

Ampliación del modelo comunicacional de Jakobson como fórmula para acercar el mensaje experto al periodístico: la figura del emisor secundario

The Jakobson's Communicative Model extension as a way to approach the expert message to the journalistic message: The secondary sender.

RESUMEN: en este artículo se intenta analizar cómo se comunica mediáticamente el conocimiento por los expertos y qué analogías y diferencias tiene esa comunicación con el mensaje periodístico. Muchos expertos comunican su disciplina con sus códigos en las revistas especializadas y éstas constituyen una de las fuentes principales de los periodistas. El trabajo de traducir los códigos del mensaje especializado en los del mensaje periodístico es muy complejo.

El discurso de divulgación quizá sea la única conexión real entre el lenguaje de los expertos y el de los periodistas. Está claro que si ambos grupos de profesionales aprendiesen ese discurso, el flujo entre ellos se facilitaría. Mientras se alcanza ese momento se propone la figura del emisor secundario ampliando así, para el caso del periodismo especializado, el modelo comunicacional de Jakobson.

Palabras clave: lenguaje especializado, producción del mensaje, periodismo especializado, teoría de la comunicación

ABSTRACT: This research try to analyse how is knowledge communicated by experts and wich are the analogies and differences between experts and journalism messages. The first ones communicate their results with theirs owns code systems in scientific meetings or publications. But these magazines are also one of the main sources for specialized journalism. The complicated job of translating science codes into journalism message is the main point of a successful specialized publications. Popularizing science discourse maybe will be the onliest real opportunity of conecting expert and journalist languages with the society. But if these professional groups don't learn this discourses each other, there are an onliest solution: include a secondary sender as a translator. So we have to increase the traditional Jakobson's communicationals model for specialized journalism.

Key Words: Specialized languages, message production, specialized journalism, communication theory

La comunicación del conocimiento de los expertos es uno de los pilares fundamentales del progreso de la sociedad. De nada vale que la ciencia, la economía, la medicina o las resoluciones judiciales avancen si esos contenidos no llegan a la población. Y la brecha entre los avances, sobre todo científicos y tecnológicos, y lo que la sociedad conoce de ellos es cada vez mayor. Existen dos formas de luchar contra este despropósito: que los periodistas se especialicen en áreas temáticas o que los expertos conozcan las herramientas de la comunicación mediática. Ambas posibilidades pueden, y deben, coexistir. No obstante, en esto, como en muchos otros temas, existe una tercera vía, que denominaremos el emisor secundario, y que puede ser utilizada hasta que ambos colectivos (expertos y periodistas) aprendan a entenderse.

¿Se puede resolver este problema desde el periodismo? Según Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve¹ la manera más eficaz que tiene el periodismo de resolver una situación como la actual en la que existe un exceso de información cada vez más especializada es, justamente, a través de la especialización del periodismo. Estos autores sostienen que el periodismo especializado nace precisamente para contrarrestar los efectos perversos del nuevo superespecialismo que hace que tanto la sociedad como los expertos no sean capaces de contextualizar ni asumir los avances que continuamente se producen.

Ya en 1929 Ortega y Gasset criticaba la nueva “barbarie del especialismo”². Según el filósofo español, el científico³ se estaba especializando tanto que, en realidad, sólo conocía muy bien una parte cada vez más ínfima del saber al tiempo que se hacía más inculto de un saber completo, que es el verdadero conocimiento: “El especialista ‘sabe’ muy bien su mínimo rincón de universo; pero ignora de raíz todo el resto”⁴.

¹ Informe sobre periodismo sanitario de la Organización Mundial de la Salud (2002). Programa de Difusión Científica del Ministerio de Ciencia y Tecnología (1998). VI Programa Marco de la UE.

² FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco, *Fundamentos de la información periodística especializada*, Síntesis, Madrid, 1993.

³ ORTEGA Y GASSET, José, *Obras Completas*, Tomo IV. Ediciones Castilla (sexta edición), Madrid, 1966 (artículo publicado en *Revista de Occidente* en 1929).

⁴ En realidad Ortega se refiere sobre todo al científico experimental, pero creo que su análisis puede extenderse a las ciencias sociales y a algunos periodistas especializados. Sobre todo a aquellos que han llegado a la especialización como colaboradores expertos y no como periodistas que luego se especializan.

⁵ *Ibid.*, p. 218.

Ortega arremete de forma muy dura contra los especialistas:

No es un sabio, porque ignora formalmente cuanto no entra en su especialidad; pero tampoco es un ignorante, porque es un 'hombre de ciencia' y conoce muy bien su porciúncula del universo. Habremos de decir que es un sabio-ignorante, cosa sobremanera grave, pues significa que es un señor el cual se comportará en todas las cuestiones que ignora, no como un ignorante, sino con toda la petulancia de quien en su cuestión especial es un sabio⁶.

Si estas reflexiones las hacía Ortega y Gasset en el año 1929, época en la que ya alertaba del peligro que se cernía en la sociedad si se la dejaba en manos de estos "especialistas", ¿cuál será la situación a principios del siglo XXI en la que los planes de estudios de enseñanzas medias y universidades son cada día más especializados, sobre todo desde las reformas educativas comenzadas en los años ochenta. La "barbarie" de la que habla el filósofo está cada día más vigente y es una de las nuevas lacras que afectan a nuestra sociedad.

Resulta muy esclarecedora la matización que hacen Javier Fernández del Moral y Francisco Esteve sobre lo que debe ser el moderno periodismo especializado y, sobre todo, lo que no debe ser.

Hay que tener en cuenta que la Información Periodística Especializada nace justamente para hacer frente a la especialización del conocimiento. No se trata por tanto de ofrecer una disciplina específica acerca de la especialización en la información, cosa a todas luces absurda, como absurdo sería plantear disciplinas de medicina especializada, de derecho especializado o de economía especializada. Se trata, por el contrario, de hacer posible al periodismo su penetración en el mundo de la especialización, no para formar parte de ese mundo, no para convertir a nuestros profesionales en falsos especialistas, no para obligar al periodismo a parcelarse, a subdividirse, a compartimentarse, sino al contrario: para hacer de cada especialidad algo comunicable, objeto de información periodística, susceptible de codificación para mensajes universales⁷.

Esto implica que existen unas características y unos procesos que gobiernan el periodismo especializado y lo que, desde mi punto de vista, es más

⁶ *Ibid.*, p. 218.

⁷ FERNÁNDEZ DEL MORAL, J., *op.cit.*, p. 11.

importante: estos principios son generales a todas las áreas de comunicación. Respecto a este asunto los autores mencionados, que se encuentran entre los pioneros en la introducción de esta disciplina en España, son más explícitos.

(...) el propósito de esta disciplina, que viene a justificar un eje central de comunicación para todas las áreas de especialización objeto de estudio periodístico, un corpus único, aplicable después a cada materia en concreto, las actuales o las futuras. Nuestro objetivo, por lo tanto, al definir esta disciplina deja fuera la descripción del objeto de comunicación, para centrarnos en la comunicación misma. No nos interesan las demás ciencias sino como materias comunicables, como emisoras de hechos o acciones susceptibles de ser comunicados⁸.

Una correcta aplicación de estos principios generales pretende generar buenos profesionales del periodismo especializado. Sin querer entrar ahora en temas de historia del periodismo, sí merece la pena señalarse que el inmediato precursor del periodismo especializado ha sido el periodismo explicativo, que contextualiza y explica los hechos noticiosos. Esta modalidad reconvertida en periodismo especializado ha salvado a la prensa de perecer ante la inmediatez de la radio y la televisión⁹ y, lo que aún es más trascendente, ha mejorado la imagen y el prestigio de una profesión que en muchas ocasiones se caracteriza por la frivolidad, la falta de rigor, el sensacionalismo o el desconocimiento de los temas que trata.

