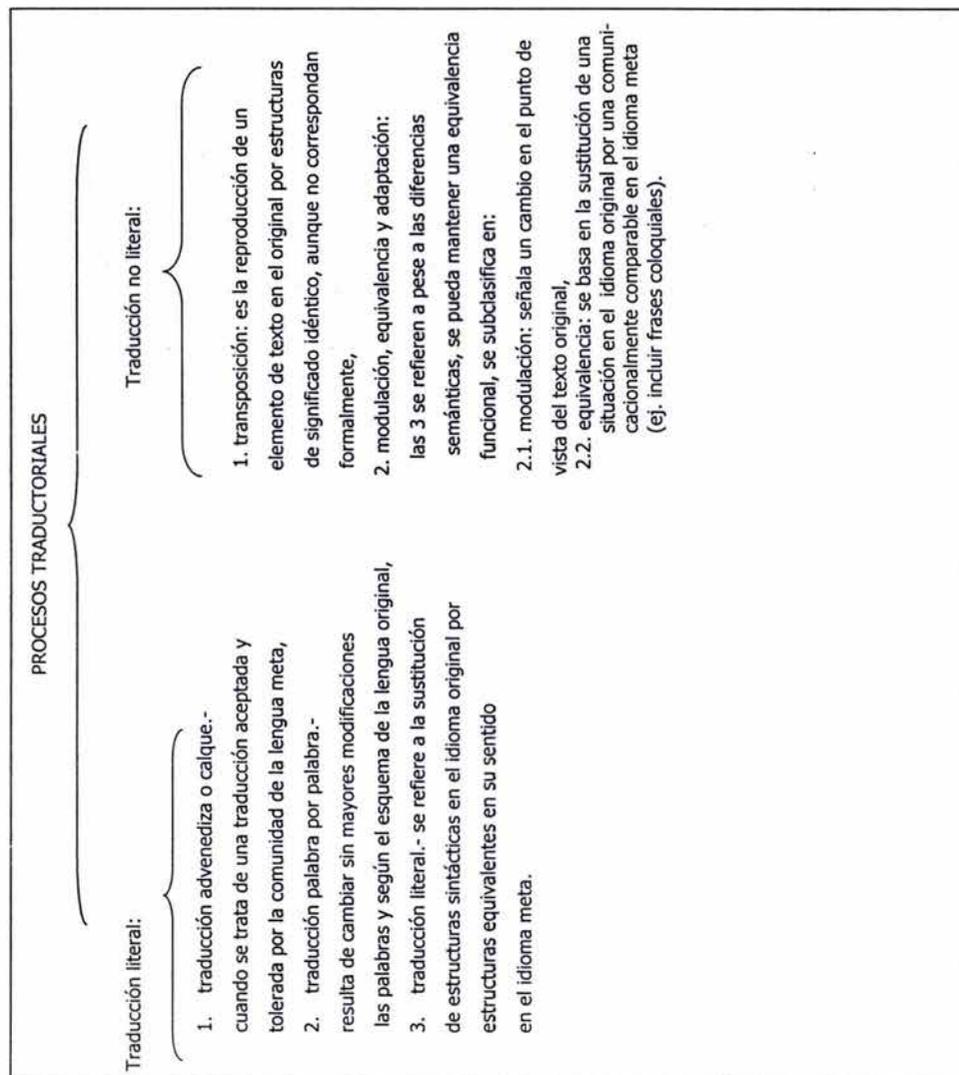
El traductor es raro que se encuentre ante traducciones ideales donde la correspondencia sea exacta, por lo mismo debe tomar decisiones en el proceso de traducción de hacer concordar series del inventario lingual A (lengua origen) por series del inventario lingual Z

(lengua meta), que serán más difíciles cuanto más complejo sea el texto por traducir estilística, semántica, psico y sociológicamente hablando.

La relación emisor-receptor se vuelven ejes para la referencia traslaticia, al que se coordinan funcionalmente las componentes sintácticas y lexicales del texto. "*Translating consists in reproducing in the receptor lenguaje the closest natural equivalent of the source lenguaje message, first in terms of meaning, and secondly in terms of style*"³⁷; de ello que las dos ciencias básicas para la ciencia de la traducción sean la semántica y la estilística.

Este autor asegura que en toda traducción hay un mínimo de interpretación, aunque a veces hay situaciones en que se debe traducir literalmente, pues no hay otra alternativa; pero entre la traducción literal y la libre distingue una serie de variantes:

³⁷ "*La traducción consiste en reproducir en el receptor final del texto, la equivalencia más cercana y natural del mensaje original, primero en términos de significado y secundariamente en términos de estilo*" Nida, Eugene *citpos* Wilss, Wolfram; La ciencia de la traducción p. 83.



Donde lo primero que decide el traductor es la clase de reproducción hará en base a este inventario, considerando:

1. el tipo de texto por traducirse (tema, registro: coloquial, técnico, científico, quién es el autor, cuándo y dónde fue escrito)

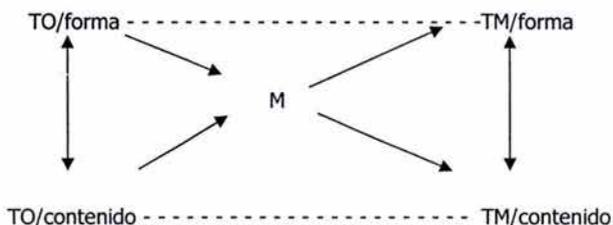
2. de la manera en que está estilísticamente marcado el texto fuente,
3. el círculo de destinatarios
4. el grado de comprensibilidad del texto fuente
5. la capacidad de variación estilística individual (del traductor),
6. en ocasión, al traductor le es necesaria información que no se refleja en el texto origen, pero es esencial para colocar la traducción en un ambiente adecuado.

Anna María Ibern desarrolla un método concreto en su Manual de Traducción y advierte que el traductor puede enfrentar ciertos problemas al momento de comprensión del texto, o al redactar a la lengua meta derivado de traducir un código lingüístico y cultura diferente. En cuanto al método, lo marca como el siguiente:

- a) En la primera fase el traductor es similar a un lector, debido a que se enfrenta a un texto cuyo significado debe desentrañar para sí. La confianza del traductor se centra en un mundo simbólico constituido de relaciones en las que "esto" equivale a "aquello". La comprensión implica romper el código fuente, descifrarlo, por lo que el traductor comienza por descifrar el texto original macro y micro textualmente. Dada su condición dual, también descifra el estilo.

b) Su papel comienza a ser diferente cuando tiene que verter a otra lengua lo que ha leído, procurando provocar los mismos efectos a los lectores de otra comunidad lingüística. Ante todo, al poner manos a la obra, el traductor debe apostar a la coherencia y una vez que ha extraído "*la cosa allí*" del texto fuente, debe llevarlo al texto meta, que completa con las ambigüedades de las que dispone. Esto es, pasa los elementos del idioma original al idioma meta en base a una correspondencia que puede ser *uno por uno* o *no-uno por uno*³⁸.

La correlación contenido-estilo se representa del siguiente modo:



Donde: TO.- texto original, TM.- texto meta, M.- mensaje

Que representa el ideal teórico de hacer corresponder y lograr el equilibrio entre el idioma original y el idioma meta. Como son cuatro

³⁸ Correspondencia de *uno por uno* y *no-uno por uno*. Una palabra puede significar únicamente una cosa, o bien dada la pluralidad de los significados en las palabras de una lengua, una palabra puede significar varias cosas, o viceversa, varias palabras significar lo mismo. El traductor puede emplear sinónimos para realizar su nuevo escrito y no afecta a la traducción.

factores por corresponder, las variaciones en cuanto a la traducción dependerán según el espectro al que se recarguen: estilo sobre contenido, idioma original sobre idioma meta y viceversa.

De este modo se llegan a los tres niveles a los que se puede aspirar en una traducción, según Kade, y son iguales a las categorías de Steiner:

1. *sustitución*: realización de la traducción a base de la relación de signo a signo. La sustitución, se realiza en la equivalencia de uno por uno, la cual sirve cuando por ejemplo se trata de un texto científico y lo más importante son los datos;
2. *interpretación*: en base a la relación signo-significado, incluye tanto la equivalencia (sustitución) como la adaptación (paráfrasis); y
3. *paráfrasis*: en base a la relación con signo-significado denotativo.

Kade señala que como formas puras raramente se encuentran y por lo general se traslapan mutuamente. Otra opción es lo que Ibern llama la "*tercera lengua*", cuando se hace una interpretación libre para darle un mejor sentido a lo traducido (por ejemplo incluir frases locales, refranes).

2.2.1. MODELOS DE APOYO AL MÉTODO DEL TRADUCTOR

Contextualismo Este modelo útil para la traducción como refuerzo, proviene de Gran Bretaña y se nutre de la semántica generativa y la semántica estructural, que estudian las relaciones recíprocas de factores lingüísticos (situación texto-interna) y externos (contexto). Tanto unos como otros se modifican y modifican hechos y situación en una comunidad lingüística. El traductor de acuerdo al contexto se adecua al sentido y de cierto modo, tener presente el contexto es indiscutible para la ciencia de la traducción.

