

El periodismo y la distorsión del idioma español

Víctor Sánchez Pérez

RESUMEN

Los temas tratados en el presente artículo, constituyen una voz de alerta para los profesionales de la comunicación. El periodista profesional requiere de un gran nivel cultural, de conocimientos universales, de una conciencia social y dominio de todo lo concerniente a su profesión, porque sin formación intelectual, sin ética y sin filosofía, el periodista no puede desarrollar una actividad que es de utilidad y necesidad pública.

El periodismo moderno necesita más investigación de parte de los periodistas. El hombre experimenta la urgencia psicológica de leer lo que ha escuchado o ha visto. La palabra escrita o hablada es muy importante porque actúa en la profundidad de la mente.

Para ello, el periodista tiene que leer, escribir, investigar, consultar, documentarse perfectamente y debe utilizar una metodología científica, acompañada obviamente de un buen dominio del idioma español.

Palabras Claves: periodismo, idioma, noticia, investigación, filosofía, periódico, radio, televisión, ética, comunicación, profesión, educación.

ABSTRACT

Subjects treated in this article are meant to call the attention of all professionals in the field of communications. A journalist requires of a high cultural level, universal knowledge, social consciousness and a complete driving of his profession, because without intellectual

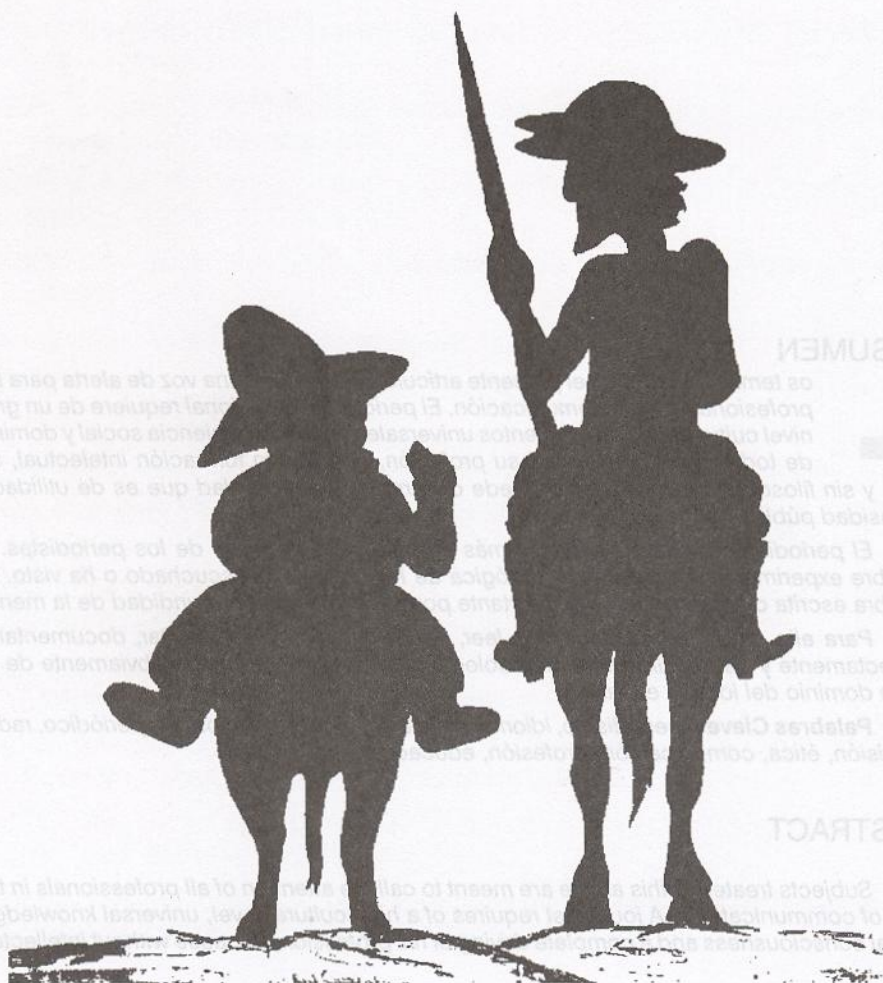
background, ethics and philosophy, a journalist cannot develop an useful activity which is of public interest.

Modern journalism demands more and more investigation. Mankind experiments a psychological urgency to read what has been heard or seen. Written or spoken word is absolutely important because it performs in the deepest part of the mind.

For this, journalists have to read, write, research, consult, use proper documentation with a scientific methodology, which obviously, will demand full command of spanish language.

Keywords: journalism, language, news, research, philosophy, newspaper, radio, television, ethics, communication, profession, education.

EL SÍMBOLO DE LA LENGUA ESPAÑOLA "EL QUIJOTE DE LA MANCHA"



INTRODUCCIÓN

Los órganos de comunicación social acrecientan el bagaje cultural de la población y reafirman la nacionalidad, por medio de la preservación y exaltación de la tradición y de los distintos exponentes de nuestra personalidad colectiva, en la cual debe respetarse la identidad de todos los grupos, que en la diversidad puede cohesionarse en torno a coincidencias, sentimientos y aspiraciones.

La prensa escrita, hablada y televisiva constituyen un recurso primordial para estar al alcance de diversas manifestaciones del saber y de la creación humana. Es pues de singular importancia cada tarea de divulgación científica, filosófica, cultural y artística que le compete al periodismo.

Varios son los campos que sintetizan el rol de la prensa, que es un deber irrenunciable del periodismo. Exigir honradez y el fiel cumplimiento de la función periodística que debe ser su interés cotidiano, así como denunciar la inmoralidad y lo incorrecto como un imperativo ineludible.

Con la verdad en la información, con una permanente labor docente, con el acrecentamiento cultural del pueblo y con una tarea fiscalizadora, el poder del periodismo se hace cada vez más indestructible.

Este poder, en un país con devoción democrática y transparente de todos los peruanos; constituye la consagración definitiva de la justicia y la verdad como los sustentos de la profesión del periodismo.

El periodista de hoy es distinto al de antes, cuando imperaba la bohemia. En la actualidad tiende a ser más profesional y responsable.

Registra todo y respeta el testimonio recibido. Investiga y amplía para ver con claridad el tema que va a tratar. Profundiza las informaciones y procura especializarse, para luego demostrarlo con el empleo del correcto idioma.

El periodista cumple una tarea de eminente sentido social, no debe ser un simple buscador de noticias artificiales, sino el difusor de la verdad.

En el mundo contemporáneo, el rol y el poder del periodismo se pone de manifiesto en cualquier sistema político, trata de contribuir y afianzar la libertad del hombre.

En los regímenes democráticos, la libertad de expresión surge como algo íntimamente vinculado al sistema mismo, pues no es posible concebir la democracia sin prensa libre y un idioma incorrecto, porque todo lo que se informe debe ser veraz y expresado con propiedad, respetando obviamente nuestro idioma, el español.

Resumiendo, creo que sería saludable que en redacción estuvieran

EL VALOR DEL IDIOMA ESPAÑOL «MIGUEL DE CERVANTES SAAVEDRA»



EL IDIOMA COMO INSTRUMENTO DE COMUNICACIÓN

Las lenguas e idiomas están en constante evolución y desarrollo. Caminan teóricamente hacia su perfeccionamiento, aunque en la práctica lo que ocurre es que van adecuándose a las necesidades de cada época, sufriendo los avatares que las modas y las circunstancias imponen y reflejando los logros, avances y retrocesos de la sociedad que las utiliza. A lo largo de todo el siglo XIX y gran parte del siglo XX, se ha hecho multitud de estudios sobre los orígenes y evolución de las lenguas.

A partir de Saussure se fue imponiendo, cada vez con más fuerza, el gusto por el estudio de la situación actual o en un momento determinado de una lengua determinada, incluso en un lugar determinado.

Si entendemos que el idioma como instrumento de la comunicación es vital para obtener su cometido, los periodistas deben dar igual importancia a todos aquellos instrumentos de la comunicación, no obstante que existan diferencias entre profesionales de la imagen y de la palabra.