La exigencia de la especialización periodística es ya un hecho incontrovertible. El actual es un periodismo con distintos niveles de especialización, pero casi por definición podría decirse que es especializado. El periodismo no se entiende sin especialización¹⁰.

Para Diezhandino la complejidad de la sociedad actual obliga al periodista a especializarse para poder informar, en el verdadero sentido periodístico, del hecho noticioso. Porque, en su opinión, el periodista del siglo XXI no debe conformarse con describir el hecho noticioso

Además de describir los hechos básicos que permitan entender nuestro

⁸ *Ibid.*

⁹ Cfr. QUESADA, Montserrat, *Periodismo especializado*, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 1998.

¹⁰ DIEZHANDINO NIETO, María Pilar, "Especialización y periodismo de servicio" en ESTEVE, Francisco (coord.) *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, Fundación San Pablo-CEU, Valencia, 1997, p. 86.

mundo y lo que esos hechos significan, hay que indicar por qué son importantes, en qué contexto hay que situarlos, adónde nos conducen. Se dice a los lectores lo que sucedió, por qué sucedió, qué significa lo que sucedió y que es probable se suceda a continuación¹¹.

Pero puede conseguirse esta premisa sólo desde el periodismo. En trabajos anteriores¹² se demuestra que esto es complicado si no existe una colaboración desde las fuentes y que la realidad puede ocultarse o manipularse sin que ni siquiera el periodista especializado pueda darse cuenta. El periodismo especializado es una herramienta muy poderosa para luchar contra la ocultación del conocimiento por parte de los expertos, pero debe complementarse con otras.

1.- Planteamiento del problema: el lenguaje experto

Una idea aceptada hace tiempo es que la principal barrera que separa los saberes específicos del conjunto de la sociedad es precisamente la barrera lingüística. El problema radica en una imposibilidad para descifrar el idioma cada vez más hermético y especializado que crean los expertos para designar los nuevos territorios que emergen a la luz de las ciencias.

Términos frecuentes como *e-business*, capital intelectual, bienes de producción, ciclo macroeconómico expansivo, clorofluorocarbonos, *quark*, lentes gravitatorias, genes directores del desarrollo, clonación, etc., son difíciles de comprender para una persona con cultura media, incluso habiendo estudiado un bachillerato específico. En periodismo especializado existen varias áreas en las que este problema se agrava porque la terminología es mucho más compleja. Entre estas áreas destacan la científica, economía, tribunales, medio ambiente y sanidad. También es cierto que muchas expresiones no tienen sinónimos en el lenguaje real que puedan sustituir a su compleja terminología. La profesora Bertha Gutiérrez sostiene en su libro *La ciencia comienza en la palabra*¹³:

¹¹ *Ibid.*, p. 87.

¹² ELÍAS, Carlos (2001) "Periodismo especializado en medio ambiente: el caso Doñana como paradigma de manipulación informativa", *Ámbitos, revista andaluza de comunicación*, nº 6, primer semestre de 2001, pp. 297-303.

¹³ GUTIÉRREZ RODILLA, Bertha, *La ciencia comienza en la palabra. Análisis e historia del lenguaje científico*, Ediciones Península, Barcelona, 1998, p. 92.

La precisión en los términos permite la traducción de una lengua a otra por medio de términos que signifiquen exactamente lo mismo en ambas: de esa forma los especialistas de una determinada disciplina sea cual sea la lengua que hablen, tienen la ventaja de poder referirse a la misma realidad con palabras de significante distinto pero que coinciden íntegramente en el significado.

Junto a esta dificultad, recientemente, se han comenzado a percibir que la complicación no reside totalmente en el lenguaje de algunas ciencias, sino también en la gradual desnaturalización de sus conceptos y su lógica, sobre todo en ciencias experimentales como la física: el espacio de cuatro y más dimensiones, la antimateria, la luz que retrocede atraída por los agujeros negros, los relojes que adelantan o atrasan según la teoría de la relatividad o, recientemente, el color del universo. Pero también en economía ocurre esta circunstancia: despidos masivos en industrias que tienen grandes beneficios, contabilidad creativa que ha sido utilizada en las empresas del *boom* tecnológico, por no hablar de la explicación de determinadas sentencias judiciales cuyas exposiciones escapan a la lógica.

Frecuentemente estas dificultades léxicas y conceptuales son citadas como el factor primordial de la incomprensibilidad de los textos, lo cual haría necesario la existencia de un profesional capaz de traducir el discurso para los ciudadanos comunes. Según Fernández del Moral y Esteve, este profesional podría ser el periodista especializado. No obstante, éste tiene muchas veces la dificultad de penetrar en una ciencia que usa un lenguaje hermético, pues no debe olvidarse tampoco, sobre todo desde el punto de vista periodístico, el problema del vocabulario experto utilizado como forma de ocultar una realidad que no se quiere transmitir:

La falta de claridad -o el ocultamiento consciente de la realidad- en el discurso científico obedece a diversas razones. En algunos casos se justifica en lo que en el análisis conversacional se conoce como principio de cortesía de Leech, pues trata de facilitar la comunicación. Por ejemplo, cuando un médico utiliza el término neoplasia en lugar de cáncer o carcinoma. Puede llegar a comprenderse que en estos casos algunos médicos rompan con la claridad para que el enfermo no logre entender; otras veces, sin embargo se justifica más difícilmente, porque entonces el lenguaje científico sirve de escudo protector o es un signo de pertenencia a un grupo, como si la dificultad de comprensión obedeciera a la gran dificultad del contenido de los conceptos que contiene el mensaje¹⁴.

¹⁴ *Ibid.*, pp. 101-102.

¿Cómo, entonces, puede la sociedad acceder a un conocimiento que los propios expertos quieren ocultarle? Para contestar a esta pregunta hay que referirse al modelo comunicacional que se produce en la divulgación y a la relación que guardan los mensajes producidos por los expertos con los de los propios periodistas. Y, finalmente, a las relaciones entre el lenguaje de los expertos y el de los medios de comunicación.

2.- Diferencias entre el mensaje de los expertos y el de los periodistas

La mayoría de los autores que se ocupan de la divulgación de las disciplinas especializadas en forma sistemática suelen caracterizarla como una labor de traducción del lenguaje de la disciplina y de los entendidos en la materia al lenguaje común, poniendo énfasis en la dificultad léxica que produce el creciente vocabulario especializado de las disciplinas en permanente renovación y subdivisión. Una circunstancia, ésta última, que se relaciona con la "barbarie del especialismo" ya mencionada.

No obstante, el paradigma de la complejidad del lenguaje está en la ciencia experimental. Aunque no abundan los estudios sobre el lenguaje de la literatura científica, sobre todo en España, todos los autores asumen que interpretar un texto científico supone enfrentarse a un nuevo idioma totalmente diferente al periodístico, al literario o al de las ciencias sociales cuyo vocabulario procede de las diferentes evoluciones de las lenguas. No así el mensaje científico. Según René Wellek y Austin Warren:

El lenguaje científico tiende a un sistema de signos como el de las matemáticas o la lógica simbólica; su ideal es el lenguaje universal como la *characteristica universalis* que Leibniz había comenzado a proyectar a fines del siglo XVIII. Comparado con el lenguaje científico, el literario suele resultar deficiente en ciertos aspectos. Abunda en ambigüedades, como cualquier otro lenguaje histórico, está lleno de homonimias, de categorías arbitrarias e irracionales, como el género gramatical. Está transido de accidentes históricos, de recuerdos, de asociaciones, en una palabra, es sumamente connotativo. Además el lenguaje literario dista mucho de ser meramente signativo. Tiene su lado expresivo, conlleva el tono y la actitud del que habla o del que lo escribe; y no declara o expresa simplemente lo que dice, sino que quiere influir en la actitud del lector, persuadirle y, en última instancia, hacerle cambiar. Hay, además, otra importante distinción que hacer entre lenguaje literario y lenguaje científico: en el primero se hace hincapié en el signo mismo, en el simbolismo fónico de la palabra.