Semántica Generativa En este modelo la sintaxis adquiere una función interpretativa y aboga a que la esencia del lenguaje es una construcción que es comprensible por encima de todo. Su objetivo es determinar "*el proceso de traducción como una forma de realización en el idioma meta, de lo intentado en el idioma original, lo más detalladamente posible*"³⁹

Estilística En este punto lo importante es la "desaparición" de la persona del traductor para que el receptor meta (**R2**) sienta como si

³⁹ *Ibíd*, p. 87.

estuviera leyendo el modelo original como una obra de teatro: se sabe que es una situación ficticia, pero se exige que parezca real. En la traducción el lector meta sabe que no está leyendo el original, pero exige que se conserve en la traducción la calidad del original.

2.2.2. DIFICULTADES PARA EL MÉTODO DEL TRADUCTOR

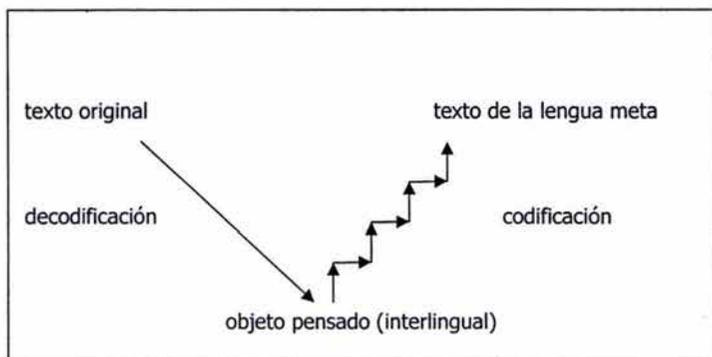
Como método abierto y enfocado a casos particulares, el traductor encuentra dificultades en sus mismos textos por traducir, ya sea por cubrir el contenido, ya sea por lograr el estilo, e incluso si llega a superarlo porque básicamente el método de la traducción debe adaptarse en cada nueva situación.

La equivalencia traductorial viene degradándose por varias causas:

1. por una ambivalencia ya sea intencional o no voluntaria en el texto original,
2. por causas específicas del traductor (grado de afinidad al texto, su pertenencia a determinado grupo social, comunidad lingüística, valores, etc.)
3. la multivalencia y

4. la importancia del receptor para que sea una traducción exitosa (si va dirigida a niños, amas de casa, etc.).

Para reducir los problemas transferenciales de la traducción, Voegelin propone que desde el texto original hasta el texto meta hay que dar acercamientos sucesivos, que de forma esquemática se verían de la siguiente manera:



Que muestra la evolución del modelo de covariación tratado anteriormente y muestra acercamientos sucesivos por los que se tratará de encontrar la mayor equivalencia posible entre el texto original y el texto meta, presuponiendo que al recibirlo como receptor final se entienda el contenido y estilo del texto fuente.

La mala traducción emanará entonces no tanto de las variaciones existentes entre el idioma original y meta en cuanto a formas y palabras

o signos, sino en que el receptor final (**R2**) no logre entender la intención del emisor inicial (**E1**), debido a una mala construcción o a una mala equivalencia, que además con todos los obstáculos posibles, recae la "culpa" en la persona del traductor.

¿Por qué en él? Porque es él quien elabora un esfuerzo original, hermenéutico, estilístico y pragmático por encima de otros traductores (por ejemplo las máquinas que elaboran traducciones mecánicas muchas veces confusas) y mediante las combinaciones entre las equivalencias entre los signos de los idiomas original y meta, pone enfrente a un receptor la información de un emisor, se pone como vínculo entre ellos, como medio para lograr que se dé la comunicación.

Si en cambio realiza una buena traducción, se puede decir que ante la pregunta ¿Es correcta la traducción? Nida, Ibern y Wilss concuerdan en que esta pregunta se debe responder con otra: "¿para quién?", puesto que *"correctness must be determined by the extent to which the average reader for whom the translation is intended will be likely to understand it correctly"*⁴⁰.

⁴⁰ "la corrección debe ser determinada por el alcance de comprensión logrado en el lector objetivo para quien la traducción es realizada del modo que sea más probable que la entienda correctamente" *Ibíd.*, p. 135.

Estos autores no exigen una correspondencia uno por uno, puesto que las unidades en los distintos idiomas, original y meta, respectivamente, no deben ser idénticos, pero se puede reconocer una buena traducción por tanto mejor más características situacionales puede reproducir en el idioma meta: *“solo reproducirá de verdad aquél traductor que logre hacer hablar al tema que el texto le muestra”*⁴¹. Este carácter nos da la pauta para considerar al público como esencial en la confección de mensajes, ya que si pretendemos que adopten el mensaje, debemos elaborarlo de la manera en que sea mejor recibido.

En cuanto a la objetividad de una traducción, Wilss e Ibern encuentran que mientras reproduzca el contenido de la comunicación correctamente, la formulación en el idioma meta puede presentarse indistintamente en forma literal o libre (aunque no sea frecuente encontrar formas puras), a condición de garantizar el entendimiento óptimo entre el emisor (**E1**) y el receptor (**R2**) sobre un hecho comunicado.

⁴¹ Gadamer; *El lenguaje como medio de la experiencia hermenéutica*, p. 183.

CAPÍTULO TRES: PERIODISTA - TRADUCTOR

"- ¿Qué quieres comprar? – dijo finalmente la Oveja cesando de tejer durante un momento y mirándola.

-Todavía no lo sé- respondió Alicia con cortesía – Primero, si puedo, quisiera ver todo lo que está a mi alrededor.

-Puedes mirar frente a ti, y a ambos lados, si quieres; -dijo la Oveja- pero no puedes mirar completamente a tu alrededor.

...

-¿Hay muchos cangrejos aquí? – preguntó Alicia

-Cangrejos y toda clase de cosas- dijo la Oveja – Mucho de dónde escoger; lo único que tienes que hacer es decidirte. Veamos ¿qué quieres comprar?"

3. PERIODISTA-TRADUCTOR

3.1. EL TRADUCTOR Y EL PERIODISTA

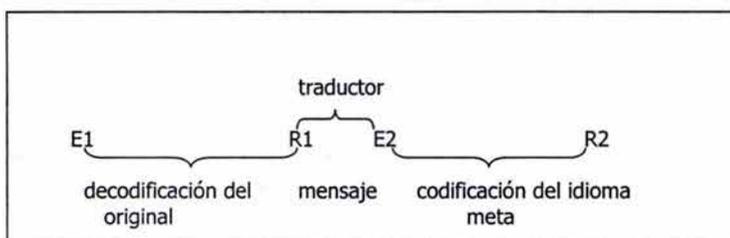
A continuación se proseguirá con el núcleo de este trabajo, a elaborar a partir de la equiparación entre la tarea de un periodista con la tarea de un traductor, el método de interpretación y traducción que presuntamente lleva a cabo el periodista- traductor (sin importar el medio que elija), al momento de interpretar la información de la realidad sobre la que debe dar cuenta y posteriormente al reestructurarla para difundirla a sus distintos públicos, eligiendo de los códigos de los lenguajes de los medios de comunicación e información, una combinación que contenga segmentos de la información cubierta, más las convenciones sociales del público al que van dirigidos.

Wills Wolfram asegura que un método estrictamente establecido no hay para el traductor, por lo que el método a seguir dependerá muchas veces y será adaptable al texto por traducir y al público objetivo; de modo que de un solo texto podrá haber tantas opciones como traductores a cargo y todas serán igualmente válidas siempre que se acerquen al significado intentado por transmitir en el idioma meta por el emisor inicial.

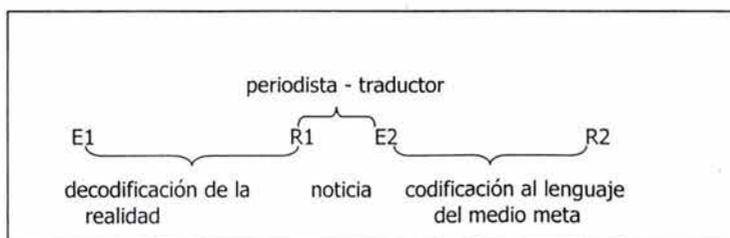
Equiparando con el periodismo, el modelo lengua fuente—lengua receptora empleado en la Teoría de la traducción equivaldría al modelo emisor—receptor de la Teoría de la comunicación, dado que en ambos esquemas existe “en medio” una operación de desciframiento, de codificación y de decodificación. Esto es: el traductor comienza con un texto original, que primero debe comprender como receptor y posteriormente llevarlo al idioma meta; de manera retrospectiva (más literal o acercado al idioma original) o bien de manera prospectiva (orientado al idioma meta).