Cabe destacar ciertas distinciones entre periodistas, lectores, presentadores, etc. Cada uno en su rama arrastra graves defectos de redacción, apreciación y locución.

No hay que asustarse por ello, no es solamente la expresión correcta el único y mayor valor que pueda exigírsele a un periodista. La oportunidad para encontrar la noticia, el saber separar lo fundamental de lo accesorio, la buena preparación en una especialidad determinada, la abundante y precisa documentación en ellos son valores que junto a otros muchos pueden contrarrestar los defectos de expresión y justificar la calidad profesional de un periodista.

Pero, indudablemente la pobreza de expresión, el mal uso de la lengua es una rémora y el mismo hombre sería más eficaz, más brillante, en suma, de no tenerlos y serían mejor profesional. Por ejemplo, junto a comentaristas pulcros y precisos en su lenguaje, hay otros que no son capaces de hablar durante un minuto sin cometer numerosos errores.

Quien empuña una pluma o un micrófono no debe conformarse con saber lo que va a decir, sino necesariamente, saber cómo ha de decirlo. Me parece que se invierten los valores, si basándose en la profunda documentación de un profesional en determinada materia, se le permite llevar el paso del comentario ante el público o de la redacción de ese comentario, sin contar con una demostrada capacidad para escribir o hablar con la calidad que ello exige.

Resumiendo, creo que sería saludable que en redacción estuvieran

los que saben redactar, improvisando la cara al público los que saben improvisar, además de tener el don de gente.

La palabra es un elemento o utensilio del escritor. No es buen pintor quien no sepa manejar los colores, quien se atreva a ignorar las calidades de los pigmentos que utiliza: noche esmeralda, carmín alzarina, azul ultramar, negro de humo.

No es buen arquitecto quien desconozca la calidad de los diversos materiales de construcción, la piedra, el ladrillo o madera, etc.

Así mismo, el escritor con su materia prima: la «palabra». La precisión en el empleo del vocabulario, debe ser una de las exigencias fundamentales en el difícil y nunca bien aprendido arte de escribir.

Pero con ser la palabra utensilio indispensable, no se crea por ello, ingenuamente que se escribe sólo con vocablos, ni que a mayor dominio, a más riqueza de vocabulario mejor será el escritor. Si así fuera, bastaría con aprenderse de memoria un diccionario o manual para convertirse en artista de la pluma.

A pesar de lo que se conoce sobre los barbarismos, neologismos y solecismos, no obstante el amplio criterio actual de la Academia de la Lengua, creemos que no se debe abrir la mano demasiado. La excesiva condescendencia puede traer consigo la desfiguración del idioma. A este respecto, quiero traer aquí algunas de las ideas que ante el II Congreso de Academias de la Lengua celebrado en Madrid en 1956, expuso Don José Antonio León Rey, ponente de Colombia.

A continuación cito algunos párrafos fundamentales de dicha ponencia:

«Las lenguas – dice el Sr. León Rey -, se hallan sometidas al desgaste y a la transformación por el uso de los hablantes. Y así como los organismos vivos han reemplazado sus células seniles por otras nuevas, los idiomas no se hallan exentos de sufrir esas modificaciones, pues deben soportar la mudanza de algunos elementos ya envejecidos para suplirlos por otros que muestren vitalidad y esplendor».

La comparación formulada desde Horacio de asimilar la vida del idioma a la de los árboles, resulta verdadera y muy expresiva: Las hojas caducas se van amarillando hasta morir, y en reemplazo llegan los retoños.

EL PERIODISMO COMO PROFESIÓN CULTURIZADORA

El periodismo, como una de las ciencias de la comunicación, basa su razón de ser en la información.

La información es la acción o el efecto de informarse, es también la recopilación de un conjunto de noticias, informes o datos sobre determinado asunto.

La comunicación es el proceso por el cual los informes, datos o noticias son transmitidos a muchas personas a través de un medio y utilizando un código conocido por ambas partes.

Por ejemplo: un diario, una radio y un canal de televisión, son medios de información y de comunicación cuando hacen periodismo y sólo de comunicación la radio y televisión cuando se dedican a entretener a las personas.

El periodismo como profesión, aparte de informar, comunicar, entretener, ilustrar; también culturiza con los diferentes espacios periodísticos y programas que imparte a la comunidad.

El periodista profesional en la época actual no es otro que un recurso humano, una persona (varón o mujer) capacitado para buscar, procesar y difundir un hecho de actualidad de interés general o mayoritario; por eso se le llama también comunicador social.

El periodista es un técnico preparado para explicar al gran público en la mejor forma posible y en el menor tiempo o espacio, los hechos que a diario hacen noticia y son de interés para la comunidad a la que sirve.

Todas estas noticias o comunicaciones en general, se apreciarán enormemente con el empleo correcto del idioma español, sin distorsionar los vocablos y frases respectivamente.

EJEMPLOS DE DISTORSIONES COMETIDAS POR ALGUNOS PERIODISTAS (ENTRE OTRAS)**Frase Incorrecta**

Más que sea
Brasil es un país muy grande
Capaz venga ahora
Chocó con un árbol
Estudio con el fin de saber
Catorce Juzgado
El ingreso es completamente gratis
Te pasas los días chupando
Da un buen servicio
Empezó a tiritar de frío
Es un poco loco
Es prohibido fumar
Lo hizo en la mañana
En el comienzo del año
El viernes será la reunión
Andaba en la ciudad
La próxima semana estaré entregando el trabajo
Viajaré a Estados Unidos
Lo dijo en dos formas
Mi casa está en frente del club
No me gusta el que seas así
Estuve feliz a tu lado
Espero daños

Frase Correcta

Aunque sea
El Brasil es un país muy grande
Quizá venga ahora
Chocó contra un árbol
Estudio para saber
Décimo cuarto juzgado
El ingreso es gratuito
Te pasas los días bebiendo
Presta un buen servicio
Empezó a tiritar
Es un alocado
Está prohibido fumar
Lo hizo de mañana
Desde el comienzo del año
Para el viernes será la reunión
Andaba por la ciudad
La próxima semana entregaré el trabajo
Viajaré a los Estados Unidos
Lo dijo de dos formas
Mi casa está frente al club
No me gusta que seas así
Fui feliz a tu lado
Temo daños

EL PERIODISMO ESCRITO ES EL MEDIO QUE MÁS DISTORSIONA EL IDIOMA



EL PERIODISMO, LA ÉTICA PROFESIONAL Y LA LIBERTAD DE EXPRESIÓN

El progreso del periodismo depende en gran medida de la educación intelectual, y en una profesión como a la que me refiero es mucho más importante, aunque la ignorancia y la inercia hace acto de presencia en muchas escuelas de Periodismo.

Por ejemplo, en Norteamérica existen varias instituciones educacionales periodísticas y muchos más colegios universitarios, aunque la formación solamente se preocupa de crear reporteros que hagan buenas noticias sin preocuparse por nada más, manteniendo el status y entendiendo los intereses.

El periodismo en el Perú es diferente al de Norteamérica, donde como consecuencia la educación de los futuros periodistas es bastante alienante consiguiendo unos profesionales a los que se les inculca un código ético basado en las necesidades que el país necesita, sin preocuparse de saber si es honesto, imparcial y objetivo sino únicamente práctico. La profesión en este sentido está manipulada considerablemente aún a pesar de la oposición de las organizaciones de periodistas.

En suma, la libertad de expresión hay que centrarla dentro de un campo ético, para darle su verdadero valor.

Esta libertad de expresión adquiere su validez sólo cuando está plasmada en una actitud ético – profesional del periodista.

Deseo aclarar con esta tipificación, que va siempre ligada al ejercicio de la libertad individual del informador y que se realiza a través de la información como función social. De ahí que primero habrá que preguntarse en qué consiste la libertad individual auténtica y la función social de informar, si se quiere caracterizar adecuadamente la estructura y contenido de la libertad de expresión.

