

## **Periodismo digital: el nuevo lenguaje y su relación con los lectores.**

ARDINI, Claudia Gabriela

Escuela de Ciencias de la Información UNC  
Eje. 12 Análisis del discurso y estudios del lenguaje

El presente trabajo es una reseña del proyecto de investigación posdoctoral que llevo adelante. El mismo apunta a estudiar, desde la perspectiva de la Glotopolítica, las representaciones acerca de los destinatarios-lectores de los periódicos *on line* y su relación con el nuevo dispositivo que configura el periodismo digital, a partir del análisis de los manuales de estilo y de los portales *on line* de dichos periódicos.

Abordaré la cuestión del nuevo lenguaje que configura el periodismo digital en tanto postula una lógica de lectura y escritura que plantea diferencias con la existente en la prensa gráfica tradicional, no solo en los aspectos formales, sino en aquellos que involucran modos de recepción, percepción e interpretación de las noticias.

Esas diferencias observables en la escritura atienden a construcciones normativas que surgen como resultado de los usos y experiencias del nuevo lenguaje, la preponderancia de los nuevos dispositivos tecnológicos, así como de imperativos ajenos al propio campo, relacionados con los modos de consumo cultural.

La escritura en los periódicos digitales, coherente con las recomendaciones de los manuales de estilo, define en el campo periodístico un espacio de hegemonía en tanto consagra al español neutro como opción lingüística pero, además, sugiere indicaciones precisas para escribir que involucran consecuencias de carácter performativo. Es decir, no cambian sólo las formas sino que esas nuevas estéticas configuran contenidos también diferentes. Estas condiciones de desigualdad/diferencia previstas para la escritura prefiguran un lector con competencias, habilidades e intereses que condicionan no sólo las posibilidades de recepción, sino también los términos en que ésta se produce. En tal sentido, la perspectiva glotopolítica es particularmente apropiada para la comprensión de una temática a veces subestimada en sus implicancias, y consecuencias políticas y sociales, pues se presupone

que las recomendaciones aconsejadas para la escritura en los periódicos *on line* solo conciernen a aspectos estéticos y formales sin evaluar suficientemente sus implicancias en el plano discursivo.

La investigación pretende ser un aporte a partir del cual, desde esa perspectiva, se pueda observar el enmascaramiento, a través de los nuevos usos del lenguaje, de las acciones que el discurso hegemónico, en su versión medios de comunicación, ejerce sobre el lenguaje y las diferencias/desigualdades que estas suponen en la recepción. Es decir, para el lector formado, habituado a la lectura, esta nueva lectura supone un aporte, un enriquecimiento, una posibilidad de reflexión. Sin embargo, para el lector joven, a quien la lectura a través de los artefactos mediáticos, se torna en lectura acotada, fragmentaria, sin la contextualización necesaria para la reflexión.

Como sabemos, la Glotopolítica estudia las intervenciones en el espacio público del lenguaje y las ideologías lingüísticas y las prácticas lingüísticas y comunicacionales que a su vez éstas determinan. En este caso, estas intervenciones se asocian con posiciones dentro del campo periodístico relacionado a su vez con otros campos sociales y demuestran que, en términos de Bourdieu, no se trata sólo de comunicar, sino de imponer un nuevo discurso de autoridad, con un nuevo vocabulario, términos de referencia, metáforas, eufemismos y la representación del mundo social que entraña y que, en última instancia, responde a intereses de grupos dominantes. (Bourdieu, 1982)

El objetivo general del proyecto es identificar y analizar el discurso que configuran los manuales de estilo periodístico *on line* y los periódicos *on line*. Los primeros en tanto instrumentos lingüísticos que intervienen desde un lugar de autoridad construido a partir del peso social de los medios y reforzado, en algunos casos, por la participación de representantes del mundo académico. (Arnoux, 2014). Los manuales en su versión impresa, han sido objeto de análisis (Arnoux, Blanco y di Stefano, 1999).

Sin embargo, los manuales de estilo para periódicos digitales, y sus manifestaciones en la prensa *on line*, no han sido considerados suficientemente como objeto de indagación, probablemente porque aún no se han extendido de manera generalizada y también porque se aborda de manera más general la problemática relacionada con las nuevas tecnologías, nuevos dispositivos, la economía política de las hipermediaciones, interfaces, nuevas subjetividades, y no específicamente los dispositivos que regulan las producciones en el

entorno de los nuevos lenguajes.

En 2007 el diario La Voz del Interior lanzó su segundo manual de estilo y el primero en el país, destinado a la escritura para internet, dirigido a estudiantes de periodismo y a periodistas. El primero, había sido lanzado en 1997 para el periódico en su versión impresa. Si bien en el plano normativo ambas versiones se focalizan en las recomendaciones de estilo, gramaticales, ortográficas, de redacción y de fundamentos éticos del diario, en la versión destinada al periódico digital, se pone énfasis en otros aspectos que involucran claramente al destinatario y define la perspectiva asumida por el medio en relación con las características que lo definirían.