Para llamar la atención sobre él se han inventado técnicas de todas clases, como el metro, la aliteración y las escalas fónicas¹⁵.

Es interesante observar que esta magnífica diferencia que hacen Welles y Warren sobre ambos tipos de lenguajes está muy asumida por cada uno de los colectivos que los utilizan y la diferencia constituye, en mi opinión, la fuente de muchos de los desencuentros entre expertos y periodistas que definen el periodismo especializado.

Los científicos desprecian el simbolismo fónico o su actitud, su opinión y sus reflexiones sobre un determinado tema y alaban la lógica simbólica. Como señala el miembro de la Academia Americana de Ciencias y profesor de Historia de la Ciencia John Burnham

A la mayoría de los periodistas sólo le interesa la ciencia si ésta cura definitivamente el cáncer. Por el contrario, a los científicos sólo les interesa la prensa si está escrita en latín, contiene abundantes fórmulas matemáticas y en el artículo periodístico queda claro que, en realidad, lo que en él se cuenta no es especialmente trascendente o importante. Estas actitudes tan encontradas entre ambos colectivos han generado que, en el caso de la divulgación científica, se haya propiciado el antiperiodismo¹⁶.

Siendo éste un problema para el periodismo, considero que aún son más graves las consecuencias que de este desencuentro se producirán en la sociedad actual y del futuro.

En el mundo de los medios de comunicación, los elementos de sensacionalismo y segmentación de la información fueron, precisamente, los de la superstición contra la que lucharon los primeros divulgadores de la ciencia, los cuales se enfrentaron a la superstición con las reglas del escepticismo y del naturalismo. Pero en la actualidad, la realidad de los medios de comunicación ha cambiado de forma radical. En estos momentos, está ampliamente tolerado que en los medios aparezcan hasta las más rancias supersticiones, o incluso, que estén dominados por el pensamiento mágico¹⁷.

¹⁵ WELLES, René y WARREN, Austin, *Teoría Literaria*, Gredos, Madrid, 1985, pp. 27-28 (versión española de *Theory of Literature*, Harcourt Brace Jovanovich, Nueva York, 1962).

¹⁶ BURNHAM, John C, *How Superstition Won and Science Lost: Popularizing Science and Health in the United States*, Rutgers University Press, New Jersey, 1988, p. 196.

¹⁷ *Ibid.*, p. 7

2.1.- El modelo comunicacional de Jakobson aplicado al periodismo

Está claro que, en el caso de no solucionar este problema de la falta de comunicación entre experto y la sociedad, puede que se produzca una involución. La situación ideal estaría en que ambos colectivos llegaran a un punto en común en el que se entendieran con claridad. Desde mi punto de vista, esto podría conseguirse en España si el periodismo fuera materia obligatoria en todas las facultades. No sólo de ciencias o ingenierías, sino también de derecho, economía, historia o filología. La característica más significativa con respecto a la divulgación es, según Yriart¹⁸, que la ciencia, y en este concepto se incluyen las ciencias sociales y, en general, los avances en el conocimiento, se manifiesta también —e imprescindiblemente— como comunicación.

La ciencia también ha sido definida como “conocimiento público”¹⁹. Este carácter de publicidad del conocimiento es esencial para su verificabilidad.

Divulgar el conocimiento significa que la información principal debe ser el mensaje que ese conocimiento genera cuando él mismo se realiza como comunicación. Así, según Yriart, “la divulgación científica en su realización más dura, es un mensaje acerca del mensaje”.

Sin embargo, en el proceso comunicativo no sólo interesa el mensaje, pues éste despojado de su emisor, sus receptores, su código, su canal y su referente real, resultaría ininteligible.

En esto reside una de las diferencias entre divulgar los conocimientos o simplemente difundirlos.

Debe recordarse que en el modelo comunicacional de Jakobson²⁰ los elementos de la comunicación son el emisor, que es el que habla y da información; el receptor, que es el que escucha la información; el mensaje (la información en sí); y el canal, por donde la escucha.

Jakobson aclara:

No hay duda que existe un *feedback* entre el acto de hablar y el de escuchar, pero la jerarquía de los dos procesos es contraria para el codificador y el descodificador. Estos dos distintos aspectos de la lengua son mutuamente irreductibles, ambos son igualmente esenciales²¹.

¹⁸ YRIART, Martín F., “La divulgación de las ciencias como problema comunicacional”. *Arbor*, nº junio-julio (1990), pp. 163-178.

¹⁹ Cfr. ZIMAN, John. *El conocimiento público*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1972.

²⁰ JAKOBSON, Roman, *Ensayos de lingüística general*, Ariel, Barcelona, 1984.

²¹ *Ibid.*, p. 88.

En este modelo, la presencia de emisor y receptor son muy importantes: "Los intentos de construir un modelo lingüístico sin ninguna relación con el hablante ni con el oyente y atribuir así a un código la existencia desligada del acto de la comunicación, amenazan convertir al lenguaje en una ficción escolástica"²².

Este problema que apunta Jakobson puede producirse en la comunicación científica cuando el experto transmite sus conocimientos sin pensar en el receptor o cuando sólo tiene en cuenta a un receptor perteneciente a su minúsculo gremio.

En el contexto de este modelo, ¿qué significa un emisor secundario?

En primer lugar, definamos cómo se aplicaría el modelo comunicacional de Jakobson al periodismo. La fuente (emisor) trasmite su mensaje al receptor (periodista). Pero normalmente aquí puede producirse una anomalía del modelo tradicional de conversación entre dos personas, puesto que en periodismo muchas veces el receptor puede condicionar el mensaje del emisor. Es decir, el emisor no expresa voluntariamente lo que en ese momento necesita transmitir al receptor; sino que el receptor (periodista) tiene un cuestionario previo que puede ir modelando el mensaje del emisor.

En este aspecto se encuentra la primera disfunción del modelo comunicacional entre experto y periodista. Y es que, como veremos más adelante, el referente para ambos (experto o periodista) no es el mismo y, por tanto, el mensaje que el emisor quiere transmitir y el que el receptor quiere escuchar no coinciden.

El modelo comunicacional de Jakobson se complementa en el caso del periodismo con una segunda fase. En ella el periodista se convierte en emisor, no de lo que él quiere transmitir, sino de lo que le ha dicho la fuente (emisor primario). El receptor del periodista es la sociedad con toda la complejidad que eso significa: el nivel de receptividad de la sociedad es una media de un número de receptores que puede oscilar desde los miles en el caso de medios especializados y muy interesados hasta los cientos de miles o millones en el caso de medios generalistas. Es, por tanto un receptor amorfo, aunque el periodista sí que conoce aproximadamente las características sociológicas y culturales de su público a través de estudios previos que haya encargado el medio para el que trabaja. De hecho, elabora su información pensando en ellas.