Nunca la función de informar ha tenido mayor responsabilidad, y a su vez, se encuentra con mayores obstáculos. La responsabilidad se le asigna al informador de una sociedad democrática, que hace valer su derecho fundamental a ser informada con veracidad y sin ocultamiento premeditado.

Hay que subrayar que hoy el periodista, está acosado por un sinnúmero de alternativas insuperables.

Está obligado a transmitir al ciudadano un caudal completo de noticias, pero se le somete a todo tipo de prohibiciones convencionales, secretos oficiales de Estado, comerciales y empresariales.

El periodista debe ser fiel a su conciencia individual y profesional, pero a veces se le obliga a respetar los denominados «principios de interés público», que son en definitiva, intereses oficiales de corte político y con una dimensión interesada, exigidos por grupos de presión y de intereses muy particulares.

EL IDIOMA Y LA RESPONSABILIDAD DEL PERIODISTA

«Los idiomas se aprenden por la imitación. La influencia del hogar en esta función tan esencial para la vida colectiva es irremplazable. Hoy el niño, aún antes de aprender a leer y escribir, experimenta otra nueva influencia, ayer inexistente, cual es la de la radio, cuyo poder de adoctrinamiento es incalculable, y en materia de lenguaje desempeña un papel trascendental. Después, el cine, la televisión, el cartel, el periódico, el folleto, el libro, reclaman un puesto en la vida individual, impresionan los sentidos...»

«La propaganda moderna cifra su éxito en imponer al público los objetos de su interés con frases que penetran en la memoria de manera imborrable. Y así los barbarismos, los solecismos y los vicios de construcción suelen llegar al individuo por el cauce de todos estos medios modernos, en los cuales actúan gentes que no conocen bien el idioma,

En suma, la libertad de expresión hay que centrarla dentro de un campo ético, para darle su verdadero valor.

Esta libertad de expresión adquiere su validez sólo cuando está plasmada en una actitud ético – profesional del periodista.

Deseo aclarar con esta tipificación, que va siempre ligada al ejercicio de la libertad individual del informador y que se realiza a través de la información como función social. De ahí que primero habrá que preguntarse en qué consiste la libertad individual auténtica y la función social de informar, si se quiere caracterizar adecuadamente la estructura y contenido de la libertad de expresión.

Nunca la función de informar ha tenido mayor responsabilidad, y a su vez, se encuentra con mayores obstáculos. La responsabilidad se le asigna al informador de una sociedad democrática, que hace valer su derecho fundamental a ser informada con veracidad y sin ocultamiento premeditado.

Hay que subrayar que hoy el periodista, está acosado por un sinnúmero de alternativas insuperables.

Está obligado a transmitir al ciudadano un caudal completo de noticias, pero se le somete a todo tipo de prohibiciones convencionales, secretos oficiales de Estado, comerciales y empresariales.

El periodista debe ser fiel a su conciencia individual y profesional, pero a veces se le obliga a respetar los denominados «principios de interés público», que son en definitiva, intereses oficiales de corte político y con una dimensión interesada, exigidos por grupos de presión y de intereses muy particulares.

EL IDIOMA Y LA RESPONSABILIDAD DEL PERIODISTA

«Los idiomas se aprenden por la imitación. La influencia del hogar en esta función tan esencial para la vida colectiva es irremplazable. Hoy el niño, aún antes de aprender a leer y escribir, experimenta otra nueva influencia, ayer inexistente, cual es la de la radio, cuyo poder de adoctrinamiento es incalculable, y en materia de lenguaje desempeña un papel trascendental. Después, el cine, la televisión, el cartel, el periódico, el folleto, el libro, reclaman un puesto en la vida individual, impresionan los sentidos...»

«La propaganda moderna cifra su éxito en imponer al público los objetos de su interés con frases que penetran en la memoria de manera imborrable. Y así los barbarismos, los solecismos y los vicios de construcción suelen llegar al individuo por el cauce de todos estos medios modernos, en los cuales actúan gentes que no conocen bien el idioma,

ignoran sus formas y jamás penetraron en su genio».

El criterio expuesto – y el que se expone en el apartado que sigue a éste puede servir de guía, de orientación, a todo el que se enfrente con la tarea de escribir.

Las razones aducidas – y las que damos al tratar de las voces técnicas – valen para todos: para el escritor profesional y para el ocasional. Pero, fundamentalmente, han de ser tenidas en cuenta por los escritores que se sirven de esas tres poderosas palancas de difusión del mundo moderno: prensa, radio y televisión.

A este respecto nos atreveríamos a decir que el idioma, hoy, no se forja ni en el gabinete del estudioso, ni en la mesa de trabajo del gran escritor, ni en las reuniones de los académicos de la Lengua, ni tampoco es el pueblo – la «vox populi» – el principal motor de nuevos vocablos. El pueblo, hoy, se limita a aceptar o rechazar lo que se le ofrece. Y son el periódico diario, la revista de gran tirada, la radiodifusión y la televisión, las principales forjas del idioma en nuestro tiempo. Ellos son los que dan vida al «robot», al «suspense» o a las «cocinas a gas».

Ante la continua presión del neologismo, del barbarismo y, sobre todo, del solecismo, ácido éste corrosivo de la sintaxis – como si dijéramos de la fisiología de la lengua – y que es donde reside el verdadero peligro de deformación de nuestro idioma, «maestros, locutores, periodistas, escritores, oradores y todos los que por su posición poseen ascendiente sobre el público, deberían estudiar a conciencia la lengua porque su puesto social les impone la responsabilidad de su ejemplo».

LA NOTICIA DENTRO DEL PERIODISMO

Es el hecho o suceso que ocurre en el país o en el mundo. Su difusión o divulgación se realiza a través de los medios de comunicación escrita, hablada y televisada, que se constituyen en un servicio invaluable del cual se benefician todos los sectores de la población, al recibir informaciones diversas que permiten conocer los acontecimientos locales, departamentales e internacionales.

El conocimiento de lo sucedido en el ámbito local, provincial e internacional, así como las actividades en las áreas de la política, economía, cultura, el arte, los deportes y otras actividades contribuyen a la mejor integración de los pueblos.

Gracias al periodismo se hace posible un apreciable avance en el desarrollo cultural y educativo, pues, no debe olvidarse que desde las columnas de los periódicos, desde los espacios de las emisoras radiales y desde los canales de televisión se cumple una eficaz tarea docente.

Hay que tener siempre presente que el periodista tiene que escribir con la mayor objetividad, claridad, utilizando palabras entendibles, con un lenguaje simple, a fin de que sus mensajes sean adecuadamente recibidos por los lectores, evitando que éstos tengan dificultades como consecuencia del empleo de las palabras que obligan a recurrir al diccionario para saber su significado.

Por eso, en el estilo periodístico, se recomienda una serie de normas para escribir correctamente.

También es necesario recordar el principio básico del periodismo informativo: «La verdad, toda la verdad y nada más que la verdad». Con el menor número de palabras debe ocuparse de lo más interesante del acontecimiento. Tiene que emplearse un lenguaje corriente, el que se usa diariamente.

La versión de un hecho o suceso tiene que ser equilibrada, con expresiones corrientes que le den al lector la impresión de estar oyendo a las personas con quienes trata con frecuencia.

La información tiene que estar fundamentada en una fuente en la que se pueda confiar o que se hace responsable.

Igualmente en la narración de toda noticia el periodista no debe dejar interrogantes, sino las debidas respuestas.

Aspecto que hay que considerar es que la versión de una noticia bien lograda debe comenzar siempre por los puntos más saltantes que ofrecen al lector la posibilidad de conocer lo más interesante, sin leer íntegramente lo que se publica.

La información debe ser como una fotografía verídica, y no como un truco fotográfico para crear la determinada impresión.

El lector debe estar seguro de que toda la publicación tiene una fuente confiable y responsable.

Debe buscarse siempre con cuidado todo lo que pueda decirse para satisfacer plenamente al lector, no sólo sobre el acontecimiento mismo sino, también sobre los antecedentes y derivaciones, así como cualquier información adicional que ayude a comprender mejor lo que acontece.

