

¿Tecnofilia, alternidad o pensamiento ácrata? Metamediación y periodismo complejo¹

Yamile Haber Guerra²

Resumen

Este documento contiene una discusión sobre el periodismo y la tecnología en la sociedad contemporánea. Trae a debate la relación entre el periodismo, la internet y los nuevos lenguajes. En este contexto, la información asume nuevas funciones y fines informativos que el canon tradicional no había previsto. Las formas clásicas de construcción de la noticia se erigen sobre los nuevos paradigmas con efectividad y pertinencia aún no documentados del todo. El texto invita al reconocimiento de la complejidad como principio estructurante de todo saber comunicacional, y del lenguaje periodístico como objeto de estudio amplio, complejo y abierto a nuevos métodos no excluyentes, concurrentes e integrados.

Palabras clave: Periodismo, internet, lenguaje periodístico

3

1 Aula inaugural do Mestrado em Jornalismo da Universidade Estadual de Ponta Grossa (UEPG), proferida no dia 25 de fevereiro de 2014.

2 Bacharel em Jornalismo (Universidad de Oriente), doutora em Filologia (Universidad de La Habana). Pesquisadora do CEDIC (Centro de Estudos para el Desarrollo Integral Comunitario, Universidad de Oriente, Santiago de Cuba), professora no departamento de Periodismo y Comunicación Social e chefe de Departamento na Universidad de Oriente.

1. Brecha digital, no, brecha lingüística

La tactilidad se incorpora como nuevo elemento a los debates sobre la relación periodismo-internet: cambia la cinestesia y refuerza el neodeterminismo tecnológico de la era contextual ³ que poco tiene que ver con la información periódica o con la tradición filológica, y durante la cual el universo digital se duplicaría cada dos años.

Fenómenos fácilmente mutables, permiten, con todo, mayor precisión y agilidad en la digitación de palabras – escritura - en el teclado virtual respecto al teclado físico, simulan blocks de notas y estimulan la visualización vertical, y con ella, de la lectura. No sorprendería entonces escribir a mano en iPads e iPods. ⁴

El español es el segundo idioma más hablado en twitter, y tercero en Internet, con un crecimiento sostenido en la red de más de 800 por ciento en los últimos 10 años. De tal suerte, la Real Academia Española de la Lengua, que posee cuenta en twitter desde hace un año, incorporará a su diccionario en 2014 las palabras tuitear, tuiteo, tuit, tuitero, libro electrónico y blog. El director de la institución, José Manuel Blecua, hizo el anuncio durante la presentación del primer manual de uso del español en los medios digitales y los soportes electrónicos. *Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* (Galaxia Gutenberg, 2012). «A todos nos une el deseo de escribir bien, lo mejor posible, en esta lengua que compartimos cerca de 500 millones de personas. Por eso, lejos de cualquier mensaje catastrofista, creemos en la gran oportunidad que nos brindan los nuevos medios (...) Nunca se ha escrito tanto como ahora, pero quizá, más relevante, nunca se ha publicado tanto como ahora. Cuando nos preguntan a los académicos si estos medios empeoran la lengua solemos contestar que no necesariamente», aseveró el 20 de diciembre pasado. ⁵

Precisamente acerca del uso del idioma durante la guerra de Irak (2003-2013) trata un estudio realizado por BBC Mundo. ⁶ Para develar los rejuegos retóricos régimen-gobierno, extremistas-terroristas, libertad-democracia, analizó más de un centenar de comunicados

³ Disponible en: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/01/130102_tecnologia_predicciones_2013_aa.shtml. [Fecha de consulta: 20 de enero de 2013].

⁴ Disponible en: http://www.bbc.co.uk/mundo/video_fotos/2013/04/130419_video_escritura_cursiva_il.shtml. [Fecha de consulta: 24 de abril de 2013].

⁵ Disponible en: <http://www.rae.es/rae/gestores/gespub000011.nsf/voTodosporId/CE9625CB733F2067C1257A7F00329317?OpenDocument>. [Fecha de consulta: 24 de marzo de 2013].

