

## LA COMUNICACIÓN, BASE DE TODA CREACIÓN PERIODÍSTICA Y LITERARIA

Humberto Martínez-Fresneda Osorio

(Universidad Francisco de Vitoria - Madrid)

La comunicación forma parte de la estructura misma de la sociedad y por eso la información es consecuencia del sistema comunicativo.

Existe una clara interrelación entre sociedad y comunicación, de tal forma que aunque un grupo humano no intercambie bienes, sin embargo, seguro que sí intercambia ideas, emociones, opiniones, información. Si no fuera así, no habría comunidad.

Por tanto, se puede decir que el hombre es un ser comunicativo por naturaleza. Y, en este sentido comunicar es, hacer asequible a los demás nuestro pensamiento y nuestro sentir.

Indudablemente existen aspectos comunes y diferenciales entre la manera de comunicar el periodismo y la literatura pero, por encima de ellas, si aceptamos esta definición de comunicación debemos ponernos de acuerdo en aquellos aspectos que unen desde la diferencia.

El periodismo y la literatura se alimentan de la comunicación, se fundamentan en la necesidad de comunicar. Y desde esta perspectiva, se pueden considerar como creación, palabra global que el lector llena de sentido según su conocimiento de la lengua y su experiencia personal.

Si, además, partimos de la premisa de que en la base de toda creación está el deseo de comunicar, sería importante, entonces explicitar lo que une al periodismo y a la literatura. Y, en ese sentido, en esta comunicación se defiende el necesario acercamiento entre periodismo y literatura que se fundamenta, por un lado, en la mirada previa que tanto periodista como escritor deben tener de la realidad y por otro lado, en

el instrumento común de trabajo, el lenguaje, que van a utilizar para transmitir esa percepción de la realidad.

### **1. La importancia de la comunicación escrita en el tiempo**

La forma de comunicarse depende del momento histórico. Por ejemplo, los pueblos primitivos utilizaban la comunicación directa, un tipo de comunicación que se caracterizaba por una unión íntima y completa, fruto de ese contacto cara a cara pero que tenía la dificultad del cambio del mensaje en el tiempo, lo que daba lugar a errores e inexactitudes con el riesgo de transmitir información falsa cuando esta se trasladaba de un lugar a otro.

La primera herramienta, el primer código, por tanto, que utiliza el hombre para expresarse es el LENGUAJE. El hombre PIENSA. Para comunicar su pensamiento, HABLA

La aparición de la lengua, ha dado lugar a muchas teorías. La teoría imitativa, según la cual las palabras surgen como exclamaciones que se correspondían con las sensaciones o sentimientos experimentados por el hombre primitivo o la teoría lingüística actual en la que el desarrollo del lenguaje es un proceso de perfeccionamiento que duró cerca de dos millones de años, provocando el desarrollo de la palabra.

En un momento determinado surge la necesidad de perpetuar los mensajes en el tiempo. Aparecen los SIGNOS ESCRITOS y con ellos (pintados o grabados), los pueblos primitivos logran comunicar más eficazmente la información en el tiempo.

Indudablemente, existen variables que influyen en la misma comunicación escrita: las innovaciones tecnológicas marcan la comunicación-información. Se va a comunicar más rápido o despacio, los sistemas de composición e impresión, la evolución los códigos (lenguaje/escritura), los soportes materiales o físicos (desde materiales duros al papel o soporte informático), los sistemas de almacenamiento y los sistemas de difusión (oral/escrito).

El hombre aspira a perpetuar su pensamiento, sus actos, sus sentimientos. Transmite así su herencia cultural, primero a través de la transmisión oral, después a través de las pinturas rupestres. Finalmente, a través de la escritura.

La escritura es la representación del lenguaje hablado por medio de signos. La escritura es la segunda gran técnica instrumental (la primera es la lengua) del hombre para almacenar y comunicar sistemática y ordenadamente su pensamiento.

Este almacenamiento de la información se produce mecánicamente sobre un soporte independiente y puede ser recuperada y utilizada, en cualquier momento, en cualquier lugar, por todos los que son capaces de consultarla y decodificarla.

Pero el lenguaje y la escritura necesitan un código expresivo. El código expresivo del LENGUAJE son los fonemas (cada uno de los sonidos simples del lenguaje hablado). El código expresivo de la ESCRITURA son los signos (caracteres que se emplean en la escritura y en la imprenta).