El periodista no debe comenzar a escribir sin haber hecho antes un análisis preliminar para determinar el relativo interés de los componentes de la información.

En suma, la mejor manera de hacer análisis de la noticia es estudiar, en cada caso, si es más interesante el «qué», el «quién», el «cuándo», el «dónde», el «cómo» o el «por qué» o «para qué».

LA EDUCACIÓN Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Los países en vías de desarrollo no pueden darse el lujo de poseer medios de comunicación colectiva que estén solamente orientados al facilismo del simple entretenimiento, en desmedro del proceso social, educativo y cultural que tanto requieren sus pueblos. Es muy claro que el entretenimiento por sí sólo es vacío, ocioso, banal, no propicia la creatividad y la acción sino el inmovilismo y la inhumana ganancia de sus patrocinadores.

Y a pontificar el entretenimiento han sido acostumbrados los usuarios como segura fuente de financiación de tales medios.

Por supuesto que en este orden de cosas, cualquier esfuerzo educativo de los Estados se anula, cuando no se minimiza, o – peor aún – se contradice frente a la carencia de voluntad de servicio de la programación de los medios de difusión, especialmente los electrónicos.

El Perú, por ejemplo, es un país cuyo territorio está íntegramente cubierto por radio y televisión; pero aún no puede dar continuidad a sus esfuerzos de educación a distancia o teleducación a través de estos medios. Dicha continuidad siempre depende de cada administración gubernamental y, dentro ella, de cada titular de Sector Público, así en general, en el entendido de que la educación como tarea no sólo debe constreñirse al ámbito del Ministerio de Educación.

Del modo expuesto, no pocas veces, lamentablemente, la institución estatal rectora de la educación a distancia en el Perú, es decir, el Instituto Nacional de Teleducación (INTE), ha sido apartada periódicamente de su importante rol de servicio público debido a la obsecuencia, la apatía o la incompetencia de algunas de sus autoridades. En este contexto, el INTE ha sufrido los vaivenes políticos y la ambición de ciertos grupos que, aparte de servirse de él para su propio provecho – con sus trabajadores y equipamiento electrónico -, no han vacilado en ponerlo a disposición de los dueños de las televisoras privadas, hipotecándolo y urgiéndolo a tener que producir programas de «calidad comercial» a cambio de espacios intrascendentes, en vez de darle la suficiente fuerza moral y académica para que este instituto tuviera el indispensable brío como para poder reclamar y obtener la cesión gratuita de todos los espacios necesarios, de importancia y valor educativos y culturales, cuyos contenidos jamás deben estar mediatizados o distorsionados por un afán tecnicista y mercantil.

Es justo reconocer, sin embargo, que en los últimos años ha habido una fuerza del poder de sus propias producciones de radio, TV y prensa, y de la oportuna concertación y coordinación con otras productoras igualmente altruistas del país (estatales y privadas), ha venido pugnando por retomar – una vez más – la senda de servicio público de la que jamás debería apartarse.

INICIOS DEL PERIODISMO EN EL PERÚ

La primera hoja volante de América del Sur fue publicada el año 1594 en Lima, Perú, con el nombre de «Relación», para satisfacer la curiosidad popular con motivo de la captura del corsario inglés John Hawkins, llamado Juan de Aquines por los españoles. Fue impresa, probablemente, en la primera imprenta traída al Perú, en 1584, por el italiano Antonio Ricardo y el español Pedro Pareja. El erudito español Juan P. Criado y Domínguez considera que «Relación» fue «el esbozo, toscamente imperfecto, si se quiere, pero esbozo al cabo, del periodismo moderno».

Entre 1618 y 1715 se publicó ocasionalmente la hoja llamada «Noticiero» con informes sobre las guerras en Europa, el movimiento de los barcos, los precios de las mercaderías y hechos diversos.

En 1657 apareció una especie de almanaque anual llamado «Conocimiento de los Tiempos», órgano de la Academia Náutica de Lima, que dirigía el matemático Francisco Ruiz Lozano, quien inició las tareas del cargo de cosmógrafo que recayó más tarde en el polígrafo Pedro de Peralta y Barnuevo, que ayudó al padre Feuillée en observaciones astronómicas, y luego en Cosme Bueno, que escribió la primera Geografía del Perú, y en José Hipólito Unanue y Pavón, que definió por primera vez la influencia del clima sobre el carácter humano.

El historiador Raúl Porras Barrenechea menciona «los manuscritos de los diaristas y analistas, cronistas ignorados y periodistas inéditos» del siglo XVII, como Mugaburu que publicaba «El Diario» con reseñas de ceremonias religiosas y sucesos políticos y sociales; y señala que «otra forma aparatosa de crónica o relación contemporánea son en esta época las relaciones ...», cual era el caso de «El Sol del Nuevo Mundo» de Montalvo, «La Estrella de Lima convertida en Sol sobre sus Tres coronas» de Echave y Assu y «El Sol y Año Feliz del Perú» de Rodríguez Guillén.

En 1715 se publicó la «Gaceta de Lima»; pero era sólo una reimpresión de la «Gaceta de Madrid» que traía las nuevas de Europa cada vez que los galeones españoles llegaban al Callao. Apareció con alternativas hasta 1722, en que se hizo mensual. En 1743 o 1744 reapareció con variaciones en su contenido, porque ya no se limitaba a reproducir la «Gaceta de Madrid», y subsistió hasta 1767. En este período tuvo entre sus suscriptores al virrey Manuel Amat y Junyent y su amante, la célebre Micaela Villegas «La Perricholi». La «Gaceta de Lima» reapareció en 1793 y duró hasta 1810.

EL PERIODISMO EN EL MUNDO

Dice Luis Romero, periodista, autor de *CURSO PRÁCTICO DE PERIODISMO*, de la Editorial Joy (1959) de Argentina: «El honor de la primicia, válganos el término, corresponde en verdad, como en otros tantos campos del progreso, a los chinos, que ya en el año 700, antes de Jesucristo, imprimían sobre delgadísimo papel de paja de arroz, una hoja titulada «Ching Pao», que presentaba características informativas suficientes como para ser considerado un verdadero periódico; otra hoja aparecida en 1350, «Gaceta de Pekín», revela, en su título, su genuina condición periodística. Una y otra se imprimían por medio de tablas de madera blanda, perfectamente alisadas, en las que un pendolista trazaba a punzón los caracteres invertidos; lógicamente, éstos aparecían en blanco, sobre fondo negro.

Pronto el sistema se perfecciona, y la xilografía, xilón, madera, graphos, escritura, adquiere verdadera jerarquía artística al surgir dibujantes muy notables, diestros tallistas a su vez, que no se limitan ya a grabar en profundidad, sino que lo hacen en relieve, con lo que la imagen reproducida aparece en negro sobre el fondo blanco del papel. La posterior invención de la prensa representa otro paso adelante en el arte gráfico, pues permite reproducciones más nítidas y con mayor rapidez, de las planchas, que un operario entinta a mano, mediante rodillos de cuero, en tanto que otro aplica sobre aquellas la hoja de papel, y hace descender seguidamente, con toda la prontitud posible, para que la tinta no seque, el plano superior de la sencilla máquina, hasta lograr la necesaria presión.

Con la invención de los tipos sueltos, es decir, de pequeños paralelogramos de bronce, que llevaban grabadas en relieve, en uno de sus extremos, una sola letra o signo, permitiendo formar palabras y líneas enteras, que se mantenían unidas por medio de hilos gruesos y resistentes pasados a través de un orificio practicado en la cara lateral de cada pieza, la imprenta entra, decisivamente, en el camino que ha de conducirla a la maravillosa perfección de nuestros días. El trascendental acontecimiento tiene lugar en Nuremberg, Alemania, en 1450, y el genial inventor es Juan Gutenberg, según la versión más difundida, aunque muchos historiadores holandeses sostienen, con acopio de testimonios que tal honor corresponde a su compatriota Lorenzo de Coster, quien unos pocos años antes, ya había efectuado algunas impresiones siguiendo tal procedimiento.