Llegados a este punto creo conveniente definir los integrantes del modelo de Jakobson aplicado al periodismo: el emisor primario sería la fuente; el

²² *Ibid.*, p. 89.

receptor primario sería el periodista y receptor secundario, la sociedad. Debe matizarse que el modelo se complica aún más porque cuando la fuente (emisor primario-experto) habla con el receptor (periodista) está pensando más en el receptor secundario (sociedad) que en el primario y esto distorsiona el modelo comunicacional, porque se considera al periodista como un canal y no como un receptor.

Si a esto añadimos que muchas veces la identificación del receptor secundario no es la misma para la fuente (casi siempre piensa que habla para otros colegas) que para el periodista que sí suele conocer el perfil de su audiencia, se entiende por qué el modelo comunicacional no funciona correctamente.

Debe observarse que esta última disfunción se produce porque el emisor primario no está en contacto directo con el receptor secundario (sociedad). El modelo comunicacional tradicional no prevé esta circunstancia, de forma que el emisor siempre adapta su mensaje al receptor y lo va cambiando a medida que observa cómo éste lo va comprendiendo. Por ejemplo, un físico nuclear o un juez podrá adaptar su mensaje a un receptor con poca capacidad de comprensión. Pongamos que intenta explicar un descubrimiento o una sentencia judicial a su hijo de diez años. Lo adapta porque conoce la circunstancias del receptor y como la comunicación es bidireccional se puede amoldar el mensaje de forma continua. Pero eso, repito, no se da en el caso del periodismo.

2. 2. *La figura del emisor secundario*

Es en este contexto en donde se puede introducir la figura del emisor secundario como elemento para mejorar el modelo comunicacional. Este emisor secundario podría ir ubicado en dos lugares. El primero de ellos sería entre el emisor primario (fuente-experto) y el receptor primario (periodista). A esta figura la llamaremos a partir de ahora emisor secundario-experto. La segunda posibilidad es que este emisor secundario esté entre el periodista y la sociedad y a éste lo llamaremos emisor secundario-periodista especializado.

En función de dónde se ubique algunas de sus características podrían diferir aunque otras son comunes, siendo ambos emisores tan diferentes. Incluso, las dos figuras deben coexistir para mejorar la comunicación experto-periodista.

2.2.1. *Emisor secundario-experto*

Existen disciplinas muy complejas en las que es muy difícil que el periodista aprenda el lenguaje específico. Para estos casos se propone este “emisor

secundario-experto", el cual debe ser un puente-traductor entre el experto (emisor primario) y el periodista (receptor primario).

Uno de los aspectos del modelo propuesto es que en él, el emisor de la información sigue siendo el experto, ya que a él se va a referir explícitamente el mensaje del periodista. Pero este emisor secundario será el "maestro de ceremonias", intérprete o traductor del mensaje de la disciplina en cuestión.

Este caso es muy útil cuando el periodista acuda a entrevistar a un experto protagonista en un área muy concreta de su disciplina. Su dedicación de doce horas diarias al mismo asunto durante muchos años le hace perder el contexto de la realidad, no ya respecto a la sociedad en general sino respecto a la generalidad científica. Nos encontramos de nuevo con el concepto de Ortega y Gasset de la barbarie del especialismo.

Una manera de resolver este conflicto podría ser a través de esta nueva figura de emisor secundario, mediante la cual exista la posibilidad de que el periodista tenga dos emisores: el que protagoniza el hecho noticioso y el que traduce lo que eso significa, lo que implicaría, como se ha mencionado, ampliar el modelo clásico de Jakobson.

Esta situación de incluir dos emisores de la información –uno que da la información y otro que la traduce al periodista, quien a su vez continúa con el proceso de traducción al público- se produce, en la práctica, cada día con más asiduidad de la que en principio parece. Así, el Instituto de Astrofísica de Canarias (IAC) pionero, entre otros muchos aspectos, de aquellos relacionados con la comunicación de su trabajo, ha creado la figura del "asesor científico" que no es otra cosa que un científico con especial habilidad para explicar los términos astrofísicos.

Cuando el periodista ha finalizado su entrevista con el científico autor de la investigación concreta por las que su medio de comunicación se ha interesado, es recibido por el "asesor científico" a quien el periodista le cuenta, a modo de resumen, lo que "ha entendido" de su entrevista con el científico, emisor primario.

También lo utiliza cuando tiene dudas a la hora de redactar -trascodificar al lenguaje periodístico la información científica- su reportaje o noticia.

Esta figura del emisor secundario en ciencia es relativamente novedosa en España -el CSIC o las universidades no disponen de ella- y supone, en la práctica, que el mensaje es interpretado por dos emisores antes de que el receptor -en este caso el periodista- lo transforme para los receptores finales, la sociedad.

También se utiliza en economía. Por ejemplo el canal especializado en economía Bloomberg utiliza este tipo de emisores secundarios que explican situaciones. Lo que sucede es que en este caso no funcionan como emisores

secundarios como se describe aquí –para ayudar al periodista- sino que su función es la de un experto divulgador. En general son expertos anónimos que divulgan bien, aunque a veces pueden ayudar al periodista cuando éste hace una entrevista a una fuente relevante.

Este papel no es el que desempeñan en la actualidad los gabinetes de prensa, porque en ellos existen, sobre todo, periodistas generalistas. Y este tipo de emisor secundario debe ser un experto con cualidades divulgadoras o un periodista especializado aunque este profesional lo propondremos para el segundo tipo de emisor secundario que veremos más adelante.

El paradigma de esta situación sería los gabinetes de prensa de las revistas *Nature* o *Science*, cada día más extendido al resto de las publicaciones científicas²³. Se trata de introducir periodistas que traduzcan el mensaje del científico al mensaje periodístico. También se realiza en la práctica en algunos gabinetes de comunicación de bancos importantes que quieren asegurarse de que su mensaje sea bien comprendido. En el área de medicina algunos laboratorios también cuentan con este emisor secundario.

Pero en la teoría de la comunicación no existen muchas referencias sobre un modelo de comunicación que introduzca la necesidad de un emisor vicario o secundario para que el mensaje llegue correctamente al receptor primario, periodista. Sin embargo, esta estrategia favorecería enormemente la comunicación de determinadas áreas especializadas, pues minimiza dos de los factores que más impiden el flujo comunicativo entre expertos y periodistas: el desconocimiento mutuo entre el trabajo que ambos desempeñan y la sensación de inferioridad del periodista y de superioridad del experto, que impiden una buena comprensión del mensaje.

El desconocimiento mutuo se resolvería porque este asesor de comunicación o agente secundario se encargaría de asesorar al periodista en términos muy coloquiales sobre el interés directo del hecho noticioso complejo y del experto al que va a entrevistar. El experto también tendría la posibilidad de informarse sobre el periodista y, lo que es más importante, se asesoraría a través de un colega de disciplina al que respeta -no a través del periodista del gabinete de prensa, al que a menudo desprecia- de la necesidad de hacer las declaraciones así como de los intereses que tiene el periodista.

Lo importante es que el asesor deberá comunicarse en los dos códigos: el del experto especializado y el periodístico, y debe ser respetado por ambos para que su mensaje tenga credibilidad.

²³ Cfr. ELÍAS, Carlos, "Influencia de las revistas de impacto en el periodismo científico y en la ciencia actual", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, n° 98 (2002), pp. 123-136; y ELÍAS, Carlos, "La comunicación mediática de *Nature* y su influencia en la prensa y la sociología de la ciencia española", *Revista Comunicar*, n° 19, (2002), pp. 37-41.