Para el periodista el texto original es la realidad que debe cubrir, debe comprenderla y posteriormente convertirla al idioma meta que es de acuerdo a las consideraciones del lenguaje del medio de comunicación en el que labora, haciéndolo ya sea de manera retrospectiva (con apegado rigor a presentar las opciones de la realidad cubierta) o prospectiva (recargado en la manipulación de las opciones del lenguaje del medio para ofrecer una noticia más allá de la simple enunciación de registro mecánico). Y de igual modo se encuentra frente a la dificultad entre si el producto final deberá estar recargado hacia el contenido o bien hacia el estilo.

En la traducción el traductor representa un sistema integrado de emisor y receptor que facilita el tendido de un puente lingual entre miembros de comunidades heterolinguales. Al traductor le atañe la tarea de correlacionar las intensiones del emisor y las del receptor, tomando en cuenta todas las informaciones disponibles sobre el texto original por traducir, las condiciones de su origen y las perspectivas funcionales de su objetivo.



De igual manera el periodista se vuelve el puente entre la información que ha cubierto y la que se difundirá en el medio en que labora, el modelo del periodista-traductor se vuelve similar al del traductor:



El periodista como emisor debe conciliar las intenciones del emisor inicial (la realidad como emisora inicial, con toda su complejidad, actores sociales y las instituciones) y las del receptor (los públicos, que bien pueden ser grupos de personas u otras instituciones), tomando en cuenta, igualmente el contexto y los objetivos para con la difusión que hará de sus informaciones.

El periodista al igual que el traductor, se vuelve un sistema integrado de receptor de la realidad social y de emisor al momento de convertir los hechos que ha presenciado como noticia periodística. Como receptor o intérprete inicial de la realidad social como texto fuente, el periodista tiene que percibirla y comprenderla desde el punto de vista de esta profesión (valores del periodismo, las interrogantes que debe resolver, factores de la noticia); para en su posterior papel de traductor transmita a los distintos públicos los alcances de esa realidad social que le tocó cubrir. En este último punto lleva a cabo su traducción de manera física y entra al proceso organizativo-laboral del medio para que finalmente sea difundida a nivel masivo.

El método de la traducción, según Anna María Rosell Ibern, en su Manual de traducción se basa en dos etapas y deben tomarse en cuentas ciertas consideraciones:

1. Al traducir no únicamente se descifra lo que dice la letra en el sentido estricto. El traductor debe ser consciente de otras cosas, por ejemplo quién es el autor, cuándo y dónde fue escrito, intención, a quién va dirigido, tema, tipo de léxico, estilo, registro: coloquial, científico, técnico, etc.
2. En ocasión, el traductor le es necesaria información que no refleja en el texto de partida, pero es esencial para colocar la traducción en un ambiente adecuado.
3. Hay que tener buen dominio de la lengua original y manejarse con maestría en la lengua terminal, ya que el traductor debe tomar decisiones sobre las equivalencias, y saberlas verter.
4. Puede haber fuentes de interferencia: 1) al momento de la comprensión, como producto del malentendido, 2) al redactar a otra lengua y 3) lo que genera al traducir un código lingüístico y cultura diferente.
5. El proceso es el siguiente:
 - a) En la primera etapa, el traductor es similar a un lector, debido a que se enfrenta a un texto cuyo significado tiene que desentrañar para sí.

b) En la segunda etapa su papel comienza a ser diferente cuando tiene que verter a otra lengua lo que ha leído, con los mismos efectos para los lectores de otra comunidad lingüística.

6. Se puede llegar a la tercera lengua, que es cuando se hace una interpretación para darle mejor sentido a lo traducido (refranes, consideraciones locales, etc.).

Esta autora subraya que el ver la realidad de modos distintos es algo corriente, lo que no es el hecho de que no siempre está en nuestras manos elegir el ángulo desde el cual se contempla. Por lo mismo, advierte que no existe una única buena traducción y esa versión y no otra, dependerá en gran medida del tipo de texto, el objetivo que persigue y su público meta.

3.2. EL MÉTODO DEL PERIODISTA- TRADUCTOR

A continuación se expone lo que se propone sea el método, como *“sistema ordenado de medios para proceder según ciertos principios o*

*técnicas*⁴²⁾ que debe seguir el periodista-traductor en el tratamiento de la información, es decir, su proceso de interpretación y traducción.

Esta propuesta se plantea de manera general, por lo que no se hará distinción en torno a las herramientas técnicas que posea el periodista. Segundo: pretende abordar el aspecto informativo. Tercero: refiere al proceso personal antes de entrar a la dinámica del medio de difusión. Y cuarto: lo importante de un método es su cumplimiento secuencial.

**a) 1^{ra}. ETAPA: EL PERIODISTA - TRADUCTOR COMO
LECTOR
DE UNA REALIDAD SOCIAL COMO TEXTO FUENTE.**

Investigación Preliminar

1. EL TEXTO FUENTE: LA REALIDAD

- El punto de inicio es un periodista - traductor debe investigar una información. Se parte de la situación en que hay una realidad que requiere ser develada.
- No es una realidad general, sino una realidad social que por su relevancia tiene interés para la comunidad y en la que la repercusión del suceso va emparentada a la importancia del hecho.

⁴² Blanco, Lorenzo; El planeamiento en Relaciones Públicas, p. 25.

La realidad como texto-fuente y el suceso como información de salida.

2. PREPARACIÓN DEL PERIODISTA- TRADUCTOR

- La preparación del periodista – traductor corresponde a la fase en que reúne el material con que registrará los argumentos que avalen su investigación, tales como cámara de video, grabadora, micrófonos, pilas o baterías, libreta de apuntes.

- Dentro de la preparación también se incluye la consulta de datos que le permitan tener un panorama sobre las características del tema, los antecedentes, la manera en que se ha desarrollado hasta el momento, entrevistas anteriores o a otros personajes sobre el mismo tema y en sí todo lo que le sirva de antecedente para documentar su investigación.

3. INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL Y DE CAMPO

- Para recabar la información, el periodista - traductor hace uso de las técnicas y métodos de investigación, que determina de acuerdo a lo que busca del hecho, o bien por el medio de comunicación en que labore: si trabaja en una estación de radio no buscará imágenes, o aunque las obtenga no le sirven; en cambio debe procurar

entrevistas grabadas, varios puntos de vista o el ambiente general que se viva durante el suceso.

- Algunos de los métodos que puede emplear el periodista - traductor se encuentran:

MÉTODO:	BUSCA ENCONTRAR:
OBSERVACIÓN	LENG. NO VERBAL, ACTITUDES, ACCIONES
ENTREVISTA	DECISIONES, PERCEPCIÓN, DECLARACIONES
INVESTIGACIÓN DOCUMENTAL	ARGUMENTOS, ESPECIALIZACIÓN EN DATOS
ENCUESTA (CUAL/CUANTITATIVA)	PROBABILIDAD, REPRESENTACIÓN
GRUPO FOCAL	REPRESENTACIONES INDIVIDUALES
GRUPO DE DISCUSIÓN	POSICIONES
ANÁLISIS DE CONTENIDO	TENDENCIAS
HISTORIA DE VIDA	TRAYECTORIA, REPRESENTACIONES PERS.
ETNOGRAFÍA	CONSUMO CULTURAL
ETNOMETOLOGÍA	CONSUMO CULTURAL COTIDIANO
TEST PROYECTIVOS	ASOCIACIONES

Cada método se decide en gran medida a partir de los objetivos concretos que se persigan: si se quieren obtener datos para una campaña se recurre al grupo focal y para evaluarla una encuesta. Si es entrevista se puede combinar con observación y análisis de contenido.

Diagnóstico de la situación

4. LA INTERPRETACIÓN O DECODIFICACIÓN:

- Ante la realidad social como emisora inicial (**E1**) el periodista - traductor se vuelve el receptor inicial (**R1**), ya que debe desentrañarla para sí de acuerdo con su experiencia y cantidad o calidad de la información que ha logrado recabar, además del medio técnico del que dispone para difundir su mensaje.

- El periodista ante el hecho: para el traductor el primer paso es darle un vistazo general al texto, encontrar los puntos clave y tener una noción preliminar del contenido. El periodista-traductor al cubrir su fuente debe centrar su atención en resolver las preguntas que se requiere contestar para obtener los datos de una noticia completa: quién hace qué, cuándo, dónde, cómo, porqué y para qué. La primer filtración existe, al igual que para el traductor, al momento de cubrir el suceso debido a que otra información relevante puede escapársele por estar concentrado en resolver las incógnitas del periodismo.

- El periodista – traductor como mediador de opiniones diversas, debe buscar a alguien más dentro de la escena que complete los puntos de vista expuestos por el informador oficial de la fuente. Es decir, buscar personas involucradas de manera directa o indirecta con el tema o bien, que repercuta en ellos en algún sentido, para

que den mayores explicaciones o su opinión de manera informal. Puede tratarse de especialistas independientes al suceso que den su opinión crítica, testigos, consumidores.

- La experiencia y frecuencia con que le sea asignada una misma fuente de información (institución, tipo de tema) puede ayudarle a encontrar algo más de lo que presenta el hecho, formular cuestionamientos más complejos, comprender el sentido de la información que le ha tocado cubrir. En este punto es bueno reconocer que un periodista -traductor novel se encuentra en mayor desventaja y su noticia se manejará en base a un contenido diferente que la de un periodista - traductor experimentado.