En América, la imprenta es introducida en 1532 por los misioneros jesuitas de la Nueva España (Virreynato de México), quienes no tardan en efectuar una edición del opúsculo titulado «Escala Espiritual para llegar al Cielo». A Juan Pablos, también de México, cabe el honor de haber sido el primer impresor de la América hispana, con privilegio real por tres años.

Aunque nos parezca extraño, transcurren casi dos siglos entre la invención de Gutenberg y la aparición en Europa de los primeros «conatos» de periodismo, consistentes genéricamente en «corantos». Llevaban por título un resumen, más o menos largo, del único hecho de que informaba cada edición y la primera de que se tiene conocimiento, publicada en Holanda en Diciembre de 1620, reseña la batalla de Weissenberg con la que, prácticamente se inició la Guerra de los Treinta Años.

La iniciativa holandesa es seguida por otros países europeos, en todos los cuales aparecen «corantos» cada vez que su venta parece asegurada por el relato de algún suceso de importancia extraordinaria; muy pronto se establece tácitamente un intercambio de material, y las hojas editadas en cualquier país son reproducidas en los demás, con lo cual los lectores disponen, aunque con el atraso debido a las precarias comunicaciones de la época, de una información más o menos objetiva de lo que acontece más allá de sus respectivas fronteras.

Un sagaz editor inglés concibe y lleva a la práctica, con notable éxito, en 1622, la idea de publicar en un sólo cuaderno de varias páginas, noticias del exterior tomadas, naturalmente, de los «corantos» más recientemente aparecidos. Pero ni estas hojas, ni las gazzetas (cotorritas) que hicieron su aparición en 1630, llamadas así porque hablaban, según el decir de la gente, a tontas y a locas, pueden ser ortodoxamente denominadas periódicos ya que, como hemos visto, se ponían a la venta en forma esporádica, no tenían título ni características gráficas fijas, ni pueden ser calificadas de estrictamente veraces, sino con muchas reservas mentales.

LA COMUNICACIÓN COMO MEDIO NO COMO FIN

La importancia de un medio de comunicación colectiva se aquilata por la cantidad y la calidad de mensajes de carácter humanista que difunde a favor de la comunidad, contribuyendo a crear conciencia de los deberes y derechos de la persona como ser individual y social. Esta es la vía natural y segura para que un medio llegue a gozar de la confianza de sus usuarios y alcance un auténtico prestigio social (muy distinto a poder social o económico que más parecieran importar hoy).

A veces los comunicadores sociales, inmersos en el tráfago de sus actividades diarias, no tienen tiempo de reparar en cierta actitud de la mayoría de personas, ajenas directamente a los medios, cuando se acercan a éstos: su interés, manifiesto o subyacente, hacia el propio Medio por ser Medio. De lo que resulta el estereotipo de considerarlo un fin y no lo que verdaderamente debe ser, un vehículo para alcanzar objetivos supremos consistentes en multiplicar la difusión de ideas propiciadoras del desarrollo personal y colectivo.

Los comunicadores deberían darse tiempo para percatarse de este fenómeno y tratar de hacer docencia que permita, cuando menos, diluir la fijación anotada, ya que de esta actitud (no siempre consciente) de la mayoría de usuarios, se valen algunos medios interesados sólo en alcanzar poder social, económico y hasta político. Por ello se explica que sin la menor impudicia propalen en forma rimbombante que están cumpliendo con su obligación de dar a la comunidad lo que a ésta le interesa, como si los intereses reales estuvieran desligados de las necesidades, actitudes, ideales y valores de la sociedad.

Como en nuestra realidad los medios de difusión con prestigio social aún son muy pocos, es conveniente propiciar una toma de conciencia – la cual a su vez, proveería un favorable cambio de actitud – por parte de la colectividad y de los dueños de los medios en general para que busquen de colocar a la comunicación colectiva en el verdadero sitio que le corresponde como agente facilitador del desarrollo humano. En este mismo orden, se impone la necesidad de educar a la sociedad hacia la valoración de los medios en función de los contenidos que transmiten (los cuales deben abarcar la cultura humana en su diversificada totalidad), y también hacia el apoyo a los esfuerzos, por ahora aislados, de algunos medios que felizmente sí son sensibles a las auténticas necesidades de la comunidad y realizan una valiosa labor que debe ser relevada e incentivada.

Al Estado, dentro de una adecuada y realista política de comunicación social que ha de diseñar, le corresponde efectuar esta selección de medios que deberían contar con todas las prerrogativas de una institución de servicio público.

En este mismo marco, el Ministerio de Educación, por ejemplo, podría delinear alguna forma de instrucción a la comunidad educativa acerca de los medios de comunicación, su importancia y significado, y lo que se debe esperar de su programación como finalidad única y trascendente. Creemos que valdría la pena hacer el intento.

Lo cierto es que algo urgente hay que hacer para humanizar los medios o, por lo menos, para contener el violento proceso de deshumanización en el que han ingresado, especialmente los pertenecientes al campo de la radiodifusión sonora y por televisión.

Se dice que comunicación es todo producto – físico y es espiritual – de la razón y el conocimiento humano que hace posible, mediante un proceso de transmisión recíproca, que las personas puedan relacionarse unas con otras de manera bipersonal y/o colectiva. Si este concepto se completa al añadir que la comunicación otorga y recibe mensajes humanistas hacia y desde diversos lugares del país y del extranjero.

En efecto, la advocación sólo parece incentivar el aspecto físico de expansión del «hardware» – infraestructura, equipos y accesorios que

viabilizan la comunicación – y del «software» o programas que alimentan el funcionamiento de esos equipos, sobre todo en el área de la informatización (empleo de la informática en los diversos órdenes de la vida humana), pero que por sí solos no constituyen comunicación propiamente dicha. De allí que la Unión Internacional de Telecomunicaciones (UIT) y no la UNESCO, esté sumamente activa.

En este asunto hay una tercera dimensión, a nuestro entender mucho más relevante, la cual se está soslayando: los contenidos de los mensajes, y su calidad humanista, que se transmiten a la colectividad.

Una referencia de la ONU a la misión educativa y cultural de los medios de comunicación social, en adición a sus objetivos informativos y recreativos.

Mirando nuestro país, quisiéramos detenernos en un rubro vital de las telecomunicaciones que tiene que ver con la sociedad en su totalidad: la radiodifusión sonora y por televisión. Hay que reconocer que ambos medios han recibido del gobierno un gran impulso para el mejoramiento de su infraestructura («hardware») y la adquisición del correspondiente «software» para el funcionamiento y manejo de los equipos electrónicos. Empero, en el aspecto de programación de contenidos, que deberían estar al servicio de la sociedad peruana como finalidad suprema, no se ha trazado aún ningún tipo de política – normatividad e incentivos incluidos – que induzca, por fin, a los medios a transmitir educación y cultura conforme al mandato constitucional que está por encima de cualquier declaratoria lírica o realista.

Esperamos, no obstante, que el gobierno peruano dé en algún momento un vuelco positivo hacia una verdadera política de comunicación social y concilie su invaluable apoyo a la expansión de los medios de comunicación social con la necesidad de ponerlos al servicio de la educación y la cultura del Perú como contribución a su desarrollo social. De esta manera, será muy grave su responsabilidad por la difusión radial y televisiva a todo el país, por satélite y microondas – magnificando aún más los yerros presentes en la mayoría de programas y tandas publicitarias increíblemente insustanciales –, de contenidos deformantes y retardatarios de nuestra identidad nacional.

Sólo un cambio definitivo en la concepción cualitativa de la programación radial y televisiva ayudará a la Nación a estar preparada frente a cualquier síntoma de colonialismo cultural.

EL PERIODISMO DEBE RESPETAR EL IDIOMA. DIFERENTES MODALIDADES DE LA INFORMACIÓN



Periodismo Escrito



Periodismo Radial



Periodismo Televisivo



Publicidad



Periodismo Cinematográfico

VOCES AUTORIZADAS DE PERIODISTAS SOBRE LA PROFESIÓN DE LA COMUNICACIÓN

En su obra «Pedagogía del Periodismo», el fallecido profesional Ramón Cortés Ponce, que fuera conocido en Valparaíso (Chile), en esa ciudad, expresa algunos conceptos que, por su delicadeza, por su elevación y por su alto valor espiritual, constituyen el punto diametralmente opuesto a quienes realizan en las aulas y en los periódicos, eso que se denomina **PERIODISMO MEDIO**. He aquí los conceptos de Cortés Ponce:

«¿Qué más queda por decir?».