Se piensa en términos de un lector joven o con actitud joven. Esto surge a partir de la constatación que alrededor del 52 por ciento de los usuarios tiene menos de 24 años. En consecuencia se anticipan algunos supuestos:

- No tiene tiempo, por lo que el contenido debe ser rápido, directo, fluido y totalizador.
- Tiende a ser especializado.
- Busca sólo las noticias que le interesa
- Ya piensa en multimedia. Precisa textos, sonidos, videos y animación.
- Sabe de informática y le interesan las nuevas tecnologías.
- Le gusta descubrir cosas.
- No es pasivo y demanda innovación permanente.
- Se siente más cercano a la redacción de los periódicos digitales. La inmediatez y la interactividad que ofrece Internet lo hacen sentirse parte de la redacción.
- Necesita contundencia y economía del lenguaje.

Esta caracterización presupone un lector que difiere en términos generales, del lector tradicional de periódicos impresos. No obstante, creo que es necesario ahondar más en algunas de estas características en relación con las implicancias de estas nuevas lecturas, no sólo porque refieren a los nuevos modos de comprensión e interpretación de estos discursos,<sup>1</sup> sino también porque revelan nuevos posicionamientos y cosmovisiones ante los acontecimientos del mundo.

Las transformaciones tecnológicas que vienen soportando los medios tradicionales durante los últimos años los han obligado a una serie de cambios: de soportes, de rutinas profesionales, de modelo de negocios. Pero también han ocasionado que los investigadores

---

<sup>1</sup> Discurso y no texto en la medida que entendemos al periódico como un dispositivo de enunciación en términos de Verón E. (1987)

nos veamos ante la necesidad de alterar nuestra perspectiva y reconstruir nuestro marco teórico.

En este sentido, las investigaciones sobre nuevos lenguajes, dispositivos, mediaciones, soportes, etc., resultan de sumo interés para avanzar en el tipo de análisis que nos proponemos realizar, que apunta a los siguientes objetivos específicos:

- a) Analizar los cambios operados en los formatos y contenidos de periódicos digitales, a partir de las sugerencias y recomendaciones contenidas en los manuales de estilo (se estudiará el portal *on line* del diario “*La voz del Interior*”, principal diario del interior del país. Se observará su composición estética, la jerarquización de la información, la densidad y el enfoque de las noticias, fuentes, dispositivos enunciativos, entre otros). El objetivo es analizar la reconversión de la práctica periodística y sus implicancias en el plano discursivo, en términos de gramáticas de producción y reconocimiento.
- b) Identificar en el corpus las marcas que remiten al manual de estilo periodístico *on line* en tanto soporte normativo inscripto en una nueva lógica comunicacional determinada, en gran medida, por los dispositivos tecnológicos. A partir de allí, las marcas que hablan de las representaciones desde las cuales se construye el destinatario-lector de esos periódicos;

La perspectiva glotopolítica adoptada implica la determinación de un campo de intersecciones disciplinares y teóricas diversas. Nuestro trabajo se propone articular saberes propios del campo del periodismo, los medios, poder e ideología, mediaciones (Barbero, 1991; Scolari, 2010), con los estudios sobre las representaciones sociales, (Moscovici, 1982); con la problematización de nociones centrales de la teoría del discurso como la de *género discursivo* y su relación con las prácticas sociales y enunciativas (Bajtin, [1979] 1997; Beacco, 2004); el concepto de lector modelo (Eco) también resulta productivo en relación con el lector previsto por estos medios; y con las problemáticas planteadas desde la sociolingüística (Bourdieu, 1982). Esta investigación se inscribe, de este modo, en la importancia que supone el discurso periodístico como práctica social y sus implicancias culturales, sociales y políticas.

Esta investigación sobre las representaciones en torno al lenguaje y periodismo digital

pretende analizar cómo la práctica periodística participa ostensiblemente en la construcción social de sentido y los manuales de estilo a los que la misma responde, en tanto instrumentos lingüísticos, son portadores de sentidos contruidos a partir de representaciones, no sólo en torno a modos correctos de decir, sino también a condiciones y posibilidades de recepción de los lectores-destinatarios. Los manuales de estilo son, además, instrumentos prescriptivos puesto que en sus instrucciones para escribir llevan implícita la construcción de un enunciatario limitado de múltiples modos en su capacidad de recepción. De igual modo, los periódicos *on line*, reproducen como dispositivos enunciativos, estas desigualdades-limitaciones en la lectura.