- Para nutrir esta reflexión el periodista - traductor debe confrontar o complementar la información que tiene con la averiguación de otras fuentes (entrevistas, documentos, imágenes, grabaciones). Consultar otros textos fuente (como el diccionario para el traductor) que le ayuden a 'aclarar' determinada encrucijada. De esta manera a medida de mayores o mejores datos, irá pensando en el esquema de presentación de su noticia, de acuerdo a la idea principal, su objetivo y su público.

- Además de esto, debe tomar en cuenta el medio del que dispone: documentos-prueba, documentos de apoyo que no necesariamente deben ser presentados pero que avalan su argumento, entrevistas

grabadas, imágenes, testigos clave. También repercute el espacio y tiempo que dispone en el medio para plasmar su trabajo.

Hasta aquí puede verse que de acuerdo con la Teoría del prisma, el periodista - traductor ha obtenido información de varias direcciones que a continuación le corresponde analizar.

Decisión sobre el tipo de mensaje

- El periodista- traductor debe analizar la información que obtuvo, elaborar notas, impresiones personales, dudas, preguntas de investigación que puedan servirle para complementar el tema. La actitud o actitudes que tome el periodista - traductor con respecto a los hechos y el tipo de reportero de que se trate (analista, adversario, difusor); lo cual es un punto que influye para la recepción activa o pasiva del acontecimiento e incluso para el tipo de mensaje que elaborará al respecto.

Fijación de objetivos

- El periodista - traductor debe decidir el tipo de mensaje que va a estructurar (como el traductor que decide el tipo de traducción que elaborará, con base a las distintas graduaciones de las que dispone), de acuerdo a ciertos objetivos: informar, motivar, entretener, enseñar, alertar, analizar, persuadir. No debe olvidar que los

objetivos se fijan dependiendo del tipo de producto comunicativo que elaborará, el estilo del medio de comunicación que lo difundirá y el tipo de público al que va dirigido.

- La determinación de objetivos se divide en generales y particulares, debe elaborarse de manera clara y definida. Los objetivos dan la razón de ser de la noticia, pues establecen los parámetros en que se rigen las acciones a seguir.

Selección de públicos

- A continuación el periodista - traductor de acuerdo a su objetivo, debe plantearse los siguientes cuestionamientos:

a) *¿Cuál es el tipo de público al que quiere llegar?* Generalmente los medios de información establecen un perfil de usuario, según factores demográficos como sexo, nivel de estudios, nivel de ingresos. El periodista - traductor debe retomar este perfil para conocer más a su público. En caso de que sea otro tipo de público o no esté establecido en el medio de información, debe establecer a quién dirigirá la información que difunde.

b) *¿Qué es lo que buscan los públicos y qué les está dando el comunicado?* Los públicos quieren información, pero hay que

resaltar el punto de interés en contextos más amplios que el interés del público.

c) *¿Qué proporciona el comunicado: información importante o simplemente otra oferta?* En este aspecto se toma en cuenta el interés de los públicos; sus gustos, preferencias, para que conciban la información como algo que les afecta directamente.

d) *¿Cuál es el apoyo o justificación para la información del comunicado?* El factor social o de bienestar común inherente a todo producto periodístico que avala la naturaleza de una cobertura.

e) *¿Cuál es el tono del comunicado?* Crítico, concientizador, neutral, que puede determinarse en relación al tipo de periodista - traductor de que se trate.

f) *¿Es consciente de posibles temas que debe evitar?* En cuanto a los temas que generan polémica, el periodista - traductor debe ser consciente si es eso lo que desea, o bien puede evitarlo.

Al concluir estas fases, el periodista-traductor ha sido receptor-lector de un texto fuente- realidad.

b) 2da. ETAPA: EL PERIODISTA - TRADUCTOR COMO ESCRITOR DE UNA NOTICIA EN TEXTO META

Determinación de acciones y medios

5. EL MENSAJE COMO FUENTE DE INFORMACIÓN

- En la segunda etapa el periodista al igual que un traductor, debe plasmar o traspasar la información a la lengua meta es decir, la del medio de comunicación e información en que labora, donde se volverá al papel de emisor (**E2**). Pero antes de llevarlo a cabo de manera concreta tiene que pensar en el sentido de la información que recibió, identificar los actores sociales del acontecimiento y su posición en el fenómeno analizado.

6. LA TRADUCCIÓN: CODIFICACIÓN AL LENGUAJE DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN E INFORMACIÓN

- Trasladarlo al medio físico equivale a escribir en lengua meta la interpretación del suceso. El periodista - traductor debe seleccionar un modelo de presentación, que se refiere al tipo de traducción que realizará: libre o literal, recargado hacia el contenido o al estilo y tomando en cuenta los distintos grados de que dispone la traducción: paráfrasis, sustitución (letra por letra, idea por idea), interpretación paralela, imitación, recreación, tercera lengua y demás descritas.

- Según el modelo elegido, el periodista -traductor define:

1. Cuál es la situación, las características de los actores o instituciones, el análisis de sus acciones en relación a acciones pasadas o modo particular de conducirse, se cuenta con respuesta a todas las preguntas del periodismo (quién, qué hace, cómo, dónde, por qué, para qué, cuándo).

2. Cuáles son los elementos de que dispone efectivamente para darle coherencia y secuencia al mensaje, así como el grado de veracidad de sus datos y fuentes.

3. Quién es su público y qué espera al proporcionarle esa información, qué objetivo persigue con respecto a él: entretenerlo, informarlo, alertarlo, concientizarlo. Aunado a esto ¿qué le gusta a su público, la información que tiene la puede adecuar al gusto del público? La correcta determinación de los gustos, ideología, cultura y costumbres del público facilita que el producto-noticia sea consumido con mayor interés y atención.

- De acuerdo a estas consideraciones realizará un producto comunicativo, es decir, una noticia. Llevará a cabo una traducción que se verá plasmada mediante los lenguajes que se considerarán las *lenguas meta* en los que el periodista - traductor encontrará una

serie de códigos y s-códigos, una sintaxis, una gramática particular y herramientas para elaborar un producto-noticia en texto meta.

- Los lenguajes que emplea el periodista-traductor son:

- a) escrito
- b) sonoro (audio)
- c) visual
- d) audiovisual
- e) cinematográfico

- En el que cada medio tiene una alfabetidad particular y logra su representación en:

- a) la palabra escrita: libros, periódicos, revistas, folletos, volantes, manuales, boletines, cartas, kits de prensa.
- b) la palabra oral: entrevistas, discursos, conferencias, reuniones, eventos, dramatización, charlas, radio y sus géneros, audio casete, telefonía, audio conferencia.
- c) la imagen fija: fotografía, cartelones, carteles, revistas, logotipos, diapositivas, comunicación no verbal, eventos, dramatizaciones y productos, animaciones, caricaturas.
- d) la imagen en movimiento: plantillas que coordinan diapositivas y sonido, televisión, Internet, video, videoconferencias.

e) imagen en movimiento con un formato específico: documentales, muestras, cortos, y en sí los géneros cinematográficos.

Presupuesto y calendarización de actividades

- Generalmente el periodista - traductor no determina el presupuesto de que dispone para llevar a cabo su trabajo, pero no por ello debe dejar de lado el conocimiento de los costos en torno a los distintos medios. Estos costos abarcan el precio de inserciones de prensa, pautas de radio, organización de eventos, transporte, costes de equipo, viáticos.
- En el caso de tratarse de un plan de medios, deberá elaborar cuadros de información en que se desglose cada gasto, con fechas y planeación.

3era. ETAPA: EVALUACIÓN Y CORRECCIONES

Contexto y circunstancia

CONTEXTO

- El ambiente social o el clima de opinión que sobre ese tema impere, alguna coyuntura importante en la esfera social o que su tema avive la opinión pública generando polémica (por ejemplo

- un tema que vincule religión y sexualidad es muy común que genere controversia).
- El contexto nos muestra la importancia de conocer al público, pues la información adquirirá una adecuación concreta en medida que se ajuste a los patrones de una sociedad. Además es relevante para darle la correcta interpretación (por ejemplo en casos que se trate de una noticia internacional hay que explicar las costumbres de otros pueblos). Elaborar un producto orientado al público, adquiere significación en medida en que el público hable de ella y origine más hechos-noticia.
 - Los mitos, ritos y costumbres sociales hacen su aparición, en la medida en que el periodista exalte modelos y estereotipos aprobados y rechazados dentro del grupo social al que se dirige. Es cuestionable que el periodista-traductor moldee la información tomando en cuenta estos datos, porque ¿cuáles son los criterios del periodista-traductor conforme a su público para realizar tal o cual traducción? El criterio debe basarse en que se trata de que el público, como receptor final (**R2**), conozca lo que el emisor inicial (**E1**) ha expresado como si él hubiera sido el receptor inicial (**R1**).