Tal vez queda lo más importante.

La enseñanza y el estudio del periodismo ha de emprenderse con amor. Los diarios tienen hojas, como las plantas y para que nazcan, requieren que la semilla de una idea fecunde el plomo del taller. Nada alienta, tiene vida o adquiere existencia, sin que en el principio sea el amor...

¿Cómo enseñar periodismo, cómo penetrar y fecundar el tálamo perfumado del espíritu juvenil, si el que lo imparte no tiene el alma espolvoreada de ese polen dorado que es el amor por la profesión?

Ningún fruto podrá dar jamás la raíz estéril o el sarmiento seco.

El periodismo no es disciplina que conduzca hacia la fortuna o el poder y el que lo ejerce, ha de contentarse con encontrar, en él mismo, su propia plenitud.

Esto ha de hacer sentir al profesor de periodismo, cómo la vibración de una cuerda trasmite su latido a las demás cuerdas de una cítara.

También es necesario enseñar con sentido de optimismo y altura. El periodismo es un espejo en que se copia la sociedad y como tal, ha de reflejar el acto heroico y el crimen, el vuelo mental del pensador y la ignorancia del vulgo; en una palabra, las grandezas y las miserias que integran el claro - oscuro de la vida humana.

Debe copiarlo todo; **pero no debe solazarse ni detenerse en lo bajo, lo ruin y lo grotesco.**

Para enseñar periodismo, acaso sea interesante recordar una breve pieza de teatro francés.

En el Puente Nuevo de París, junto a las encinas de los muelles, y sobre el agua palpitante del Sena, un hombre detenía a los transeúntes y con el índice levantado, los hacía mirar hacia arriba.

Iban los viandantes, hombres y mujeres cargados con sus problemas, con la frente ceñuda y los ojos clavados en la tierra.

El hombre del puente les instaba a alzar la vista, a contemplar la gloria de oro y azul de una mañana de primavera. **Les estaba vendiendo sol.**

Yo creo que cualquier hombre o mujer que se dedique a la fina tarea de formar periodistas con la arcilla blanda y delicada de la juventud, **debe ser de alguna manera, en alguna forma, un verdadero sol...».**

En la obra **PERIODISMO MODERNO**, escrita por señalados maestros y periodistas prácticos, con el propósito de que sirva de texto de consulta, como una contribución a los razonamientos relacionados con periodismo fin y periodismo medio, estimo necesario imprescindible dar a conocer algunos de sus aspectos, principalmente estos párrafos del capítulo que se titula «Motivación de los Intereses». Así se expresan estos maestros.

¿«Cómo saben los directores de los periódicos qué es lo que interesa al público?. No es raro encontrar en la sociedad a un individuo inescrutable, cuyos intereses son desconcertantes. ¿Cómo es posible, entonces, que el director de una revista determine con exactitud los intereses de un millón o más de lectores cuando elige uno de cada cincuenta reportajes que pasan por su escritorio?. Francamente, no puede saberlo con certeza. Empero, los editores le pagarán bien si tiene un buen promedio de aciertos.

En las ediciones de aniversario, el director puede hacer el intento de resumir en un artículo especial la filosofía que lo ha guiado. Pero en centenares de decisiones diarias, sigue métodos empíricos que a menudo, son contradictorios, al parecer confusos y tan complicados que no es posible explicarlos con palabras. Sin embargo, algunas guías generales tienen cierto valor para el principiante a condición de que advierta que se alteran en la práctica debido a las muchas excepciones que van acumulando los años de experiencia. El resto del capítulo examina alguna de estas guías y también la manera en que interviene el interés público en todos los aspectos del comportamiento humano.

Vimos ya que la curiosidad que siente el hombre por el interés se remonta, por lo menos, a la época de Aristóteles. Siguen siendo pertinente su aseveración de que los hombres prestan atención a todo lo maravilloso, a todo lo agradable; pero los estudios realizados, desde entonces, nos ofrecen ahora conceptos más acabados y científicos.

Los psicólogos prefieren ahora expresiones tales como «impulsos» y «móviles» en vez de «instintos», para subrayar la importancia que tiene el aprendizaje y el medio ambiente en el comportamiento humano. El llamamiento a los móviles más comunes despierta la respuesta del público, pero ese llamamiento toma muchas formas.

El ganarse la vida y el buscar la seguridad como miembro de un grupo social son importantes móviles humanos. Llevan al inversionista a estudiar las cotizaciones de la bolsa de valores y al agricultor a examinar los pronósticos del tiempo. En una época de crisis internacional que amenaza con la guerra, los lectores prestan más atención, que de costumbre, a la información de procedencia extranjera.

Al hombre le gusta la compañía de sus semejantes. Muchas veces lee la información de que hablan los demás miembros de su grupo a fin de participar en la conversación. Las páginas femeninas aconsejan la manera de vestir y agasajar a los amigos y dan noticias sobre las amigas y los clubes. De este modo, la lectora siente que goza de prestigio cuando ve su nombre en letras de molde.

Al hombre le interesa la aventura o cualquier cambio que se aparte de la rutina. Su vida de experiencia personal directa es, muchas veces, limitada. Huye a otros mundos leyendo el artículo de una revista sobre la pesca en alta mar o viendo una película de toros. Una mujer joven puede imaginar que es hermosa adolescente, o una actriz, o una desposada, cuando lee noticias sobre ellas.

Quizá parezca paradójico que el hombre se interese en lo familiar como en las novedades. Tal vez este punto fue explicado por James Winans con su definición de la palabra «interés».

Otros móviles humanos que forman el atractivo fundamental de las noticias y las artes populares, son los impulsos sexuales, el amor a los hijos, la ambición, la curiosidad y el deseo de poder. Como es imposible clasificar y medir con exactitud los móviles humanos, los psicólogos no se han puesto de acuerdo para formular una lista completa ni ordenarlos según su importancia.

Al estudiar la psicología del aprendizaje, Edgard Lee Thorndyke escribió hace medio siglo que «el interés aumenta con el conocimiento y, en realidad, nace del conocimiento». Es más probable que lea la información científica el que ha estudiado química y física, aunque sólo sea porque ya sabe algo sobre la materia. HARPER S puede interesar a sus cultos lectores en una gran variedad de temas, pero una revista de gran circulación, dedicada a un grupo menos ilustrado, tiene que esforzarse aún más para despertar el interés de sus lectores. En todos los casos, un artículo consigue mejor su propósito si comienza insinuándose al lector en un terreno conocido, antes de llevarlo a un nuevo territorio.

Wilbur Scphramm ha indicado que los lectores esperan recibir una especie de recompensa cuando leen las noticias. A veces la obtienen en seguida; otras tienen que esperar. Las noticias de recompensa inmediata pueden aliviar transitoriamente las tensiones del lector porque le dan la emoción indirecta de ganar un juego sin abandonar su sillón, o, con su reportaje de interés humano, aparta sus pensamientos de las cuentas que debe pagar. Las noticias de recompensa retardada pueden aumentar tensiones de momento del lector, aún cuando tal vez considere que la información sobre los nuevos impuestos o la próxima campaña electoral le ayudarán a resolver problemas del porvenir.

La expresión «noticias suaves» se refieren a las noticias sobre los temas que por lo común tiene poca significación futura: deporte, acontecimientos sociales, crímenes, desastres e interés humano. Las «noticias duras» se ocupan del gobierno, los negocios extranjeros, los problemas sociales, la ciencia, la educación. Naturalmente, las noticias sobre los accidentes de tránsito, por ejemplo, pueden tener sólo interés inmediato para el lector accidental, pero serán de interés duradero para el ajustador de seguros, quien las estudiará con el fin de orientar sus actividades en el porvenir.