Centrémonos brevemente en la comunicación escrita. Los signos y fonemas van evolucionando y se pueden dividir históricamente en 4 fases:

1. MNEMÓTICA
2. PICTÓRICA
3. IDEOGRÁFICA
4. FONÉTICA

#### 1. MNEMÓTICA

También llamada memorística. Consiste en el empleo de objetos reales como datos y mensajes de gentes que vivían alejadas. Por ejemplo, el recuerdo de victorias guerreras se realiza mediante monumentos prehistóricos.

#### 2. PICTÓRICA

La comunicación se transmite mediante la pintura. Es una representación de objetos. El ejemplo más característico es la pintura rupestre.

### 3. IDEOGRÁFICA

Es la asociación de símbolos pictográficos con objetos e ideas. Ejemplo de ella es la escritura jeroglífica egipcia.

### 4. FONÉTICA

Cuando el signo representa un sonido de letras, palabras, sílabas. La unidad fonética menor es la letra

La escritura, representación del lenguaje hablado por medio de signos, sufre también una evolución, pasando de la escritura de las ideas a la escritura de los sonidos.

Representación de la escritura de las ideas son las escrituras JEROGLÍFICA (Representa gráficamente las ideas con figuras - figuras que se parecían a animales, plantas, formas humanas, astros, útiles... Son signos que constituyen un sistema representativo-descriptivo para explicar un hecho), la escritura HIERÁTICA (se utilizan las figuras pero más simplificadas. Simulan contornos esenciales de las figuras) y la escritura DEMÓTICA o POPULAR (es del siglo IX antes de Cristo. Por la tendencias de la escritura rápida, se simplifican los signos a un solo trazo. No existe elemento fonético. Son escrituras cursivas).

Por su parte la escritura de los sonidos y las voces (para comunicarse con otros pueblos, se abandona la escritura de las ideas), evoluciona desde la escritura FONÉTICA a la escritura SILÁBICA (se adopta un símbolo (signo) para cada sílaba) y finalmente la escritura ALFABÉTICA (las sílabas se descomponen en letras. Se inventan signos para cada una de ellos).

Parece ser que los fenicios son los primeros en formar un alfabeto fonográfico, basado fundamentalmente en la escritura de los egipcios.

Testimonios históricos griegos hablan de que fue el príncipe Cadmo quién unos 1500 años antes de Cristo llevó a Grecia el alfabeto fenicio compuesto de 22 signos consonánticos (sin vocales).

El alfabeto griego primitivo lo componían 16 letras con diversas variantes, que se unificaron en el siglo IV antes de Cristo en un alfabeto de 24 letras (17 consonantes y 7 vocales).

Del alfabeto griego se derivan varios alfabetos. El que más nos interesa es el ALFABETO LATINO o ROMANO.

En un principio compuesto de 2 letras y desde las postrimerías de la República en los 23 signos actuales.

Los signos que los romanos adoptan del alfabeto griego sin modificaciones son:

A, B, E, H, I, K, M, N, D T, X, Y y Z

Modificados, C, D, G, L, P, R, S y V

Nuevos, F, Q

Varios siglos después, J, U, W.

La escritura latina pasa por 4 épocas. Desde la escritura capital (mayúscula) del siglo I a.d.C. hasta el siglo III d.d.C., pasando por la escritura uncial (redondeada), de los siglos III al VIII d.d.C., las escrituras nacionales (siglos VIII al XII d.d.C.) y, finalmente, la escritura gótica de finales del siglo XII.

Vemos, pues, que la escritura, base del periodismo y de la literatura ha ido evolucionando y acondicionándose como herramienta que permite la transmisión del pensamiento y del conocimiento entre las diferentes civilizaciones y culturas.

## **2. La comunicación como proceso: lo que une y separa al escritor y al periodista**

Desde esta perspectiva, y reconociendo el valor de la escritura, ¿cuál es la utilización que, de ella hacen el periodismo y la literatura?

Partiendo de la escritura como código y, por tanto, agente fundamental del proceso de comunicación, ésta permite la interrelación continua entre emisores y receptores para el intercambio de mensajes.

Pero, ¿cuál es la realidad que transmite? ¿En qué coinciden el escritor y el periodista? La comunicación escrita periodística y literaria se nutre de la propia vida, trabaja con realidades fácilmente reconocibles y desarrolla un código de valores. Por eso, es imprescindible reconocer su papel como herramienta que nos sirve para salir de nosotros mismos y relacionarnos con los demás. Por ello debemos tener unos modos de comunicar.