CIRCUNSTANCIA

- El factor tiempo que le permita pensar o no las cosas una y otra vez, pensar en otras opciones y en “la mejor manera” de decir algo. Si es un reportero que debe transmitir la información en vivo dispone de menos tiempo y debe recurrir a mayor improvisación que un columnista al que le dan más días por ser colaborador especial en un medio. De igual modo si es un medio en el formato diario, quincenal, mensual repercute en el sentido de si puede recabar más información, confrontarla o bien verificar sus fuentes.
- La complejidad del tema o bien del dominio técnico del medio es otro factor para dificultar o facilitar el proceso de plasmar una noticia.

Información - Comunicación

7. LA NOTICIA COMO PRODUCTO COMUNICATIVO

- Son variantes que el periodista - traductor debe sortear para, al final de todas sus elecciones, queda la información recortada y pegada con su estilo y subjetividad personal. La interpretación realizada le da vida a los hechos más allá del momento de su enunciación o transcripción factual e inmediata. Las reglas de cada medio son retomadas para dar forma, presentar una ética y estilo personal.

- Como no trabaja sólo, otros periodistas - traductores o profesionales de la comunicación retocarán su discurso: ingenieros de audio, editores, jefes de redacción. Como si la información pasara por coladeras con espacios cada vez más pequeños. Podría pensarse que entonces ésta llega en un estado de mayor "pureza", pero en vez de esto tenemos que por cada mano que retoca hay un toque personal que se imprime y altera dicha pureza.

Corrección eventual (para lo cual se reinicia como un ciclo)

8. EL DESTINATARIO FINAL: R2

- Cuando al receptor final (**R2**) le llega la información ésta está filtrada y recortada por el medio de tal suerte que sólo necesita confrontar varias publicaciones o emisiones a la vez para corroborar las posibles distorsiones y los puntos comunes en la información consumida. El receptor final debe volverse un receptor activo, que traduzca lo que le han presentado los medios de información y comunicación, pues si lo recibe pasivamente su opinión y percepción está en desventaja y lo hace crédulo y susceptible a la interpretación que los medios le presenten.

3.3. DIFICULTADES Y POSIBILIDADES

Hasta aquí se encuentra una correlatividad entre la traducción-interpretación, pues tanto el periodista como el traductor emplean el lenguaje para realizar un puente entre un emisor y un receptor que no comparten nada, pero que pueden hacerlo gracias a la elaboración de una la traducción que trate de poner información en común, asequible para ambos; esto se logra gracias al empleo de códigos y s-códigos presentes en todo lenguaje.

El modelo de la Teoría de la traducción más el modelo de la Teoría de los códigos unidos, abre las opciones para el periodismo para efectuar además de un traslado más o menos fiel del original, involucrar elementos de reinterpretación, de nutrición del original, de contextualización y comentario. Esta idea se hace patente con Pedro Lozano, quien encuentra que la noticia no es algo que como tal se halle en la naturaleza o la realidad, sino que es algo que surge a partir de la objetivación de un conocimiento que sí se da en la realidad.

Para este autor la tarea del periodista es manipular una imagen de la noticia (su interpretación) y transportarla (traducirla) a imagen segunda, tercera o imagen-n, según los canales a su disposición, en

donde el medio aporta la forma "*significante*" al "*significado*" de la noticia (mediante ilustraciones, ángulos, sonidos y demás). Al subir el rango de la imagen a la de símbolo –por medio de la convención social-, llegamos a las unidades culturales, de las que el periodista - traductor hace uso para mandar mensajes que van más allá de la simple transmisión "objetiva" de los hechos.

Lozano asegura que la noticia cumple con su ciclo cuando es asimilada por los públicos meta **(R2)** y cuando hablan de ella, la reincorporan a la realidad. El receptor se vuelve al lugar del emisor ahora con otros medios a su disposición, traducirá la noticia para sí y la compartirá con otros; por lo que como ciclo se vuelve continuo y de retroalimentación constante.

Se puede ubicar cada paso en el esquema de Eco (de los códigos con el de la traducción añadida) y se verá que los códigos toman un papel fundamental para ejercer cierta influencia sobre sus públicos, también dependiendo de la actitud y disposición con que estos los consuman.

3.3.1. EL PERIODISMO COMO MÉTODO DE TRADUCCIÓN

La traducción del periodista-traductor es fundamental, pues en esta labor trabaja cotidianamente, correlacionando su actividad con otras esferas como las de la educación o la política, dando forma a un particular tipo de discurso periodístico, el cual es el producto de su traducción en lengua meta. El periodista - traductor en su producto comunicativo lleva a cabo una labor de transporte, es decir, de unir los hechos como fuentes emisoras o textos fuente a textos meta para sus públicos, los cuales son los receptores en lengua meta.

La lógica de los medios percibida como una forma de interpretación de los hechos sociales a través de construcciones simbólicas y a base de signos, se vuelve un espacio donde lo importante a estudiar no es la realidad a la que se refiera, sino las estrategias de creación de una realidad en lugar de otra (s). Por lo que *“la primera tarea de los medios como intérpretes consiste en permitirnos descifrar y comprender por medio de los lenguajes (sonoro, escrito, etc.) la realidad de las cosas que suceden”*⁴³⁾

⁴³ Gomis, Lorenzo; El medio media, p. 17.

Para Lorenzo Gomis, los medios y los periodistas influyen en la opinión pública:

- a) “descubriendo, interpretando y presentando hechos como noticias,
- b) despertando el interés por cuestiones públicas y activando la participación del público en ellas,
- c) dando un significado a lo que pasa, explicando en sus géneros de opinión lo que “dice” un hecho, y
- d) recogiendo, encauzando y expresando, potenciándola, la reacción del público ante el hecho, ante lo nuevo que pasa”.⁴⁴

Por consiguiente el método de interpretación se basa, para este mismo autor, en ciertos supuestos:

- a. La realidad puede fragmentarse en periodos (que coincide con la periodicidad del medio: diario, semanal, matutino, vespertino y demás)
- b. Se puede fragmentar en unidades independientes (hechos) capaces de interpretarse en forma de textos breves y autónomos (noticias)
- c. La interpretación debe poder ser asimilada por un público heterogéneo

⁴⁴ *Ibíd.*, p. 126.

- d. Debe encajar en un espacio dado (del que dispone el medio: tiempo, páginas, secciones, etc.)
- e. La interpretación que ofrece el medio dispone de una gama de filtros y convenciones (géneros) cuyas formas fundamentales son la información y el comentario. A esa gama corresponde una diversidad de tonos y usos del lenguaje.

El periodista-traductor encuentra un sin fin de obstáculos para cumplir un ideal de objetividad; de ahí que no quede otro remedio que reconocer que en toda traducción se pierde algo, debido a que no puede traducirse todo; por lo que es necesario aguzar bien el ingenio, para salvar las diferencias de transferencia en medida de lo posible.

Los medios de comunicación e información y sus productos no son el resultado de un solo periodista-traductor, son muchos los que en ellos laboran y otros tantos que no lo son, pero conocen el medio y en él se desenvuelven. Los procesos posteriores que sufre la información dependiendo del medio de información, alteran el mensaje original y por tanto, al final lo que llega al público es una gran filtración, de ahí la

necesidad del receptor-espectador de adquirir y formarse un juicio sobre la información difundida por diversos medios.

Otro factor para estudiar los mensajes de los medios es que éstos no son sólo transmisión de hechos, sino son también diseño. La información, los reporteros, el tono y el tipo de información se presentan para un público segmentado, que con ellos se identifica y está más o menos de acuerdo. El medio como producto se encuentra a disposición en el mercado de la información, refleja una tendencia y obtiene un lucro, es sostenido por publicidad externa y promociona la interna, incluso lucra con su credibilidad.

Las estrategias con que los medios llegan a sus audiencias son también procesos de traducción; de interpretación de variables mercadológicas que sirven para incluso crear diseños en torno al medio-producto en sus diferentes envases (pensemos en el noticiero como forma principal, y en los flashes informativos como una presentación más pequeña, los reportajes especiales la opción "jumbo"). El medio decide un diseño de estructura: colores que lo identifiquen, rostros, textos persuasivos, y al final de cuentas, el medio puede opinar mediante el orden de las notas, la inclusión-exclusión, encuadres, sonidos.

Reconstruir la realidad como noticia es para Tuchman un modo de que dispone el periodismo para elaborar un marco desde el que se construye diariamente la realidad social, por lo que estudiar las herramientas y lenguajes de los medios de comunicación e información se vuelve trascendental, pues constituyen las estrategias con las que los periodistas –traductores llegan a sus audiencias son procesos de interpretación y traducción constante.

Cuando alguien se prepara en este tipo de carrera: periodismo, comunicación, publicidad o mercadotecnia, frecuentemente las materias se pueden dividir en bloques: las que enseñan a recabar la información (métodos de investigación), las que instruyen en la manera de construir mensajes (géneros informativos y las particulares de cada preespecialidad) y las que aportan el soporte de otras disciplinas: historia, diseño gráfico, sociología, pedagogía, literatura, estadística y antropología entre algunas.