Quizá una joven considere que la televisión o el cine le dan lo que David Riesman llama «socialización anticipante», una guía del comportamiento para los papeles que representará más tarde en el noviazgo, el matrimonio y el hogar. Tal vez el ama de casa piense que los medios informativos le dan material para la conversación o que la radio y la televisión son buenas compañeras cuando está sola.

EDUCACIÓN Y COMUNICACIÓN EN LA UNIVERSIDAD

En los últimos años y en algunas Instituciones, la educación universitaria en el Perú se proyectó de manera deficiente con referencia a la formación del estudiante. La falta de actualización, comunicación y renovación de los procedimientos metodológicos en el proceso de enseñanza – aprendizaje, así como los cambios sociales, económicos, culturales y políticos que ha experimentado nuestro país, ha preocupado a los pedagogos en las expectativas del estudiante de hoy.

De acuerdo con las investigaciones realizadas acerca de la educación superior en el país entre los problemas que afectan el trabajo pedagógico tenemos:

1. Se observa un aprendizaje mecánico, donde los profesores se encargan de transmitir información, los alumnos no archivan, memorizan y lo repiten sin acrecentar su capacidad pensante y analítica, advirtiéndose un tipo de clase teórica y aburrida.
2. El profesor cumple su rol activo en la educación, ya que es él la persona que plantea, designa y obliga por lo general los temas que se discutirán durante las clases; en tanto que los alumnos tienen que acatar.
3. No hay realmente comunicación entre el educador y el educando, debido a que no existe un diálogo fluido acerca de los temas de información, porque existe cierto temor de parte de los alumnos de tal vez equivocarse en sus planteamientos.
4. El estudiante no le da el valor real a las manifestaciones culturales del país, porque fácilmente se deja llevar por la influencia que los mensajes manipulados ejercen sobre él diariamente.

5. La falta de información actualizada, propicia un desconocimiento de la realidad nacional, lo que a la postre influye negativamente en la formación del futuro profesional.

Ante la evidencia de estos problemas, tanto comunicadores como educadores se han propuesto innovar la educación universitaria. Para ello, crearon programas educativos, modificaron el currículo para ayudar de alguna manera el sistema educativo y mejorar las antiguas metodologías.

LA REDACCIÓN PERIODÍSTICA COMO REQUISITO EN EL PERIODISMO

La redacción no es más que la acción o efecto de redactar y redactar es dar forma escrita a la expresión de algo; por eso se redacta desde una carta familiar o amical hasta un informe político de alto nivel, pasando por un memorando interno. En todos los casos se comunica o se transmite ideas, deseos, órdenes o sentimientos y debe hacerse siguiendo las normas establecidas por la gramática para poder llegar con claridad a la persona o personas a las que va dirigido el mensaje.

Sin embargo, la redacción periodística es toda una especialidad que se adquiere primero en la universidad o instituto superior y luego en la oficina donde se redacta un medio de comunicación social. Es una técnica por la que el periodista llega mejor al gran público, utilizando palabras comprensibles por la mayoría: desde eruditos hasta los niños que recién han aprendido a leer.

Recordaremos lo que dice un autor: «La redacción periodística moderna no es más que la antigua retórica». No le falta razón, ya que los antiguos retóricos se empeñaban en cautivar, entretener y finalmente convencer a su auditorio por medio de la palabra hablada, dicha directamente en el ágora o en el coliseo. Los periodistas modernos estamos en la obligación de informar, orientar y entretener. Cumpliendo con estos requisitos básicos también podemos no sólo convencer sino cautivar a nuestros lectores, oyentes o televidentes. Para ello se requiere un gran manejo del idioma y el uso correcto de las palabras; y sobre todo, construcción sintáctica para aprovechar mejor el espacio – tiempo para una información; espacio en un medio escrito (periódico, folleto, etc.) y tiempo en los medios audiovisuales. Una información noticiosa que diga bastante con el menor número de palabras ocupará menos espacio en un diario, por ejemplo, y menos tiempo en la radio o la televisión.

REDACCIÓN DE NOTICIAS.- Para redactar mejor una noticia o información periodística, se debe utilizar frases cortas y sencillas. Mientras menos frases u oraciones se utilicen en cada párrafo será mejor. De esta

manera se mantendrá la unidad y coherencia en el relato. Hay que tener siempre presente que la redacción de una noticia periodística debe ser fluida, exacta, clara y sobre todo, fácilmente comprensible por quien la lee.

Cada idea debe expresarse en una sola oración – si es que fuera posible – empleando siempre palabras de primer orden, breves y conocidas. Cuando se empleen palabras raras y poco conocidas, habrá la necesidad de explicar a los lectores su significado y ello no sólo demandará tiempo y espacio sino que romperá el ritmo y la fluidez que debe tener una información periodística.

Tratándose de una noticia que se propala o difunde a través de un diario, una radio o una televisora, no debe proyectarse el punto de vista del periodista porque convertirá la información en un comentario y eso es otra cosa.

Esto puede emplearse en una crónica o en un reportaje, en los que el reportero sí puede tomarse la «libertad» de opinar o exponer su punto de vista pero en forma muy disimulada y hasta elegante, de tal manera que el lector no lo note.

En la redacción de una noticia periodística no debe emplearse los pronombres «yo» o «nosotros», salvo cuando el relato se escriba en primera persona y vaya firmado.

No debe cambiarse continuamente los tiempos del verbo, y debe observarse la concordancia de los tiempos.

Tampoco se debe olvidar el elemento tiempo. Por ejemplo, cuando se escribe noticias para radio y televisión siempre estará presente la palabra «hoy», lo mismo que en los diarios vespertinos. En cambio, en los matutinos siempre se hallará la palabra «ayer» porque ésa es la actualidad de los diarios de la mañana. Siempre hay que pensar que desde el llamado «cierre de edición» hasta que el diario está en los puestos de distribución han transcurrido cuatro horas en el mejor de los casos; y cuando esos mismos diarios son enviados a provincias el lapso es igual al tiempo que demora un vehículo en cubrir la distancia entre la ciudad donde se imprime el diario y la localidad de destino final.

Es fundamental en la redacción periodística el estricto respeto de la concordancia que debe existir en el género y también en el número. En la actualidad, vemos que muchos periodistas profesionales incurren en este tipo de errores. Por ejemplo, se dice y se escribe con mucha frecuencia en los diarios lo siguiente: «Un grupo de terroristas atacaron un puesto policial, en las serranías de...». En esta ocasión el sujeto es grupo y como es singular, el verbo también debe estar en singular, en este caso atacó. Nótese incluso que la voz es más activa y por tanto, fonéticamente, más impactante.

EL COMUNICADOR SOCIAL EN EL CLAUSTRO UNIVERSITARIO

La capacidad de comunicar y comunicarse se considera como un aspecto de las relaciones sociales, incluyendo obviamente el empleo de un buen lenguaje.

En la formación de un comunicador profesional, docente, periodista o publicista, el abanico de temas que componen esta Unidad constituye un desarrollo profesional consciente y comprometido que resulta más seguro y placentero.

El análisis de la comunicación social en sus diversos ámbitos, entre ellos los medios masivos de difusión y la universidad, requiere de una reflexión profunda sobre: la comunicación pública, la comunicación de masas, los medios de comunicación como instituciones, el comportamiento masivo, la cultura de masas, las funciones y las disfunciones de la comunicación.

La lectura crítica de la presente Unidad, situará a los futuros comunicadores en el centro de la problemática de la comunidad social. La capacidad de comunicar y de comunicarse más allá de sus rasgos intrínsecamente humanos, que operarían como un elemento que distingue a los hombres de las demás especies vivientes, ha resultado a lo largo de la historia del hombre sobre la tierra una tarea cada vez más compleja y sutil.

En este sentido, resulta hoy innegable que la comunicación apunta a liberar al hombre de un conjunto de necesidades, así como también del miedo que acarrea desconocer datos elementales del entorno y aún por el hecho de ser ignorado por sus congéneres, armándolo en consecuencia de un sentimiento común de pertenencia a entidades sociales desarrolladas e integradas por grupos humanos.