Respecto a los mutuos complejos de inferioridad y superioridad de periodista y experto respectivamente derivan, en cierto modo, del desconocimiento mutuo. El redactor, por su formación generalista, no comprende ciertas jergas especializadas, lo que le lleva a no preguntar demasiado por temor a parecer excesivamente desinformado y provoque el desprecio de la fuente.

Este hecho implica que en muchas ocasiones no se atreva a traducir los tecnicismos y el mensaje resultante aparece ininteligible por el receptor secundario, la sociedad, y pobre para el emisor primario, el experto.

Pero este problema también se resolvería mediante la intervención del asesor especializado con el que el periodista tiene confianza como para preguntar hasta los aspectos mínimos de una información, lo cual eliminará su complejo de inferioridad.

El complejo de superioridad respecto al periodista del experto proviene de varias situaciones. Respecto a los científicos, es un hecho que en España no se les valora la divulgación, pues la mayoría de la investigación se financia con fondos públicos, con lo cual los científicos no necesitan promocionar sus hallazgos para captar subvenciones, como sucede, por ejemplo, en Estados Unidos. Los científicos españoles, y aquí incluyo a todos los profesores universitarios, no creen que la divulgación a la sociedad de sus conocimientos sea un mérito. Tampoco valoran a quien desarrolla este trabajo y peor aún: muchas veces se critica al colega que aparece repetidamente en los medios de comunicación.

Pero otro tipo de expertos como jueces, fiscales o economistas o altos funcionarios del estado lo que tienen es un complejo de superioridad que les impide reconocer que una de las labores que conlleva su trabajo es precisamente la de divulgar lo que hacen y por lo que les paga la sociedad.

El emisor secundario sería ese experto (juez, economista, científico, médico, etc.) sensibilizado y conocedor de los medios de comunicación, que los valora y que tiene capacidad para convencer e informar al emisor primario del código que debe utilizar para que el mensaje especializado sea comprendido por el periodista.

En este caso se podría plantear el problema de que este emisor secundario, al final, en lugar de mejorar la comunicación, que es lo que se pretende, sólo fuera un elemento perturbador o, lo que es peor, manipulador al conocer ambos lenguajes. Debemos tener en cuenta que en periodismo especializado se da un problema relacionado con la denominada noticia acatamiento en el que la autoridad de la fuente provoca que el periodista confíe en ella y no contraste suficientemente las informaciones que le dan esas fuentes. Este emisor secundario-experto podría favorecer esta circunstancia si no desempeña bien su trabajo.

Está comprobado²⁴ que los profesionales se socializan con su gremio, al cual suelen defender antes que a la verdad si ésta les perjudica. Un juez, un científico o un profesor universitario intentará siempre maquillar una información que atente contra su profesión, aunque la noticia sea cierta. Por ello, no dejo de considerar que habría que tener cuidado con este emisor secundario. La prevención podría ser similar a la que se tiene con los periodistas de los gabinetes de prensa, ya que éstos también interfieren en el proceso comunicativo porque a veces suelen trabajar más para favorecer los intereses de la fuente que les contrata que los del periodismo. No obstante, sabiéndolos usar, un gabinete de prensa puede ser útil para el periodista y lo mismo sucede con este emisor secundario.

Es obvio que para los temas en los que no interviene el componente gremial, este modelo ampliado de Jakobson de incorporar un emisor secundario podría resolver algunos problemas.

Otra posible solución para mejorarlo sería que ese emisor secundario-experto estuviera contratado por el medio de comunicación²⁵ y otra que los criterios éticos y morales, entre los que está revelar la verdad, primaran por encima de otros menos apropiados como el de la defensa del corporativismo.

Respecto a que este emisor secundario sea un periodista, plantearía algunos problemas. En primer lugar esta figura podría asimilarse a la de los gabinetes de prensa actuales (asesores de prensa). La experiencia enseña que, al menos en España, estos periodistas del gabinete apenas discuten con la fuente sobre el contenido de declaraciones y su figura siempre está por debajo de la fuente-experta. Nunca al mismo nivel. La precariedad laboral que existe en periodismo y el hecho de que aún no se haya consolidado como una profesión de prestigio —muchos profesionales (médicos, abogados, filólogos, científicos) piensan todavía que no hace falta estudiar periodismo para ejercerlo, aunque no conciben que en sus respectivas profesiones suceda lo mismo— provoca una gran sumisión del periodista de gabinete al experto²⁶. En realidad, su papel consiste muchas veces en agradar al experto, no en facilitar el trabajo del periodista de los medios. Por otra parte, la cada día mayor

²⁴ Cfr. NELKIN, Dorothy, *La ciencia en el escaparate*, Fundesco, Barcelona, 1990.

²⁵ No existen suficientes estudios sociológicos para afirmar que un experto que abandone su trabajo y se emplee como asesor en un medio de comunicación, deje de defender los postulados definitorios de su anterior profesión para sumergirse en los del periodismo.

²⁶ Cfr. GARCÍA DE CORTÁZAR, Marisa y GARCÍA DE LEÓN, María Antonia, *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Madrid, 2000.

agresividad de estos periodistas de gabinetes provoca que muchos profesionales de los medios se fíen menos de ellos que de las propias fuentes expertas.

2.2.2. *El emisor secundario-periodista*

En este caso el emisor secundario se situaría entre el receptor primario (el periodista) y el secundario (la sociedad). Esta figura puede asimilarse con la del jefe de sección o el redactor jefe que suelen conocer más algunos temas que el periodista que los escribe. Es un segundo filtro, que podría englobarse dentro de la teoría del *gatekeeper* en la que no vamos a detenernos, pero que en algunos casos sirve para mejorar la información especializada y evitar que se cometan errores.

Este emisor secundario-periodista también puede actuar asesorando a la fuente (emisor primario) de forma que la comunicación experto-periodista se produzca de forma fluida sin necesidad de emisores secundarios-expertos.

En esta faceta de emisor secundario-periodista también podrían incorporarse a los profesores universitarios de periodismo que deberían impartir esta disciplina en el resto de las facultades (ciencias, ingenierías, derecho, económicas, historia, filología, sociología) como materia obligatoria de manera que los futuros expertos conozcan las claves del periodismo y pueda mejorarse la comunicación entre los dos colectivos.

3. *Características y funciones del emisor secundario*

¿Cuál debe ser la función de este emisor secundario ? La principal será ayudar a realizar una buena información al periodista generalista o a especializado en esa área. ¿Qué características debe poseer para llevar a cabo esa función? Las necesarias para colaborar en la supuesta traducción del lenguaje especializado al lenguaje común. ¿Cómo se logra la calidad de estos mensajes? Y, sobre todo, ¿cómo evitar esos efectos negativos que horrorizan a los expertos cuando leen algunos artículos en la prensa o en los semanarios de gran circulación?

Para contestar a estas preguntas hay que referirse no sólo al lenguaje en sí, tal y como ya se ha comentado, sino que, creo, los problemas también están en el propio modelo comunicacional. Considero que para responder a estas cuestiones no sólo basta con analizar diferencias de lenguajes. Además, debe

profundizarse en un primer paso en el modelo comunicacional de la divulgación. Después, en la relación que guardan los mensajes producidos por los expertos con los de los propios periodistas. Y, finalmente, en las relaciones entre el lenguaje de los expertos y el de los medios de comunicación. El emisor secundario debe conocer todo esto para poder desempeñar bien su función.

Investigadores como Georges Mounin²⁷ repararon hace ya tiempo en que el de la traducción no es un problema meramente léxico. Lo que se traduce, señala, no son lenguajes sino mensajes y son estos, con su estructura, su contexto y su co-texto, los que forman verdaderamente su significado, y no los términos individuales que los conforman.