⁶ Disponible en: http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/03/130319_iraq_eeuu_guerra_en_palabras.shtml. [Fecha de consulta: 20 de marzo de 2013].

del gobierno estadounidense sobre Irak y extrajo frases clave en la cobertura informativa al conflicto, mediante un programa avanzado de análisis de semántico basado en algoritmos de agrupamiento. Los resultados fueron interpretados con la contribución de un analista de medios árabes.

En España, el rescate es una cuestión semántica, dice un titular.⁷ No lo llamen rescate, llámenlo... "préstamo"; dice otro.⁸ En un tercero⁹ se puede leer La Red grita: "No es un rescate, es un saqueo" y la indignación sigue en el *hashtag*: #NoEsUnRescateEsUnSaqueo. Como si fuera poco, un controvertido *sms* enviado por el presidente del gobierno español a su ministro de economía: *España no es Uganda*, desata críticas y mofas en twitter: #UgandalsNotSpain.¹⁰

Esta implosión¹¹ basada en la histeria de la rapidez y la simultaneidad abstracta, el culto a la cantidad, la écfrasis como intermedialidad que captura el momento de la percepción, y la anamorfosis como transfiguración verbal e icónica del enunciador, genera una crisis de representación y produce fenotextos que transgreden las leyes sintácticas, morfológicas, ortográficas, de puntuación. Pero textos al fin y al cabo, *están en lenguaje* (Shleirmacher, *apud*. Palmer, 1968: 67 y 71).

Revisitando a Wittgenstein, estamos asistiendo a una re-presentación de la metáfora de la caja de herramientas: el hablante (emisor, enunciador) es competente para la utilización de los elementos lingüísticos, los cuales, en todo caso, sea cual fuere su gramática superficial, poseen una gramática profunda que regula el uso de aquellos. En los *juegos de lenguaje*, como prefiere llamar Wittgenstein, quien maneja la caja, tras un período de entrenamiento, está capacitado para reconstruir su orden y para manipular las distintas herramientas

⁷ Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/06/120611_espana_rescate_eurozona_jgc.shtml>. [Fecha de consulta: 18 de junio de 2012].

⁸ *El Gobierno evita a toda costa emplear el término para sustituirlo por eufemismos, como ya hizo con la subida de impuestos o la amnistía fiscal.* Disponible en: <<http://www.publico.es/espana/436395/no-lo-llamen-rescate-llamenlo-prestamo>>. [Fecha de consulta: 16 de junio de 2012].

⁹ Disponible en: <<http://www.publico.es/dinero/436371/la-red-grita-no-es-un-rescate-es-un-saqueo>>. [Fecha de consulta: 12 de junio de 2012].

¹⁰ Cfr. nota 6

¹¹ Para Baudrillard (1994:19) existe toda una pornografía de la información y la comunicación (...) *Ya no es la obscenidad de lo oculto, reprimido, obscuro, sino la de lo visible, de lo más visible que lo visible, la obscenidad de lo que ya no tiene secreto.*

en función de construir lenguajes sencillos que respondan a una situación pragmática específica.

Los patrones de respuesta *me gusta* - en Facebook, cuyo número de usuarios alcanzó los 1000 millones en octubre de 2012, se comparten cada día 2.7 billones de "likes" a contenido ¹² - la figura de los *seguidores* y *amigos*, en las redes sociales, o la medición del impacto social mediante el impacto técnico: un acceso es igual a lectura y aceptación, indican que una de las principales urgencias es la redefinición de los papeles de emisor y receptor, devenidos preceptores y prosumidores que se intercambian, mutan, mudan y resignifican sentidos mientras producen y consumen, simultáneamente, información, en un proceso ininterrumpido e inacabable del cual es casi imposible discernir el principio y el fin. ¹³

Ello supone el reconocimiento de la figura pragmatolingüística del enunciatario, como destinatario del mensaje que al propio tiempo enuncia y da sentido; la del cibernauta prosumidor, que al consumir mientras se informa, produce texto, o la del productor usuario, prosumer, en inglés, todas pragmáticamente emparentadas.