De la interacción entre las materias el futuro comunicador logrará crear lo que el diccionario para el traductor, de técnicas, estrategias, conceptos, patrones de gusto, que según como vaya incrementando en su experiencia irá adaptando a sus conocimientos de acuerdo a la

utilización práctica cotidiana. Puede sonar lógico, pues en el empleo cotidiano irá aprendiendo qué signos, símbolos e íconos conviene resaltar según cada situación determinada, principalmente porque va conociendo el comportamiento de sus públicos frente a los medios y ante el producto en particular que difunda.

Del mismo modo, en las aulas conoce las herramientas, pero es hasta que está laborando que conoce a profundidad la discursividad del medio en aplicaciones prácticas y reales, por lo que sus intereses le irán marcando la medida de si está o no actualizado en vías de ofrecer lo más novedoso o bien brinda reformulaciones de lo que todos conocen y manejan. Es un problema que estas condiciones sean tangibles hasta que el exalumno se encuentre en un medio de comunicación o información, debido a que los profesionales en los medios muchas veces no saben explicar las razones de sus decisiones.

De ahí el interés por equiparar la tarea del periodista con la de un traductor, para que planteado de esta manera, la consulta de los códigos de los lenguajes de los medios de comunicación se vea como un asunto más de gramática, de sintaxis, en el que el producto se ordena del modo

que un enunciado y se adereza de estudios culturales sobre la sociedad (patrones del gusto, modelos, perfiles de usuario, estudios de mercado).

Por eso en este trabajo no se realizó una ejemplificación tomando un medio en particular, porque para eso (la elaboración de un producto comunicativo considerando todas sus variables) hay una buena cantidad de libros que se abocan a la realización de productos particulares. Lo que no abordan es el objetivo de este trabajo, que refirió al proceso en general, que presupone que independientemente del medio elegido, sea igual en todos los casos aunque se intenten cubrir distintos objetivos.

La equiparación obedece a establecer que el lenguaje (por decirlo de manera general, pero orientado a los lenguajes de los medios de comunicación e información) sirve a los intereses del periodismo para realizar su labor, que es la divulgación de información pública y le permite describir los hechos para auxiliar a dar flujo y continuidad a los proyectos que la sociedad se forme y los cuales persiga.

Lenguajes y lenguas se basan en sistemas de símbolos finitos producidos voluntariamente, sirven como cartas de baraja en las que se variará la combinatoria según el 'juego' y éste es el que determinará el valor de las cartas. Cada medio tiene sus reglas, ritmo y posibilidades de

connotación axiológica; emplear cada uno equivaldría a un juego particular compuesto por actos del habla que responden a un código coherente. Cada juego-medio y sus variables del azar, describen un mundo posible y permite un intercambio de mensajes entre sus participantes, así como la posibilidad acción-expectación y el suspenso que genera.

Estimular las reflexiones mediante las combinatorias de los códigos de los medios a nuestra disposición es útil pues el día de la “noticia exclusiva” ha terminado; la publicidad no es improvisación, la dinámica de los medios electrónicos no se ve opacada por eso. No significa sacrificar la espectacularización en pos de ninguna verdad absoluta, sino de darle un ritmo novedoso a la verosimilitud enfocada al auditorio.

La realidad a la que llega el periodista -traductor a través de los mensajes que difunde en los medios de comunicación e información, puede ser una representación, una sustitución, una traducción libre, una paráfrasis o ha elaborado un mensaje en tercera lengua, dependiendo de cuánta realidad ha efectivamente expresado. La cantidad y calidad de las representaciones que aborde en ese producto no lleva a las categorías de verdadero o falso pues esa característica no es de los mensajes en sí, sino de las proposiciones alrededor de ellos.

En general no se hace hincapié en este trabajo de qué tan importante es la objetividad en el periodismo; es decir, es un valor intrínseco de la información periodística, pero en ningún apartado se menciona a quién realmente le interesa el asunto de la objetividad. El periodismo, como servicio interesado en el bien común, debe ser lo más imparcial que se pueda, pues lo que difunde le afecta a un buen número de personas; de ahí la importancia de un código de conducta que rija su ética.

El periodista - traductor decodifica la realidad de la que es testigo y la recodifica a través de los lenguajes escrito, televisivo, audiovisual, cinematográfico, icónico o sonoro, para dar forma a su testimonio sobre algo. Este testimonio bajo la forma de mensaje presenta un fragmento estilizado de la realidad que será consumido y usado por una sociedad y repercutirá en ella de alguna manera.

El mensaje que elabore será reinterpretado e incluso tomado con una intención distinta a su objetivo; es algo sobre lo que el periodista - traductor no ejerce control, pero sí lo ejerce en el modo en que presenta las informaciones para evitar o disminuir, en tanto le sea posible, los

vacíos en la interpretación, para lo cual, debe analizar el lenguaje y los recursos que puede aprovechar de éste en cada medio.

Al emplear distintos lenguajes para plasmar la realidad social, el periodista se vuelve un traductor que media una realidad social decodificándola y recodificándola para sus públicos. El periodista, al igual que un traductor, se encuentra frente a un texto fuente por desentrañar y posteriormente frente a su consiguiente reelaboración en un texto meta.

Así como se aprendió a escribir y a leer, los periodistas-traductores ocupan su tiempo en dar cuenta de la realidad social de distintos modos; escribiendo y leyendo los distintos lenguajes de los medios de comunicación e información. Los modelos lingüísticos de la escritura evolucionan la manera de verlos, tales como la imagen fija, en movimiento o la intertextualidad que se puede dar entre cada producto comunicativo.

3.3.2. TRADUCTOR Y PERIODISTA

Al comparar al periodista con el traductor, se ha podido ver que hay una serie de factores que alteran la "pureza" de la información, aunque

este sea el objetivo a perseguir. Las conclusiones de la comparación en la tarea de un periodista con la de un traductor son las siguientes:

- a) El “abuso” de la pureza: Cada vez que algo se traduce se puede ir estilizando más y más. En el texto meta ¿cuándo se logra la ‘versión final’ más pura si con cada retoque se pueden desarrollar nuevas interpretaciones, conseguir nuevos datos, descubrir otras formas de decir lo mismo? El objeto de la traducción no es un estilizado infinito, sino simplemente una versión. De entre dos versiones correctas ¿cómo se determina cuándo es una mejor que otra? Por la lectura que el receptor final haga, autenticando lo leído como aquello que el emisor del texto fuente intentó comunicar. La noticia debe ser vista como eso: como una versión solamente, que se autentifica por el tipo de consumo que el público hace de ella.

- b) Tradicionalmente de acuerdo con Douglas Robinson en el texto What is translation?, el método de la traducción es un proceso de dominación y control: de la forma “salvaje” de la realidad o del texto fuente, se reduce a una forma

“domesticada”. Para el periodismo se tiene el caso del reportaje, donde la presentación de los hechos se realiza de forma editada, sin peligros, con secuencia armónica y hasta con depuración en tomas limpias. De igual modo, existe una forma de control por parte del traductor y del periodista al decidir lo que quiere transcribir y lo que no, conduciendo las opciones de lectura del receptor final.

- c) La traducción en contraparte de lo anterior, puede verse como la “naturalización” de una forma artificial, a la que se llega por medio de la reproducción de escenarios artificiales pero de la forma más real posible. Esto es notorio en productos comunicativos, donde las dramatizaciones, recreaciones aluden a un estado supuesto de los acontecimientos, no a algo captado de la realidad.

- d) El traductor reescribe las imágenes que un escritor inicialmente ha creado, aunque no necesariamente se cumple la suerte de traspaso transparente, sino que la versión del traductor viene a ser una nueva sobre el texto original. El periodista-traductor puede funcionar de esta suerte,

reescribiendo la realidad, o bien reescribiendo las imágenes que sus fuentes le remiten, dándole un giro que bien puede ser totalmente distinto a la intención de la fuente.

- e) Ideológicamente: Douglas Robinson analiza autores que defienden la postura de que se debe evidenciar la presencia del traductor cuando lo traducido está en contra de su ideología, sus preferencias y opiniones. Tradicionalmente para otros autores, el traductor debe permanecer invisible y sólo funcionar como mediador entre dos agentes que intentan comunicarse pero el idioma no lo permite. Para Robinson esta situación dual del traductor al ser a la vez lector y escritor se “resuelve” teniendo en cuenta al público. En el periodismo sucede algo similar, cuando el periodista se enfrenta a una situación y se plantea la dualidad de su actitud como ciudadano y como agente informador.

- f) La sociedad y sus modelos, estereotipos y ritos proporcionan datos para regular el tipo de traducciones que preferirán, los recorridos de lectura que valoran y de esta forma, las traducciones finales o mensajes de los periodistas -

traductores son influenciadas por las condicionantes que social y culturalmente imponen los receptores finales.