Según el análisis textual clásico de Teun van Dijk²⁸ las estructuras típicas de la noticia periodística y del artículo especializado escrito por un experto son claramente diferentes.

De acuerdo con el esquema de Van Dijk, el discurso de la noticia periodística se descompone en un resumen y un relato, el cual, a su vez, se integra con episodios y conclusiones. Por el contrario, el artículo de un experto tiene una estructura argumentativa-expositiva, que se pone de manifiesto en sus unidades organizativas, pues se desarrolla como un planteamiento del problema que se completa con su solución, realizándose la secuencia: sumario, introducción, antecedentes, materiales, métodos, resultados, conclusiones y discusión.

Resulta interesante observar cómo distintos tipos de informaciones ocupan lugares diferentes en ambos esquemas de superestructuras textuales de Van Dijk, con objetivos y efectos también distintos. Así, mientras el artículo escrito por un experto coloca las conclusiones cerca del final, el relato periodístico las adelanta a los primeros tramos del texto.

También es relevante y coincidente en esta estrategia que en la noticia periodística los antecedentes del caso quedan relegados para el final del texto, mientras que en el artículo del experto son virtualmente parte de la hipótesis y se encuentran en el encabezamiento.

Desde la perspectiva periodística se ha utilizado tradicionalmente una serie de preguntas para controlar si la información que contiene una noticia está completa y ubicada en el lugar apropiado del texto.

Estos controladores son las “w” inglesas, es decir las siete preguntas: qué, quién, cuándo, dónde, cómo, por qué y para qué. Las cuatro primeras, se

²⁷ Cfr. MOUNIN, Georges, *Les problèmes théoriques de la traduction*, Ed. Gallimard, París, 1963.

²⁸ VAN DIJK, Teun, *La ciencia del texto*, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1983.

supone que deben estar explícitas en el primer párrafo de la noticia –especialmente si se trata de una noticia de agencia- o cerca de él. Los tres restantes pueden ocupar los últimos segmentos del texto de la noticia, de forma que el editor pueda cortarlo de abajo hacia arriba sin eliminar ningún dato imprescindible.

En el caso del periodista especializado que debe escribir un relato de hechos, la información correspondiente a estos tres últimos controladores –cómo, por qué y para qué- también será crucial para él. Así, según Yriart, el "por qué" identifica los antecedentes del hecho noticioso, los estudios y las observaciones previas que permitieron detectar un problema no resuelto en un determinado campo de la ciencia.

El "para qué" señala el significado del hecho noticioso, sus posibles consecuencias, sus aplicaciones, sean prácticas o como un paso en el avance hacia nuevos problemas y se asocia claramente con la discusión.

El "cómo" apunta tal vez a lo que diferencia al periodismo especializado de la mera transmisión de información. El "cómo" es el relato que cuenta de forma periodística la argumentación del artículo de un experto.

Explicarle al periodista el significado del cómo, el porqué y el para qué es un trabajo de la fuente, pero también el emisor secundario podría ayudar mucho en esta tarea.

3.1. *El emisor secundario como traductor de lenguajes*

A menudo se compara el trabajo de los periodistas especializados con el de traductor, por cuanto los primeros han de encargarse del cometido de reescribir la disciplina de la que quieren informar con palabras del lenguaje común, a partir de una jerga para muchos incomprensible. Esta actividad de convertir el discurso del experto en periodístico, según Bertha Gutiérrez, puede llevar asociada varias disfunciones y para evitarlas también sería conveniente la figura del emisor secundario:

Dado que las palabras del lenguaje común no son del todo capaces de aprehender y expresar los contenidos del discurso científico -razón por la cual la ciencia elabora sus propios términos-, cuando el vulgarizador reemplaza los tecnicismos por sinónimos aproximativos tomados del lenguaje de todos los días, de alguna manera deforma, reduce y caricaturiza el contenido de esos tecnicismos; en otras palabras podría estar desnaturalizando la ciencia²⁹.

²⁹ GUTIÉRREZ, B., *op. cit.*, p. 320.

Otras consecuencias implícitas en la divulgación, en el sentido de traducción, serían que el discurso divulgador contempla una restricción obligatoria del contenido del mensaje científico y de su precisión, así como un cambio en los argumentos de la demostración. Esto último no estaría causado por la comprensión o incomprensión lingüística o terminológica sino, “fundamentalmente, porque unos y otros -especialistas y no especialistas- no tienen el mismo referente”³⁰.

Así, el hecho de que el referente de ambos discursos sea diferente explicaría la inclusión de distintos recursos emotivos, como el humor, los juegos de palabras o las alusiones constantes a elementos del mundo cotidiano, en los textos de divulgación y, al mismo tiempo, que esos mismos elementos estén proscritos en el discurso científico. Una apropiada explicación de este hecho a la fuente también paliaría muchos de los problemas que afectan a su comunicación con los periodistas.

Respecto a cómo elaborar un discurso de divulgación partiendo de uno científico, Gutiérrez indica las siguientes pautas que pueden ampliarse para cualquier texto escritos por expertos que se pretenda convertir en periodismo especializado:

El autor de un trabajo de divulgación debe entresacar del discurso que ha tomado como base de partida tres o cuatro ideas esenciales de las que se va a ocupar, olvidándose del resto; es decir, de entre toda la información existente en ese trabajo fuente, tiene que hacer una selección y escoger solamente unos puntos concretos, relevantes, ya que en el discurso vulgarizador no todo puede tener cabida (...). Tampoco debe olvidar el divulgador –sobre todo si es periodista- que se enfrenta a un mundo de conocimientos y no de sucesos; por tanto, no todo es noticia, ni la información debe ser tratada como si lo fuera; la noticia no podrá ser más que un pretexto para la divulgación”³¹.

Otros investigadores, como Yriart, sostienen que las diferencias entre el discurso del experto y el divulgativo pueden deberse también a la desnaturalización. Y hace especial hincapié en las ciencias experimentales, “pues en su esfuerzo por conocer mejor el mundo del que es parte, el hombre ha terminado colocando la realidad que estudia la ciencia más allá de los sentidos”³².

³⁰ *Ibid.*, p. 321.

³¹ *Ibid.*, p. 322.

³² *Op. cit.*, p. 173.

Para avalar esa supuesta desnaturalización de la ciencia Yriart propone los siguientes ejemplos:

Los quarks y los agujeros negros en cuyo centro el tiempo es infinito, los neurotransmisores o los liposomas, por ejemplo, sólo se tornan visibles a través de instrumentos complejos y no siempre la imagen obtenida es, en realidad, una amplificación óptica sino que ésta es una proyección teórica de datos experimentales cuya relación con el objeto de estudio es difícil de precisar para el profano. De esta manera, en la mayoría de los casos, la conclusión científica se obtiene a través de una lectura no-analógica, como un valor numérico. En definitiva, una expresión abstracta que recorta la realidad en una forma totalmente distinta a las que estamos acostumbrados en nuestras percepciones cotidianas³³.

El lenguaje que la ciencia crea para discurrir acerca de la realidad es, pues, abstracto, asensorial y sistemático. Su vocabulario pretende ser biunívoco, para que en aras de la precisión y en detrimento de la economía del discurso, a cada objeto corresponda un término solamente, y viceversa.

Según Yriart, muchas veces la lógica científica, como por ejemplo en el caso de las investigaciones astrofísicas, no siempre es evidente. Su utilidad parece disolverse en la infinita especialización de las ciencias, hasta parecer que su único propósito es el avance del conocimiento, por sí mismo.