A través de la escritura se capta la realidad. El problema es la interpretación que se da a esa realidad de acuerdo a unos condicionantes políticos, ideológicos, económicos y sociales.

Sin embargo, esta realidad se nos presenta bajo un aparente diálogo que algunos autores denominan la dialéctica informativa y que “supone” un continuo intercambio de mensajes acerca de la realidad en la que se sigue suponiendo que hay una interrelación entre quien los envía y quienes lo reciben. Este intercambio, sin embargo, es un intercambio ficticio. Porque tanto el escritor como el comunicador ofrecen su realidad y, en este punto, hay que decir que no son neutrales en sus mensajes.

Sin embargo, encontramos aquí la primera coincidencia, la primera similitud a su labor de creación.

Se presentan, ensalzan prototipos humanos y se les hace universalmente admirados, destacando modos de vida y estilos y costumbres. Los contenidos están al servicio de una determinada idea y dispuestos para una orientación determinada en el ánimo de los espectadores.

Al final el receptor en ese “diálogo” con los medios de comunicación es, paradójicamente, sujeto pasivo al recibir una información absolutamente de manera unidireccional, sin posibilidad de comunicación y que depende exclusivamente del emisor.

Esta situación de inferioridad en ese supuesto diálogo informativo surge de la utilización por parte del emisor de las técnicas propagandísticas en las que la forma, la presentación, puede con el contenido de tal manera que se introducen

intencionadamente hechos u opiniones que inducen al receptor a ponerse de parte de las ideas e intereses del informador.

Estos continuos impactos que los emisores lanzan y la sociedad recibe afecta a ésta última en su código de valores. Frente a los valores universales se imponen valores nuevos mediante la repetición de estereotipos que terminan siendo habituales en la convivencia.

El éxito, el placer, la apariencia, el consumismo, la belleza física, la competencia, lo práctico sobre lo importante, la eficacia del comportamiento, el culto al dinero o a la imagen son los “grandes valores” que, poco a poco, han sustituido o, al menos, desplazado a través de literatura y el periodismo a los grandes valores universales tales como la verdad, la dignidad humana, la libertad, la justicia, la responsabilidad y otros muchos.

A esto se le une sobre todo en el campo de la comunicación en los medios de comunicación una serie de desequilibrios que se producen en este proceso de comunicación y que supone que, de una manera intencionada o involuntaria, la balanza de decante a favor del emisor.

Así, a nadie escapa que un primer desequilibrio está en la selección de la información. La realidad que es infinitamente superior a la información hace que los medios de comunicación necesariamente seleccionen la información que van a enviar a sus receptores. En esa selección ya hay un sesgo que se acentúa con la segunda selección de la información que se va a introducir en las primeras páginas de los periódicos o en las cabeceras de los informativos de radio y televisión.

Además, a esto se suma otros desequilibrios que tienen más que ver con el cómo de la transmisión del mensaje.

Desequilibrios o situaciones viciadas que Benito recogió en su día perfectamente y que se materializa en las siguientes cuatro fases: “al nivel del hecho, de la elaboración del mensaje, de la transmisión y de la difusión”.<sup>1</sup>

---

<sup>1</sup> Benito, Ángel (1995). *La invención de la actualidad*. Madrid, Fondo de Cultura Económica de España.

Desde el desconocimiento del comunicador hasta la intencionalidad en la recogida de unos u otros datos puede haber desequilibrio a favor del emisor. El cómo se presenta la información, la redacción, las fotografías que se utilizan o la cantidad de espacio que se le dedica puede incidir en la percepción del receptor de manera negativa o positiva.

Esto, indudablemente juega a favor de los propios emisores que saben que el camino que sigue el mensaje desde que se inicia el proceso de comunicación es inverso a la percepción del receptor. El emisor se pregunta QUÉ quiero decir y una vez que lo sabe, se plantea CÓMO lo digo. El receptor se deja atraer por el CÓMO y, finalmente, se decide a leer, ver o escuchar.

Esto nos lleva a la reflexión de que el contenido de lo que se escribe no llega a la sociedad de manera directa sino a través de intermediarios. Estos intermediarios, son los encargados de observar la realidad, procesarla y trasladar de la manera más honesta posible el mensaje a la sociedad.

Querámoslo o no tanto unos como otros filtran la información. En primer lugar, porque es imposible acceder a toda la realidad, luego hay una selección previa de la realidad.