- g) La traducción como proceso de comunicación, intenta transmitir TODO el significado de un lenguaje a otro, combinando estructuras y vocabulario de modos aceptables, pero Robinson lo toma como la acentuación de una visión hegemónica en el grupo social, pues la fidelidad absoluta o equivalencia total es servil y alude a que en una buena traducción, mientras mejor se precie de serlo, no es necesario traducirlo todo. Periodísticamente, los recursos retóricos como la caricatura política no traducen todo sobre los hechos y sin embargo envían mensajes de una manera directa e incisiva.

- h) Toda traducción enriquece las lenguas tanto de salida como de llegada, por lo que se hace posible la evolución en las palabras, concepciones del mundo y se incluyen neologismos ya sea en la lengua meta, en la lengua origen, o en ambas, nutriendo la relación entre las dos. En el periodismo se puede dar una intertextualidad y variación en cuanto a la manera

de ver y consumir los mensajes y en sí los medios de comunicación e información.

De acuerdo a estos puntos y siguiendo con la equiparación, se ve que la objetividad en el periodismo puede derivar en un mensaje totalmente alejado de ella, pues el periodista al depurar su nota la convertirá en un mensaje rebuscado y sin salida. Para lograr la objetividad, de acuerdo con la traducción, no necesita ser excesivamente detallado sino convertir su mensaje en un constructo de decisiones y condiciones subjetivas, artificiales y manipuladas en algún grado que brinden información útil para que los públicos tomen sus propias decisiones, no para conducir sus opiniones.

La traducción del periodista se vuelve un modo consciente de llevar la información a los receptores finales, lo cual no quiere decir que actualmente se realice de manera azarosa. Lo importante es hacer hincapié en que dentro de esas informaciones planeadas los mensajes deben llevar una confección más elaborada en la forma del discurso, y de esta manera contribuir a dignificar la concepción del periodista, del periodismo y proponerlo como una actividad de verdaderos profesionales.

CONCLUSIONES

"-Minino de Chester, ¿quieres decirme, por favor, qué camino debo tomar para salir de aquí?-"

-Eso depende mucho de adónde quieres ir- respondió el Gato.

-Poco me preocupa a dónde ir- dijo Alicia.

-Entonces poco importa el camino que tomes- replicó el Gato.

-Con tal que conduzca a alguna parte -

añadió Alicia como conclusión.

-¡Oh! Puedes estar segura de que llegarás a alguna parte - dijo el Gato-
si caminas lo suficiente.

Alicia pensó que esto era indiscutible, de modo
que formuló otra pregunta.

-¿Qué clase de gente vive aquí?-"

-En esa dirección- respondió el Gato moviendo la patita derecha, *-vive un
sombrerero. Y en aquella otra -* dijo moviendo la patita izquierda-
encontrarás una Liebre de Marzo.

Visita al que prefieras; ambos están igualmente locos.-

-Pero yo no quiero visitar a locos - observó Alicia.

-Eso no lo puedes evitar - dijo el Gato- *Aquí todos estamos locos.*

Yo estoy loco. Tú estás loca.-

-¿Cómo sabes que yo estoy loca?"

-Debes estarlo - dijo el Gato-; *si no, no estarías aquí."*

CONCLUSIONES

*"Si los hechos no coinciden con la teoría...
tanto peor para los hechos" Hegel.*

De la equiparación entre la tarea de un periodista con un traductor se pueden determinar las siguientes conclusiones generales:

Por principio, que el objetivo ha sido desarrollado de manera efectiva de acuerdo con el objeto de esta investigación; el periodista puede ser visto como un traductor pues emplea la lengua, los lenguajes, los códigos de éstos, y lo refleja en una noticia que puede ser analizada como un tipo especial de narrativa.

Dentro de esta narrativa, se observa que aunque lleven un planeamiento, tanto el método del periodista, como el método del traductor son métodos abiertos pues generalmente deben adaptarse al contenido, al estilo o al público meta de la información original, por lo que deben estar muy atentos a cada decisión que plasman en su trabajo.

Por lo mismo, un método constituye una aportación que bien puede liberar como puede esclavizar, dependiendo del tipo de periodista de

que se trate, como se vea a sí mismo en esta actividad y su papel para con ella.

Retomando las concepciones erróneas descritas al comienzo de este trabajo, concluyo que:

1. Al contar con métodos específicos, los periodistas que realmente investigan la información, la constatan con otras fuentes de tal modo que sea veraz y no se base en rumores, quitándole el estigma de chismoso.
2. Los periodistas investigan y reportan las actividades tanto de los actores sociales como de las instituciones, para ciertos públicos. Conocer los perfiles de consumo y los objetivos que para con ellos tendrá la información, les permitirá a los periodistas adecuar la traducción de su mensaje de una manera más global que concilie tanto los intereses de difusión de unos como la necesidad de información de otros, así como las propias de comprender y explicar los datos.
3. Los periodistas se van especializando en sus temas en un sentido experimental, si siempre tienen la misma fuente o sobre la misma esfera social (siempre política, economía, cultura), pero también es importante que retroalimente ese

conocimiento empírico con una documentación al respecto en el sentido teórico, pues le da más fuerza a sus argumentos y armas para analizar con mayor profundidad.

4. Al trascender el oficio a profesión, la actividad periodística requiere de mayor especialización en materia de conocimientos sobre el tema, si bien la comunicación es una disciplina joven sobre la cual todavía queda mucho por plantear, por estudiar y por analizar.

El método refiere una serie de pasos relevantes que muchas veces se llevan a cabo de manera mecánica, ante lo cual lo realmente trascendente de la propuesta se engloba en lo siguiente: ser conciente de lo que se elabora, porqué y para qué. Las decisiones finalmente terminan tomándose, ya sea por actuar, por copiar o por dejar las cosas como están.

La trayectoria que se pretendió llevar en el presente trabajo fue hasta cierto punto muy sencilla, dado que hay muchos datos que pueden nutrir esta investigación. El acercamiento de este tipo se debió a objetivos muy claros de realizar un trabajo desprovisto de excesivas aspiraciones, y cuyo fin último consistió en ayudar a esclarecer a las futuras generaciones

complicaciones que se presentaron durante el desarrollo escolar propio, y que al enfrentarme al mundo laboral, sigo encontrando en las áreas en las que se prestó el servicio social (Departamento de Televisión y video, en la CUAED de la UNAM), prácticas profesionales (Gerencia de Mercadotecnia en ETN) o en la actividad laboral (Gerencia de Trámites en MVS Televisión).

La complejidad deriva en que no se trata de una tarea unipersonal, por lo que es importante ser conscientes de que existen condiciones externas ajenas a los profesionales, que alteran las intenciones que cada uno de éstos tenga para con el mensaje; porque va pasando por distintas dificultades, posibilidades e impedimentos para completar un método de manera secuencial, donde la habilidad por sortearlos no garantizará un mejor mensaje, sino que determinará una versión entre otras, y en donde el público final elegirá la que se adecue a su manera de pensar, y la que no, será desechada o incluso ignorada totalmente.

Los códigos de los lenguajes, los signos, son un elemento clave para llevar a cabo la traducción tanto por periodistas como por traductores, por tanto, conocer los alcances posibilita un mejor manejo de estas herramientas. Tanto a emisores como a receptores les sirve un

conocimiento explícito de estos códigos, porque como parte de la cultura, ya están grabados tanto en instituciones como en actores sociales.

Es difícil estudiar los efectos, pero si se parte del análisis estructural del mensaje, se pueden considerar las diferencias de decodificación de un mismo mensaje por parte de los públicos y sujetos diversos.

La información se plasma por medio de palabras, frases, y se organiza como un tipo de discurso. Independientemente del objetivo, el periodista es retórico pues recurre a la argumentación para convencer, al conocimiento de la audiencia para persuadirla. Sin embargo, un mensaje retórico no significa ser engañoso, ni jugar con las palabras para confundir a las personas, no es "vender el alma al diablo", sino argumentar mediante un discurso con objetivos muy precisos.

Conocer los discursos permite cuestionarlos, y al cuestionarlos se da paso al análisis de estructuras ideológicas que están presentes invariablemente en todo discurso. El objetivo de cuestionar permite la evolución en torno a formas de pensamiento, de ver la realidad, y de entenderse a sí mismos como parte integral de un todo como lo es la sociedad y la cultura.

La enseñanza y práctica del periodismo no pretende ser criticada sin sentido, se pretendió con este trabajo tratar de ayudar a las próximas generaciones de periodistas a conciliar la teoría con la práctica, una no tiene porqué superar a la otra, sino representa una mejor oportunidad de aprendizaje convenir las aportaciones de cada una en miras de realizar mejor la labor que se ha elegido libre y conscientemente como objetivo de vida y profesional.

El periodista teórico no es mejor que el práctico ni viceversa, en sí es imperioso que todo periodista se prepare cada vez más tanto académicamente como en la práctica, porque su labor repercute en un público, porque hay una función social, porque se enfoca en información de interés pública, porque influye en otras personas.