Cabe preguntarse si es tarea del emisor secundario traducir los mensajes de la ciencia al lenguaje cotidiano. Para Marro e Yriart³⁴, el periodista no debe traducir el lenguaje científico al cotidiano porque éste último es predominantemente oral, fragmentado en dialectos e idiolectos definidos por niveles educacionales, ocupacionales, estratificación social y distribución geográfica entre otros factores.

Lo que sí debe hacer el periodista, a juicio de estos investigadores, es traducir los mensajes de la ciencia al lenguaje escrito, gobernado por reglas propias y dotado de procesos destinados a asegurar la materialización con éxito de los objetivos comunicacionales, y en esta tarea pueda ayudar mucho el emisor secundario.

Este lenguaje de los medios que no es el cotidiano, posee sin embargo algunas características comunes con el último. Así, ambos son esencialmen-

³³ *Ibid.*

³⁴ MARRO, Mabel e YRIART, Martín, *Procedimientos de transcodificación del lenguaje de las ciencias al de la divulgación científica*, Ed. Mimeo, Madrid, 1988.

te narrativos, apelan constantemente a lo sensorial y a recursos motivacionales basados en los sentimientos: curiosidad, miedo, deseo.

Desde el campo de las ciencias se critica la imprecisión del lenguaje de los medios, en el cual no cabe el vocabulario biunívoco de la ciencia. Sin embargo, esta falta de definición biunívoca no es una limitación absoluta y puede paliarse con la creación de un nuevo discurso en el que los términos biunívocos de la ciencia cobren analógicamente significado, recuperen su sensorialidad y, sobre todo, revelen su relación con la realidad que comparten el científico y el lector de periódicos³⁵.

Conseguir esto sería el proceso de trascodificación que realizan los divulgadores y para el que cuentan con un arsenal de recursos de diferentes efectos, que van desde la sinonimia y el ejemplo, en un extremo, hasta la definición y la metáfora en otro, pasando por la analogía y la aposición explicativa. Todos estos elementos contribuyen de forma diferente a la información, la motivación y la fluidez de la lectura.

Para Yriart, la definición hace la mayor contribución a la información del discurso, mientras que la metáfora sería el recurso de mayor poder motivacional y el ejemplo es un eficaz facilitador de la comprensión, que favorece la fluidez de la lectura. Estas premisas son válidas para el periodismo especializado en cualquier área temática.

Baudeuin Jourdan³⁶ ha llamado la atención sobre el peligro del lenguaje altamente metaforizado en la divulgación científica, especialmente en el aspecto de la producción textual cuya importancia resulta cada vez más evidente: el que trata de los mecanismos de control de la producción de sentido en el proceso de la escritura, descritos por John R. Hayes y Linda S. Flower³⁷.

En el modelo de estos investigadores estadounidenses, la escritura es un conjunto de procesos de planificación, producción y revisión continuos que se desarrollan hasta obtener un resultado adecuado al objetivo propuesto.

Para el emisor secundario o el periodista especializado, la fase de la revisión cobra una importancia especial, dado que, siendo un traductor, no sólo debe tener en cuenta su propia intención comunicativa, al generar su men-

³⁵ YRIART, M., *op. cit.*, p. 174.

³⁶ Cfr. JOURDANT, Baudeuin, "Vulgarisation scientifique et ideologie", citado por YRIART, Martín, *op. cit.*

³⁷ HAYES, John R. y FLOWE, Linda S., *Identifying the organization of writing process*, Ed. Gregg y Steinberg, Nueva York, 1980.

saje, sino, sobre todo, la del emisor del mensaje traducido. Por ello, el uso de metáforas puede ser desaconsejable, pues éstas no son elementos de traducción y pueden distorsionar el mensaje original.

3.2. *El emisor secundario y los tecnicismos*

Respecto a los aspectos lingüísticos del discurso de periodismo especializado destacan, entre los sintácticos, el empleo de estructuras simples, donde se integran frases cortas formadas por palabras de fácil comprensión para el profano. El discurso de divulgación no renuncia –aunque no sea imprescindible– a una de las características sintácticas más típicas del discurso del experto: la preferencia por el estilo impersonal, que se consigue mediante el empleo de la tercera persona del singular y las distintas formas de construcción pasiva que ocultan sujetos de las oraciones. Este estilo impersonal es utilizado porque refuerza la impresión “de conferir al artículo un halo de objetividad”³⁸. No obstante, desde el punto de vista periodístico resulta más rentable personalizar los hechos.

El buen discurso de periodismo especializado destaca porque en él se evitan los tecnicismos en la medida de lo posible. Esto provoca que sean sustituidos por paráfrasis construidas con palabras del lenguaje común.

Paráfrasis que puede reducirse a ser un pseudo-equivalente del término, originando la multiplicidad de parasinónimos, o dando lugar a sintagmas explicativos más o menos largos. No es cierta, pues, la afirmación de que en la vulgarización de la ciencia no se realiza creación neológica: que no se recurra a la neología de forma no significa que no se recurra a la neología de sentido³⁹.

Con esto no quiero decir que los tecnicismos estén completamente excluidos del discurso del periodismo especializado, sino que cuando se emplean, aparecen de forma aislada y con escasas referencias al conjunto terminológico al que pertenecen. En el caso de usarse tecnicismos se introducen y se intentan definir, al menos, la primera vez que se usan. Otras veces ese intento de definición se ayuda o se ilustra con uno o varios ejemplos y, en otros casos, hay divulgadores que recurren a la comparación o la metáfora

³⁸ GUTIÉRREZ, B., *op. cit.*, p. 326.

³⁹ *Ibid.*

para definir el término técnico. La profesora Bertha Gutiérrez da el siguiente consejo:

A lo largo del texto, el divulgador deberá ir graduando la elección de los términos, usando primero los que son más cercanos al público al que se dirige, antes de servirse de aquellos más difíciles, que necesitan la comparación o la metáfora⁴².

En general, todos estos procedimientos originan una pérdida de precisión; sobre todo como ya se ha mencionado, el establecimiento de las comparaciones o de metáforas, pues obligarán a poner énfasis sola y exclusivamente en un punto de vista en detrimento de otros, con lo que se han de perder inevitablemente muchos matices.

La falta de precisión del discurso de divulgación frente al del experto se manifiesta también en la ausencia, en el primero, de una presentación rigurosa de cifras o fechas, pues éstas no contribuirían a la captación del interés del lector; en la pérdida de neutralidad, mediante el uso de preguntas retóricas -como ¿quién podría pensar hace cien años?- que tienen la misión de atraer la atención del lector y contribuir a darle un mayor sensacionalismo al artículo, y con el uso de adjetivos calificativos poco objetivos -vertiginoso, espectacular, gigantesco-, raros en otras modalidades del lenguaje de los expertos.

Sin embargo, cada día se van infiltrando más términos del vocabulario especializado, sobre todo en algunas áreas temáticas, en el lenguaje común, de forma que puede que se estén rompiendo esas barreras entre el vocabulario especializado y de difusión y las disfunciones mencionadas hasta ahora irán disminuyendo.

El paradigma de esta afirmación es el periodismo deportivo donde los tecnicismos son comprendidos por la gran mayoría de los receptores.

Para Gutiérrez, el tratamiento de la terminología en la divulgación está estrechamente fijado por la relación que se da entre el vocabulario de una lengua y la sociedad que la habla, de forma que en la actualidad, la mayor parte de los discursos vulgarizadores citan gran cantidad de tecnicismos, multiplicados por paráfrasis no marcadas. La explicación a este hecho se justificaría en que la existencia de vocabularios especializados estaría en estos momentos bastante admitida y, además, porque, según Gutiérrez, “un discurs-

⁴² *Ibid.*, p. 327.

so de divulgación que pretendiera ignorar los tecnicismos parecería poco fiable”⁴¹.