Qué papel están llamados a desempeñar los periodistas y el periodismo cuando la explotación y discriminación de la información requieren de competencias intelectuales muy desigualmente repartidas en la sociedad: la velocidad de transmisión de información no es directamente proporcional a las capacidades de percepción y discernimiento del ser humano, ni a las capacidades de escritura y lectura.

Las ciencias sociales y humanísticas están enfrentando, como expresión de la erosión de sus fundamentos y valores, uno de muchos grandes dilemas: de un lado, nuevos problemas sociales y nuevos problemas científicos concernientes a nuevos –emergentes– objetos de investigación, y del otro, los nuevos problemas sociales y de ciencia de los viejos objetos, como es el caso, por ejemplo, del periodismo, anclado en sus nuevos soportes, simplificado por sus nuevas etiquetas, y reducido ahora a la condición

¹² Disponible en:

<http://www.spidertechcorp.com/blog/28/El%20n%C3%BAmero%20de%20usuarios%20que%20usan%20Facebook%20alcanza%20un%20bill%C3%B3n>. [Fecha de consulta: 20 de enero de 2013].

¹³ No soslayar que ya los *viejos* teóricos de la información defendían el papel activo de las audiencias. La relación emisor-receptor debía estar presidida por una interactividad (feedback entonces) que garantizara una comunicación fluida en ambos sentidos. Este fue el modelo que Schramm había presentado en el *remoto* 1954, y la aportación que DeFleur realizara en 1966 al modelo comunicacional de Shannon y Weaver, con lo cual salvaba la excesiva unidireccionalidad y unilateralidad de la fórmula de Lasswell (1948).

multimedia como si no hubiese sido multimedia e hipermedia el lenguaje icónico-verbal o la escritura que hasta hoy le han servido de fundamento.

La información asume nuevas funciones y usos no informativos (paraperiodísticos) que el canon clásico no había considerado. Irrumpen procesos semióticos de reconfiguración identitaria y nuevos asuntos en circunstancias que el periodismo tradicional no había considerado noticiables. Las formas clásicas de construcción de la noticia se erigen sobre los nuevos paradigmas de la comunicación con efectividad y pertinencia aún no documentados, o justificados por los hegemonismos discursivos basados en absolutos de representación y claves monológicas, por pretensiones universalizantes de la teoría general de la información y la comunicación, o por los fundamentalismos tecnológicos.

Lo anterior indica que no existe una correspondencia entre la con-fusión de discursos mediáticos y el discurrir actual de/sobre la información periodística, y nos remite a la vulnerabilidad del periodismo como sistema de teorías y conceptos, como dominio.

De tal suerte, es necesario la reflexividad o investigación de segundo grado para:

- Organizar los saberes y los supuestos cognitivos que han sustentado el periodismo hasta el presente;
- superar el discurso tecnofílico, la obsolescencia del objeto empírico y la parcelación y fragmentación de los referentes epistemológicos en el orden de *lo real* (qué es *verdad* en periodismo), en el orden tecnológico organizativo de la producción de noticias; en el orden estético expresivo, y en el régimen informativo, *id est*, qué es información en el actual entorno telemático que funciona como fábrica de contenidos y plaza del mercado;
- reconocer una información de tercer orden, acción y efecto de la comprensión (de primer orden, el hecho mismo; de segundo orden, el relato);
- transitar de los estudios cuantitativos-denotativos, hacia los connotativos, dirigidos a la capacidad del emisor de provocar efectos sobre la sensibilidad del destinatario, y hacia la capacidad del enunciatario de captar con los sentidos, de percibir y de construir y representar realidades a partir de sus percepciones;
- demostrar qué son las nuevas escrituras de la noticia;
- discernir entre sentimiento inmediato de tiempo y el concepto sistemático del tiempo;
- alcanzar una nube sinérgica de procesos informativos sostenidos sobre sistemas de significación;

- renovar el pacto de lectura por encima de los ardides para captar público (como las republicaciones y la reproducción clónica) y la expansión corporativa, y
- reorientar teóricamente el problema del lenguaje periodístico asumiendo al periodismo como una red compleja de dimensiones connotantes, lejos de cualquier taxonomía¹⁴.