La práctica del periodismo no persigue objetivos distintos a los de las teorías de la comunicación o a los de los métodos de investigación, la unión no debería darse por sobreentendida, ya que no está, y origina dudas, que probablemente de ser resueltas en su momento, permitirían un mejor desarrollo de los productos comunicativos.

Como conclusión final a esta equiparación creo en la idea de que la disposición y actitud determina el tipo específico de realidad a encontrar, no los elementos de la información que se obtengan, pues aquella es susceptible de ser deformada en cualquier momento al pasar por distintos filtros. En un intento de explicarla, la explicación será sólo una proposición sobre ella y no la realidad misma, por lo que la tarea del periodista es realizar una versión, pero es importante que sea consciente de porqué y cómo llegó a esa versión en lugar de otras.

Dar la prueba fehaciente de que el periodismo es una actividad profesional implica compromiso, práctica, conocimiento, actitud, voluntad y calidad profesional.

BIBLIOGRAFÍA

- Aznar, Hugo; Comunicación responsable, deontología y autorregulación de los medios, México, Ariel, 1999.
- Baldivia, José; La formación de los periodistas en América Latina (México, Costa Rica y Chile), México, CEESTEM (Centro de Estudios Económicos y Sociales del Tercer Mundo), Nueva Imagen, 1981.
- Ballent, Anahí; *El arte de saber vivir*, en García Canclini, Néstor (coord); Cultura y comunicación en la ciudad de México, 2da parte, México, Grijalbo, 1998.
- Beneyto, Juan; El color del cristal, *Mecanismos de manipulación de la realidad*, Madrid, Pirámide, 1982.
- Bernaldo de Quiros, Felipe; La información y el periodismo, Argentina, Editorial Buenos Aires, 1969.
- Blanco, Lorenzo; El planeamiento en Relaciones Públicas, Argentina, Ugerman, 2002.
- Brajnovic, Luka; Deontología periodística, España, Univ. de Navarra, 1978.
- Canel, José María; Comunicación política, España, Madrid, Tecnos, 1999.

- Carroll, Lewis; Alicia en el país de las maravillas, *Al otro lado del espejo*, México, Porrúa, Col. Sepan Cuántos no. 215, 1986.
- Castilla del Pino, Carlos; La incomunicación, Barcelona, Península, 1979.
- Cazeneuve, Jean; La sociedad de la ubicuidad, Barcelona, Gustavo Gili, 1978.
- Colombo, Furio; La realidad como espectáculo, España, Gustavo Gili, 1974.
- Curran, James, *et al*; Sociedad y comunicación de masas, México, FCE, 1981.
- De Gregorio, Domenico; Metodología del periodismo, Madrid, Ediciones Rialp, 1966.
- Del Rey Morató, Javier; Los juegos de los políticos, Madrid, Tecnos, 1990.
- Doelker, Christian; La realidad manipulada, Barcelona, Gustavo Gili, 1982.
- Dondis, A. Dondis; La sintaxis de la imagen, España, Gustavo Gili, 1989.
- Eco, Umberto; Tratado de semiótica general, México, Lumen, 1977.
- Fabbri, Paolo; Tácticas de los signos, Barcelona, Gedisa, 1995.

- Fitcher, Joseph; Sociología, Herder, 1974.
- Fowler, George; El lenguaje de las noticias, *Discurso e ideología en la prensa*, Londres, Routledge, 1991.
- Gadamer, H. G.; *El lenguaje como experiencia hermenéutica*, en Mardones y Ursua; Filosofía de las ciencias humanas y sociales, México, Fontamara, 1996.
- Gomis, Lorenzo; El medio media, Barcelona, Mitre, 1987.
- Gomis, Lorenzo; Teoría del periodismo, *Cómo se forma el presente*, México, Paidós Comunicación, 1991.
- González, Liliana y Lauda, Josu (coordinadores); Los valores humanos en México, México, UNAM, s. XXI editores, 1997.
- Heller, Agnes; Sociología de la vida cotidiana, Barcelona, Península, 1987.
- Hessen, J.; Teoría del conocimiento, Colección Austral, México, Espasa Calpe, 1986.
- Ibern, Anna María; Manual de Traducción, España, Gedisa, 1996.
- Kuri, Daniel; Introducción filosófica al estudio del derecho, México, Jus, 1985.
- Leñero, Vicente y Marín, Carlos; Manual de periodismo, México, Grijalbo, 1980.

- Leñero, Vicente; Los periodistas, México, Cuarto Creciente, 1991.
- Lipovetsky, Gilles; El imperio de lo efímero, México, Anagrama, 2000.
- Lozano, Pedro; El ecosistema informativo, España, Univ de Navarra, 1974.
- Mac Dougall, Cartis; Interpretative reporting, México, Diana, 1983.
- María Teresa Camarillo, *Los periodistas*, en Las publicaciones periódicas y la historia de México, México, UNAM, Hemeroteca Nacional, 1994, pp. 121 – 128.
- Martín Barbero, Jesús; Procesos de comunicación y matrices de cultura, México, Gustavo Gili, 1987.
- Michell, Guillermo; Para leer los medios (prensa, radio, cine y tv), México, Trillas, 1990.
- Mier, Javier y Carbonell, Dolores; Periodismo interpretativo, México, Trillas, 1989.
- Montero, Ma Dolores; La información periodística y su influencia social, Barcelona, Labor, 1993.
- Nieto, Rosa María; Comunicación Masiva, México, UNAM, UACB, 1997.

- Nueva Biblioteca de periodismo, México, Editorial Del Valle de México, 1994.

Serie 1 Tomo 1 *A la búsqueda de una ética en el periodismo* / Goodwin, Eugene.

Serie 1 Tomo 4 *Reporteros y funciones* / Signal, León.

Serie 2 Tomo 5 *La ética de los medios de comunicación* / Rivers W. y Cleeve, M.
- Ortiz-Osés, Andrés; Visiones del mundo, España, Univ. de Deusto, 1995.
- Paula Oliva, Francisco de la; *Parlamento joven*, 2002.
- Péninou, George; Semiótica de la publicidad, España, Gustavo Gili, 1980.
- Popper, Karl; Conocimiento objetivo, Madrid, Tecnos, 1974.
- Robinson, Douglas; What is translation?, EUA, Kent State University Press, 1997.
- Roglón, Manuel y Equiza, Pilar; Televisión y lenguaje, *Aportaciones para la configuración de un nuevo lenguaje periodístico*, Barcelona, Editorial Ariel, 1996.
- Rota Gilda y Muriel Ma. Luisa; Comunicación Institucional, Quito, Ed. Andina, 1992.

- Ruiz Castañeda, Ma. del Carmen; El periodismo en México: 500 años de historia, México, Edamex, 1998.
- Schaff, Adam; Historia y verdad, México, Grijalbo, 1977.
- Scott Cutlip y Allen Center; Relaciones Públicas, Madrid, Ediciones Rialp, 1958.
- Small, Albion; Sociología general, EUA, University Chicago Press, 1965.
- Steiner, George; Después de Babel Aspectos del lenguaje y la traducción, México, FCE, 1980.
- Teun van Dijk; La noticia como discurso *Comprensión, estructura y producción de la información*, España, Paidós Comunicación, 1990.
- Thompson, John, Los media y la modernidad, México, Gustavo Gili, 1990.
- Thompson, John; Ideología y cultura moderna, México, UAM-Xoch, 1998.
- Trejo Delarbre, Raúl; *Democracia por escrito*, en Las publicaciones periódicas y la historia de México, México, UNAM, Hemeroteca Nacional, 1994.

- Urban, Marshall Wilbur; Lenguaje y realidad, México, FCE, 1979.
- Vázquez, Juan; Lenguaje, verdad y mundo, España, Anthropos, 1986.
- Watzlawick, Paul *et al*; La realidad inventada, España, Gedisa, 1998.
- Wilss, Wolfram; La ciencia de la traducción, México, UNAM, 1998.
- Zannon, Eduardo, y Bísaro, Beatriz; Responsabilidad de los medios de prensa. Buenos Aires, Astrea, 1993.
- Zemelman, Hugo; *La cultura y el poder*, en Glez Casanova, Pablo; América Latina, hoy, México, s. XXI editores, 1995, pp. 166 – 241.

HEMEROGRAFÍA

- *Código Latinoamericano de ética periodística*, en Revista Latinoamericana de comunicación, núm 10, Quito, Ciespal, 1990.
- González, Jorge A; *Ensayos sobre realidades plurales*, en Mas(+) cultura(s), México, CONACYT, 1994.
- González, Daniel; *Lo ambiguo y lo sagrado*, en Revista de la UNAM no. 510, México, UNAM, julio 1993.
- Vuskovic, Pedro; *Pesadumbres y esperanzas en América Latina de los 80*, en Latinoamérica: Hora Cero, México, núm 1, julio de 1987.

INTERNET

- Mayoral Ascencio, Roberto; ¿Son los estudios de la traducción una ciencia? Conferencia pronunciada el 11 de abril de 2000 en la Facultad de Traducción e Interpretación de la Universidad de Granada, España; transcrita en: <http://66.102.7.10.../Mayoral11.pdf>