Y, en segundo lugar porque hay una jerarquización de esa realidad previamente seleccionada y que se traduce en una interpretación de la realidad en consonancia con la estructura de poder que manda en el medio de comunicación.

Por tanto, los escritores, los periodistas alimentan de información a millones de personas y esto supone un acto de responsabilidad a la hora de recoger hechos, narrar situaciones, interpretarlos, describirlos. Y aquí hay una segunda coincidencia entre el escritor y el periodista.

De forma que no debe quedar “herido” el primer postulado de la responsabilidad comunicativa como es expresar, defender y divulgar la verdad para no influir negativamente sobre las personas, sobre sus costumbres, sobre sus valores, intentando llegar de manera honesta al mayor número de personas con el mayor número de mensajes.

Sin embargo, debemos aquí hacer una referencia a las diferencias que separan a los escritores y a los periodistas como emisores en el proceso de interrelación con los lectores.

El escritor goza de absoluta libertad para escribir, no le urge como al periodista el tiempo. Puede escribir para su única satisfacción. El periodista debe satisfacer con su mensaje a una mayoría, si no a todos.

El periodista escribe para un público potencialmente ilimitado pero debe conocer al receptor al que le envía el mensaje. El escritor escribe para un receptor universal, sin limitación de espacio y tiempo, lo que le supone un ritmo lento.

La instantaneidad se ha instalado en el periodismo. Hay que escribir rápido para que no nos pisen la noticia. El espacio, limitadísimo.

El lector del periodista tiene urgencias utilitarias frente al lector del escritor que no las tiene.

Finalmente, hay que destacar la soledad del escritor frente al periodista que forma parte de un cuerpo de redacción, actúa de “vaso comunicante” entre la realidad y la sociedad y por eso tiene una visión menos estricta que la del escritor.

Con este panorama, simplemente, sirva de apunte, las tendencias que sigue de manera genérica tanto la industria editorial como la industria periodística y que debe alertarnos ante posibles abusos en la comunicación escrita:

- Concentración/Diversificación (cada vez más medios de comunicación y editoriales en manos de menos)

- Vinculación a determinados poderes (Los gobernantes tienden a influir en el panorama de los medios)
- Globalización (llegada de inversores extranjeros)
- Influencias de las nuevas tecnologías (medios a la carta –periódicos gratuitos, canales temáticos...)
- Búsqueda de la máxima rentabilidad (productos que gustan un poco a muchos frente a productos que gustan mucho a pocos)

### **3. El mensaje en la literatura y el periodismo**

La comunicación es el intercambio de mensajes entre hombres y grupos humanos. Maletzke distingue tres binomios de cuya mezcla salen las diferentes situaciones de comunicación.

Así, habla de comunicación directa e indirecta, comunicación unilateral y recíproca y comunicación privada pública.

La comunicación directa, frente a la indirecta es aquella que se realiza sin ningún intermediario. Es propio de la comunicación interpersonal.

La comunicación unilateral es la que no lleva consigo ninguna exigencia de respuesta, frente a la recíproca que busca necesariamente la interrelación de emisor y receptor.

Por su parte, la comunicación pública es aquella a la que pueden acceder todos, y la comunicación privada la reservada a algunos o la realizada en ámbitos particulares.

¿Dónde se encuentra la literatura? ¿Y el periodismo?

Veamos a través de ejemplos que tipo de comunicación se desprende de la interrelación de estos tres binomios.

La comunicación directa, unilateral y privada es la propia de una clase en la universidad. La comunicación directa, unilateral y pública es la propia de un acto político.

Estos dos tipos de comunicación son las denominadas comunicación grupal.

La comunicación directa, recíproca y privada es la propia de una conversación. La comunicación directa, recíproca y pública es la propia de un coloquio.

Ambas pertenecen a la llamada comunicación interpersonal.

La comunicación indirecta, recíproca y privada es la propia de una conversación por teléfono. La comunicación indirecta, recíproca y pública es la propia de una videoconferencia.

Ambas se inscriben en la comunicación intermedia.

La comunicación indirecta, unilateral y privada es la propia de un LIBRO. La comunicación indirecta, unilateral y pública es la propia de los MEDIOS DE COMUNICACIÓN.

Ambas son la comunicación típica de los medios de comunicación.

Por tanto, vemos que la literatura y los medios de comunicación se comunican de manera muy parecida.