Las capacidades comunicativas características del hombre moderno son el producto de una larga historia de adaptación y perfeccionamiento del uso de las competencias primarias de comunicación, como la voz, el gesto, el lenguaje, el idioma; así como también las constantes innovaciones de las capacidades técnicas, como el papel, el libro, la imprenta, la transmisión radial, la emisión de imágenes televisivas, etc. El informe Mc Bride resume en los siguientes párrafos el camino recorrido por la especie humana en la búsqueda de mejores formas de comunicación.

El hombre dotado de facultades innatas de comunicación, ha conseguido alzarse por encima de las demás especies gracias a su capacidad de organización así como a lo que ha sabido desplegar para mejorar, extender y ampliar dichas facultades naturales. Una de las primeras preocupaciones del hombre consistió en aumentar el impacto, la diversidad

y la inteligibilidad de sus mensajes, a la vez que mejorar su capacidad de interceptarlos y de descifrarlos.

A lo largo de la historia, el ser humano ha procurado mejorar su capacidad de recibir y asimilar información sobre el medio circundante y de aumentar al mismo tiempo la rapidez, la claridad y la diversidad de sus propios métodos de transmisión de la información.

De lo antedicho se desprende que los intentos de mejorar las condiciones de comunicación no tuvieron una finalidad individual, sino primordialmente colectiva, social. El objetivo de contar con normas, estrategias y tecnologías cada vez más excelsas de comunicación apuntaba a transmitir a otros los mensajes, a que otros se informen, se convenzan, se dispongan a actuar o no actúen, se entretengan o disfruten con los mensajes que se elaboran para ellos. Incluso en las etapas más primitivas de la civilización humana, la circulación de mensajes constituía un fenómeno indisociable de una sociedad organizada, que se manifestaba en muchas esferas de la vida social. Si no hubiera ocurrido una difusión de informaciones de este tipo, probablemente no hubiera podido tener origen los progresos en la administración, en los diseños políticos, en el comercio y los sistemas económico – financieros, en la educación, en la salud, por citar sólo algunas de las esferas de las sociedades modernas.

En la tradición filosófica y sociológica, uno de los rasgos destacados con mayor insistencia como intrínsecamente humano ha sido el de ser social. Desde esta perspectiva todo lo que el individuo diga, crea, piense, haga, proyecte o cree, está profundamente marcado en una sociedad concreta, de haber crecido, aprendido normas, costumbres, reglas, leyes, pautas y hábitos de conducta en pequeños grupos sociales, como la familia; o de referencia como el grupo de amigos.

Las huellas de lo social en la personalidad individual también son impresas por instituciones sociales, como la universidad, el club, la Iglesia, los medios de comunicación, entre otras muchas instituciones que influyen en la socialización, formación y adaptación de las personas a la vida social.

Las formas y estrategias de comunicación que cada individuo absorbe, desarrolla, pone en acción y ejecuta en cada situación de comunicación están entonces marcadas, es decir, signadas socialmente.

CONCLUSIONES

1. El periodismo como profesión de la comunicación cumple una función culturizadora a través de la información. Desde este punto de vista, el periodismo debe orientar al público relatando correctamente los hechos para juzgar las informaciones. Esto se logrará mejor si el texto de la comunicación está bien redactado y el idioma correctamente utilizado.
2. Se ha comprobado que en la ciudad de Lima, de acuerdo con las encuestas realizadas existen abundantes medios informativos, tanto impresos como audiovisuales pero muy pocos son los que realmente respetan el idioma en su integridad. Estos medios sólo tratan de ganar lectores con procedimientos vedados por la ética. La mayoría está plagada de vicios de dicción, incoherencias, ausencia de creatividad y sobre todo, desconocimiento de las reglas gramaticales.
3. El Periodismo serio tiene como condición indispensable la propiedad y claridad en la expresión. Por este motivo, se requiere una transparente definición y utilización por separado de cada uno de los géneros periodísticos ya que en algunos medios de difusión aparecen mezclados produciendo efectos negativos.
4. El desarrollo tecnológico de estos tiempos ha permitido la comunicación colectiva dentro de la cual los medios de comunicación masiva desempeñan un rol muy importante, pero a veces, se olvidan que la herramienta del periodismo es el buen uso del idioma español. Estrictamente, no tienen misión de servicio ni ética profesional, lo que les interesa es vender, mentir, escandalizar.
5. No se debe ignorar que el periodismo es una profesión de la comunicación y que una de sus funciones es la cultura y por esta razón asume una gran responsabilidad y una obligación para con la sociedad. Por eso las informaciones que ofrece a través de los medios deben ser lecciones bien concebidas, para que ellas puedan cumplir su objetivo de informar, comunicar, educar, entretener; en suma, culturizar.
6. Muchas de las preocupaciones y errores en el uso del idioma dentro del periodismo se debe a la rapidez en la elaboración de la noticia o del comentario por eso la exigencia formativa debe ser cuidadosa y constante. Aunque algunos periodistas temen enfrentarse a la capacitación permanente o a las críticas de profesionales de su misma rama. En el fondo, se contentan con la rutina y la mediocridad.
7. La comunicación social y en particular el ejercicio del periodismo constituyen una de las más importantes profesiones de la época actual. Lamentablemente existe un incremento en el número de periódicos, tabloides, que con el objetivo de vender más ejemplares,

distorsionan los mensajes, no usan adecuadamente el idioma, abusan de la jerga y la replana.

8. Algunos periodistas encuentran un trabajo y creen que ya terminó su labor o quehacer formativo. No se dan cuenta que en ésta y otras profesiones hay profundos cambios y marcadas exigencias a partir de la calidad productiva. Cuando el público lee o escucha a un periodista cree que está usando correctamente el idioma, por esta razón lo imita, muchas veces erróneamente.
9. La comunicación en su conjunto constituye un intercambio de ideas, de palabras o de otras señales entre un emisor y receptor con la intención de transmitir un determinado mensaje. Para alcanzar este objetivo es necesario que el mensaje sea bien percibido y correctamente interpretado.
10. En la ciudad de Lima, muchos medios de comunicación prefieren utilizar un lenguaje incorrecto, al que atribuyen más poder de comunicación, que cumplir con el rol que la sociedad espera de ellos. Como legalmente no hay sanciones para los transgresores del idioma, conviene exigir y recordar a los futuros periodistas sobre la importancia de dominar el idioma en el ejercicio profesional que ellos han elegido.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- BELLO, Andrés 1969 *Gramática de la Lengua Castellana*. Bogotá.
- CARAVEDO, Rocío 1983. *Estudios sobre el español en Lima*.
- CHOMSKY, Noam 1970. *Aspectos de la Teoría de la sintaxis*. Editorial Aguilar. Madrid.
- FARLIE FUENTES, Enrique 1970. *Periodismo Fin y Periodismo Medio*.
- FERNÁNDEZ MELÉNDEZ, Walter 2000. *Curso de Lengua Española*. Editorial San Marcos.
- GARRIDO QUINTANA, Jorge 2000. *Manual de Redacción*.
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo 1993. *Curso de Redacción y géneros periodísticos*.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis 2004. *Curso General de Redacción Periodística*.
- MEZA VALERA, Walter 1991. *Comunicación. El Medio no es el Fin*.
- MILLER, George 2001 *Lenguaje y comunicación para una teoría de Redacción periodística*.
- NIÑO ROJAS, Víctor Miguel *Los Procesos de la Comunicación y del Lenguaje*.
- PIEDRAHITA TORO, Manuel 1993. *Periodismo Moderno*.
- QUIROZ SÁNCHEZ, Eduardo 1988. *Patología de la Redacción Periodística*.
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA DE LA LENGUA 1990 *Gramática y Ortografía*. Madrid.
- SÁNCHEZ PÉREZ, Víctor 2000. *La Pedagogía universitaria y el comunicador social*.
- TIPE SÁNCHEZ, Víctor 2000. *Manual de Periodismo*.