Frente a lo que sostiene Gutiérrez, creo que el uso de tecnicismos no está en estos momentos más generalizado que hace unos años ni que pareciera poco fiable un texto que no los contuviera. Lo que sucede es que, actualmente, el impacto de determinadas áreas temáticas como la biología, la medicina, la economía o la justicia es tan fuerte que el lenguaje cotidiano se ha impregnado de numerosos términos del discurso de los expertos; pero, si estos términos pertenecen ya al vocabulario común, creo que no podrían denominarse tecnicismos.

En cualquier caso, considero que el objetivo de divulgar cualquier área periodística en la sociedad justificaría plenamente los dos errores: el abuso de tecnicismos o su ausencia con la pérdida de precisión del lenguaje que lleva aparejada esta última. La complejidad de la transmisión de muchos tipos de mensajes especializados no puede desalentar a expertos y periodistas de forma que se opte por no divulgarlo antes de hacerlo de forma incorrecta, pues sólo puede corregirse y mejorarse lo que se hace mal, pero nunca lo que ni siquiera se hace.

4. *Conclusión final: el reto de los expertos españoles es aprender el discurso de la divulgación*

Considero que lo importante es que tanto los expertos como los periodistas sean conscientes de que las diferencias en los mensajes de ambos profesionales obedecen al objetivo de mejorar la comunicación hacia los receptores para los que van dirigidos. En este caso, los periodistas lo han asumido mejor y han previsto fórmulas para saltar de uno a otro: ya sea mediante un emisor secundario o mediante un periodista especializado en gabinetes de prensa. Sin embargo, la gran mayoría de los expertos españoles, desde la ciencia al derecho o la economía, aún no acepta que sus discursos sean traducidos al lenguaje periodístico. Se enfadan con los redactores que los entrevistan y los artículos que insertan en los diarios generalistas copian la fórmula textual del discurso científico, por lo que resultan muy difíciles de leer. Esto llega a tales extremos que, en realidad, lo que le importa al medio de comunicación es la firma y muchas veces se parte de la base de que lo que cuen-

⁴¹ *Ibid.*, p. 329

te el experto sólo lo van a entender sus colegas. Pero eso es inadmisibile en un diario generalista.

Una pequeña selección aleatoria de cuarenta textos escritos por expertos españoles y publicados en diarios nacionales durante 1998⁴² demuestra que todos ellos carecen de elementos de sensibilidad y de atractivo para el lector. Faltan metáforas, anécdotas y ejemplos cotidianos que acerquen el texto al lector de la calle.

Los expertos españoles no sólo redactan pocos artículos periodísticos sino que, al contrario que sus homólogos estadounidenses, son poco propensos a escribir libros de divulgación. En esta tarea, participan más los periodistas que los propios expertos. En Estados Unidos ocurre lo contrario. El problema podría estar en la dificultad que tienen los licenciados españoles para redactar, pues en sus planes de estudio carecen de asignaturas que les aporten esos conocimientos.

En este sentido, vuelvo a sugerir que una de las fórmulas para mejorar el flujo de comunicación entre expertos, periodistas y sociedad en España sería que en todas las facultades desde las de ciencias experimentales e ingenierías hasta las de derecho, económicas o pedagogía se enseñen asignaturas relacionadas con el lenguaje y la comunicación, así como con el periodismo. Sólo conociendo ambos lenguajes —el experto y el periodístico— podrá procederse a la trascodificación. Aunque la mayoría de los expertos españoles desprecien estas técnicas, quizá sea su única posibilidad de que sean entendidos y, finalmente, apoyados y aceptados por la sociedad.

La idea que subyace en esta iniciativa sería que no le corresponde a la mayoría de la población no experta aprender el lenguaje de una minoría, sino, obviamente, al contrario.

⁴² ELIAS, Carlos, *Flujos de información entre científicos y prensa*. Tesis doctoral (inédita), Universidad de La Laguna, 2000.

Bibliografía citada:

- BURNHAM, John C, *How Superstition Won and Science Lost: Popularizing Science and Health in the United States*, Rutgers University Press, New Jersey, 1988.
- DIEZHANDINO NIETO, María Pilar, "Especialización y periodismo de servicio" en ESTEVE, Francisco (coordinador), *Estudios sobre Información Periodística Especializada*, Fundación San Pablo-CEU, Valencia, 1997, pp. 83-90.
- ELÍAS, Carlos, *Flujos de información entre científicos y prensa*. Tesis doctoral. Inédita. Universidad de La Laguna, 2000.
- "Periodismo especializado en medio ambiente: el caso Doñana como paradigma de manipulación informativa", *Ámbitos. revista andaluza de comunicación*, n° 6, primer semestre de 2001. pp. 297-303.
- "Influencia de las revistas de impacto en el periodismo científico y en la ciencia actual", *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, n° 98 (2002), pp. 123-136.
- "La comunicación mediática de *Nature* y su influencia en la prensa y la sociología de la ciencia española". *Revista Comunicar*. n° 19, (2002), pp. 37-41.
- FERNÁNDEZ DEL MORAL, Javier y ESTEVE RAMÍREZ, Francisco, *Fundamentos de la información periodística especializada*, Síntesis, Madrid, 1993.
- GARCÍA DE CORTÁZAR, Marisa y GARCÍA DE LEÓN, María Antonia, *Profesionales del periodismo. Hombres y mujeres en los medios de comunicación*, Centro de Investigaciones Sociológicas (CIS), Madrid, 2000.
- GUTIÉRREZ RODILLA, Bertha, *La ciencia comienza en la palabra. Análisis e historia del lenguaje científico*, Ediciones Península, Barcelona, 1998.
- HAYES, John R. y FLOWE, Linda S., *Identifying the organization of writing process*, Ed. Gregg y Steinberg Nueva York, 1980.
- JAKOBSON, Roman, *Ensayos de lingüística general*, Ariel, Barcelona, 1984.
- MARRO, Mabel e YRIART, Martín, *Procedimientos de transcodificación del lenguaje de las ciencias al de la divulgación científica*. Ed. Mimeo, Madrid, 1988.
- MOUNIN, Georges, *Les problèmes théoriques de la traduction*, Ed. Gallimard, París, 1963.
- NELKIN, Dorothy, *La ciencia en el escaparate*, Fundesco. Barcelona, 1990.
- ORTEGA Y GASSET, José, *Obras Completas*, Tomo IV. Ediciones Castilla (sexta edición), Madrid, 1966.
- QUESADA, Montserrat, *Periodismo especializado*, Ediciones Internacionales Universitarias, Madrid, 1998.
- VAN DIJK, Teun, *La ciencia del texto*, Ed. Paidós, Buenos Aires, 1983.
- WELLEK, René y WARREN, Austin, *Teoría Literaria*, Gredos, Madrid, 1985, pp. 27-28 (versión española de *Theory of Literature*, Harcourt Brace Jovanovich Nueva York, 1962).
- YRIART, Martín F., "La divulgación de las ciencias como problema comunicacional". *Arbor*, n° junio-julio (1990), pp. 163-178.
- ZIMAN, John. *El conocimiento público*, Ed. Fondo de Cultura Económica, México, 1972.

Copyright of Comunicacion y Sociedad is the property of Servicio de Publicaciones de la Universidad de Navarra, S.A. and its content may not be copied or emailed to multiple sites or posted to a listserv without the copyright holder's express written permission. However, users may print, download, or email articles for individual use.