Señala Arnoux que los medios construyen la representación de un lector global, origen de un ideal de lengua y de prosa informativa. Los periódicos digitales no sólo no son ajenos a esa lógica sino que la profundizan en la medida en que atribuyen un rol central al lector que presuponen, en el diseño y selección de la información que receptorá. (Arnoux, 2014)

Sin embargo, es innegable que cuando abordamos la comunicación digital, el avance vertiginoso de las tecnologías en ese sentido, la configuración y emergencia sucesiva de redes, estamos ante un epifenómeno de la tecnología/lenguaje/comunicación cuyos alcances y dimensiones estamos lejos de avisorar.

Es necesario en consecuencia tener en cuenta algunos aspectos que pueden suscitar confusión en el contexto actual de la comunicación digital:

- advertir acerca de las representaciones contruidas desde los medios en torno a un lector promedio, caracterizado con ciertas atribuciones y a la vez limitaciones en sus posibilidades de recepción. Lo que equivale a dar la información mínima, digerida, con títulos y bajadas “que lo dicen todo” y consecuentemente, muy poco espacio para el análisis y la reflexión.

- los alcances y limitaciones que tiene el nuevo modelo en cuanto al protagonismo de las audiencias (lectores). Se plantea que la comunicación digital promueve un modelo de “muchos a muchos” que desplazaría al modelo anterior de “uno a muchos”. (Scolari, 2011) En efecto, eso es así, pero en términos absolutos. Si bien cambia la relación enunciadador-enunciatario en la lógica tradicional considerada en los medios de Comunicación masivos;

la situación de asimetría en la comunicación no cambia sustancialmente. Esto es así si lo pensamos desde el lugar, la entidad y legitimidad del lugar desde el que se habla. Aún así, podemos considerar que, aún con las restricciones propias de estos dispositivos, se abre una posibilidad más democrática del ejercicio de la palabra pública.

Por último, frente a una situación ya instalada de nuevas formas de consumo y recepción de la cultura y sus dispositivos, es preciso identificar y analizar qué corresponde a lo que Jesús Martín Barbero, recuperando un concepto de Benjamin, denomina el nuevo *sensorium* que domina en las nuevas generaciones, en relación con las nuevas formas de percepción de la realidad y de sus manifestaciones mediadas por la tecnología. (1997)

“Paradoja del pensamiento occidental que opone el indispensable aprendizaje del leer a su no necesidad para saber ver, pues ese pensamiento desconoce el saber del ver, esto es su modo peculiar de ponernos a pensar, o mejor de darnos qué pensar: la secreta conexión en la visión de lo sensible y lo inteligible, de lo visible y lo invisible. (...)” Barbero, Jesús M. (1997)

La reflexión de Barbero nos sitúa frente a una encrucijada porque obliga a considerar la noción de hipertexto, sustantiva a la comunicación digital, como una condición ineludible para la lectura, escritura y desciframiento del mundo presente y futuro. Eso conlleva un desplazamiento de los lugares habituales desde los cuales nos ha sido dado mirar, observar y analizar el mundo, y como correlato, la necesidad de un replanteo epistemológico y filosófico en el modo de abordar la fragmentariedad en el marco de este *continuum* líquido que nos presenta el mundo contemporáneo.