Son comunicaciones próximas, en las que la eficacia comunicativa depende de las habilidades de los emisores y utilizan elementos lingüísticos (texto), no lingüísticos (elementos visuales) y paralingüísticos (sistema autónomo de comunicación como el tono, las diferentes tipografías, la evolución del relato, etc).

El mensaje es un conjunto de signos (unión de significante y significado), organizados (siguen un orden, hay reglas), por la intencionalidad del emisor (aunque lo haga sin querer), posibilitado por un código común (hay reglas escritas lingüísticas y no lingüísticas). Y la comunicación periodística y literaria, no lo olvidemos, es el intercambio de mensajes entre hombres y grupos humanos, por tanto, parte fundamental del proceso.

El mensaje tiene una significación sintáctica (relación de los signos entre sí, por ejemplo, M + E + S + A = MESA, o el orden en la maquetación de un libro o periódico), una significación semántica (relación de los signos con las cosas) y significación pragmática (relación de los signos con la gente o lo que es lo mismo el uso que hace la gente de sus connotaciones).

En la comunicación de los medios de comunicación donde se incardinan la literatura y el periodismo, se elaboran mensajes idénticos para el lector, de un modo potencialmente ilimitado – en principio, todo el mundo lo puede leer, aunque no es así, sobre todo en el caso de la literatura) y el lector es heterogéneo y disperso.

Pero la literatura y el periodismo utilizan el mensaje de manera diferente.

En la literatura,

- se busca deliberadamente la belleza
- el estilo es ameno
- la actitud, la de entretener, divulgar, la creación literaria
- el género utilizado, el artículo literario –ensayo, humor, costumbrismo...-
- el modo de escritura, la exposición y los argumentos

En el periodismo,

- se busca la utilidad
- el estilo es informativo o editorializante
- la actitud, relatar, analizar, persuadir
- los géneros utilizados, la noticia, el reportaje, la opinión
- el modo de escritura, la narración, la exposición y los argumentos

Si algo es seguro es que la comunicación escrita siempre es eficaz ya que determinado el público objetivo, los mensajes atienden al campo cultural y la experiencia de los receptores, se busca la persuasión a través de una conducta

comunicativa que atiende a acertar con las características biológicas del receptor (temperamento, rasgos, carácter, raza, sexo...) y su entorno social (clase social, estilo de vida, cultura...)

En este sentido, toda creación es palabra global que el lector llena de sentido según su conocimiento de la lengua y su experiencia personal, seleccionando los estímulos en función de su estado emocional, sus necesidades, su disposición mental, comparando esos estímulos, dándoles significación si es nuevo o lo ya designado si es conocido, llenando de significación y sentido y dando la respuesta adecuada.

La responsabilidad del escritor y del periodista les une en la búsqueda de esa creación verdadera y, por tanto, beneficiosa para el bien común y el bien individual de las personas.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- \* ALONSO ERAUSQUÍN, Manuel Alonso (2004): *El Libro en un libro: la edición, primer medio de comunicación de masas*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- \* CABANELLAS, Ana María (et al) (2002): *El mundo de la edición de libros: un libro de divulgación sobre la actividad editorial para autores, profesionales del sector y lectores en general*. Barcelona, Paidós.
- \* CANTAVELLA, Juan y SERRANO, José Francisco (coords.) (2003): *Redacción para periodistas*, Madrid, Ariel.
- \* DAVARA, J; LÓPEZ, P; MTZ.-FRESNEDA, H. Y SÁNCHEZ, G. (2004): *“España en portada. Análisis de las primeras páginas de los diarios nacionales y su influencia en la sociedad”*. Madrid, Fragua.
- \* GARCÍA YRUELA, Jesús. *“Tecnología de la Comunicación e Información Escrita”* (2003): Madrid, Síntesis.
- \* GRIJELMO, A. *“El estilo del periodista”* (2001): Madrid, Taurus.

\* LÓPEZ, Manuel (2004): *Nuevas competencias para la prensa del siglo XXI*, Barcelona, Paidós.

\* MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L.(2002): “*Curso general de redacción periodística*”. Madrid, Thomson.

\* RAMONET, I. (2001): *La golosina visual. ¿Estamos manipulados por la comunicación?*, Barcelona, Debolsillo.

\* SÁNCHEZ TABERNERO, A. (2004): “Los medios de comunicación y la sociedad del futuro”, en *Nuestro Tiempo*, número 601-602, pp. 23- 37

\* SANCHO, Francisco (2004): *En el corazón del periódico*, Navarra, EUNSA.