## 1. BIBLIOGRAFÍA

- Arnoux, Elvira N. de (2014) “Los manuales de estilo periodísticos para las versiones *on line*: las representaciones del lector y su incidencia en la regulación de discursos y prácticas”, *Revista Circula*, en prensa.
- Arnoux, Elvira N. de (2000). “La Glotopolítica: transformaciones de un campo disciplinario”, en *Lenguajes: teorías y prácticas*, Gobierno de la Ciudad de Buenos Aires, Instituto Superior del Profesorado.
- Arnoux, Elvira N. de, María Imelda Blanco y Mariana di Stefano (1999). “Las representaciones de la lengua y de la prensa en los manuales de estilo periodísticos argentinos”, en E. N. de Arnoux y Roberto Bein (comps.), *Prácticas y representaciones del lenguaje*, Buenos Aires: EUDEBA.
- Bachtin, Mijail ([1979] 1997). “El problema de los géneros discursivos”, en *Estética de la creación verbal*, México: Siglo XXI.
- Barbero, Jesús Martín ([1987] 1991) *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía*. Ed. Gili. Barcelona.
- ----- (1997) “Heredando el futuro. Pensar la educación desde la comunicación” en *Revista Nómadas*, N° 5 Santafé de Bogotá. Universidad Central.
- Beacco, Jean Claude (2004). “Trois perspectives linguistiques sur la notion de genre discursif”, *Langage*, 153, Les genres de la parole.
- Bitonte, María Elena y Liliana Demirdjian (2003). “¿Promesa o contrato de lectura? Dos modelos para el análisis de los medios”, en *Comunicación y Sociedad*, núm. 40, Universidad de Guadalajara. Disponible en línea: <http://www.catedras.fsoc.uba.ar/delcoto/textos/Promesa.doc> (1 de septiembre de 2011).
- Bolter, Jay David (1998). “Ekphrasis, realidad virtual y el futuro de la escritura”, en Nunberg, Geoffrey (comp.) *El futuro del libro ¿Esto matará eso?*, Barcelona, Paidós.
- Borda, Libertad (2002), “Oralidad, escritura y foros de Internet: posibles modos de abordaje”, en VI Jornadas Nacionales de Investigadores en Comunicación, Córdoba.
- Boutaud, Jean-Jacques y Eliseo Verón (2007). “Du sujet aux acteurs. La sémiotique ouverte aux interfaces”, en *Sémiotique ouverte. Itinéraires sémiotiques en communication*, París, Lavoisier, Hermès Science. Traducción de Gastón Cingolani para la cátedra Medios y Políticas de Comunicación, IUNA, 2008.
- Briggs, Mark (2007). *Periodismo 2.0. Una guía de alfabetización digital para sobrevivir y prosperar en la era de la información*, versión en español del Centro Knight para el Periodismo en las Américas, Austin, Universidad de Texas.
- Bourdieu, Pierre (1985) *Qué significa hablar. Economía de los intercambios lingüísticos*. Madrid: Akal.
- Boczkowski, Pablo (2006). *Digitalizar las noticias. Innovación en los diarios online*, Buenos Aires: Manantial.
- Bourdieu, Pierre y Jean Claude Passeron (2003). *Los herederos. Los estudiantes y la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI [orig. 1964].

- Boyer, Henri (1991). "Les représentations sociolinguistiques: éléments de définition", en *Langues en conflit: études sociolinguistiques*. París: L'Harmattan, 39-51.
- Cabrera, Daniel (2007). "Reflexiones sobre el sin límite tecnológico", en Revista *Artefacto*, núm. 6, Buenos Aires.
- Del Villar, Rafael y Scolari, Carlos (2004). *Semióticas del mundo digital*. en *de Signis* n° 5 Barcelona: Gedisa.
- Gil, Quim (1999). "Diseñando el periodista digital (I)", en *Sala de Prensa* N° 13. Año II Vol 2. Noviembre 1999. México: SdP. Disponible en [www.saladeprensa.org/art89.htm](http://www.saladeprensa.org/art89.htm)
- Fundéu (2012). *Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* (Mario Tascón, dir.), Barcelona: Galaxia Gutemberg.
- Jódar Marin, Juan Ángel (2010). "La era digital: Nuevos medios, nuevos usuarios y nuevos profesionales". En *Razón y Palabra*, 71. [www.razonypalabra.org.mx](http://www.razonypalabra.org.mx) Fecha de consulta 20 de octubre de 2011.
- Igarza, Roberto (2008). *Nuevos medios. Estrategias de convergencia*. Buenos Aires: La Crujía.
- Irigaray, Fernando; Dardo Ceballos y Matías Manna (eds. Jerónimo, Pedro y Duarte, Ángela) (2010). *Periodismo digital: convergencia, redes y móviles*. 3º Foro de Periodismo Digital de Rosario, Rosario.
- Luhman, Niklas (2000). *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- Moscovici Serge (1979) *El Psicoanálisis, su imagen y su público*. Ed. Huemul, Buenos Aires, 2da. Edición.
- Nogueira, Sylvia (2012). "De la norma a la recomendación en manuales de estilo: el caso de *Escribir en Internet* de Fundéu BBVA".
- Rost, Alejandro (2003). "El periódico digital: características de un nuevo medio", en Redacción, sitio web del Área Periodismo de la Facultad de Derecho y Ciencias Sociales, UNCOMA. Disponible en línea: <http://redaccion.uncoma.edu.ar/asignaturas/pd.htm>
- Scolari Carlos (2011). *Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación interactiva*. Barcelona. Gedisa.
- Silverstone. R. (2004). "Mediatización y "Tecnología", en *¿Por qué estudiar los medios?*, Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Verón, Eliseo (1985), "El análisis del 'Contrato de Lectura,' un nuevo método para los estudios de posicionamiento de los soportes de los media", en *Les Medias: Experiences, recherches actuelles, applications*, París, IREP.
- ----- (1987). *La semiosis social*. Barcelona: Gedisa.
- Verón Lassa, José y Fernando Sabés Turmo (eds.) (en línea). *La investigación en el periodismo digital*. Algunos trabajos desde el ámbito universitario, Zaragoza, Asociación de Periodistas de Aragón. Disponible en línea: <http://www.congresoperiodismo.com/pdf/Libro%20electronico%202011.pdf> (consultado el 21 de marzo de 2011).