2. El tercer entorno: ¿macroconsumo informativo o nuevo *habitus*?

Doscientos millones de usuarios activos en Twitter envían diariamente 400 millones de tweets¹⁵. Pero antes de que estos números fueran dados a conocer, el mundo digital se declaraba en huelga¹⁶.

La reconfiguración de lo cultural producida por el universo hipermedia contrasta con los procesos de massmediación de la política y la asimilación del discurso político al nuevo modelo de comunicación y las nuevas hegemonías.

Según datos del *Digital Policy Council*, organismo dedicado a analizar el comportamiento de instituciones y jefes de Estado en redes sociales, en 2012 aumentó en un 78% el número de presidentes con cuentas en Twitter; pasaron de 69, en 2011, a 123 el año siguiente.

Los presidentes latinoamericanos se han situado entre los más seguidos del mundo, leídos no sólo por aquellos a los que gobiernan sino por una audiencia global¹⁷; en cuanto a popularidad, el presidente ecuatoriano Rafael Correa pasó del puesto 27 al 15, y el dominicano Danilo Medina , del 47 al 29.

8

¹⁴ Periodismo on line (De Wolk, 2001; Hall, 2001; Ward, 2002); Periodismo electrónico (Bastos, 2000; Díaz Noci, 2001); Periodismo digital (Machado y Palacios, 2003; Barbosa, 2005); Periodismo multimedia (Marcos, 2000; Deuze, 2004); Periodismo cibernético (Gómez Méndez y Gil, 2001); Cyberperiodismo (Salaverría 2005; Parra Valcárcel y Álvarez Marcos, 2004).

¹⁵ Disponible en:

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/03/130321_tecnologia_twitter_aniversario_aa.shtml. [Fecha de consulta: 22 de marzo de 2013].

¹⁶ [Contra Ley para terminar con la Piratería Online \(Sopa\)](#), y la Ley para proteger la Propiedad Intelectual (Pipa). Disponible en:

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/01/120117_tecnologia_wikipedia_apagon_digital_aa.shtml. [Fecha de consulta: 18 de enero de 2012].

¹⁷ Disponible en:

http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2013/01/130122_tecnologia_presidentes_twitter_aa.shtml. [Fecha de consulta: 22 de enero de 2013].

El 4 de abril de 2012, a las 3 y 58 de la tarde, las palabras enfermedad-Chávez aparecieron en 50 tweets de 42 usuarios¹⁸. Pero desde antes, twitter era un nuevo personaje en la vida social y política de México¹⁹.

El 15-M nació y se desarrolló en las redes sociales²⁰, confirmó la pujanza de los nuevos lenguajes pero también reforzó la tradición periodística de la relevancia y la prominencia y estableció agenda.²¹ Desde la llamada primavera árabe hasta el cierre de este texto ha cobrado inusitada fuerza la afirmación de que la opinión pública no existe, sino opiniones constituidas, movilizadas, grupos de presión movilizados en torno a un sistema de intereses explícitamente formulados, disposiciones, algo que puede formularse discursivamente con una cierta pretensión de coherencia.²² Las redes sociales no hicieron sino lo que cualquier medio tradicional: encuadrar (Entman, 1993), seleccionar aspectos percibidos de la realidad y acentuarlos.²³

18 La política venezolana se traslada a twitter. Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/05/120508_venezuela_politica_twitter.shtml> [Fecha de consulta: 9 de mayo de 2012]. La cuenta @chavezcandanga nació en abril de 2010. Con 3,9 millones de seguidores, ha sido la cuenta de twitter presidencial más popular de la región y la segunda en el mundo. *Sigo aferrado a Cristo y confiado en mis médicos y enfermeras. Hasta la victoria siempre!! Viviremos y venceremos!!!* Fue el último mensaje que el presidente Chávez enviara el 18 de febrero de 2013 a las 8 y 44 A.M. A pocos minutos de su deceso, el 5 de marzo, se impusieron #MurióChávez, #FuerzaVenezuela y los mensajes de condolencia de los presentes latinoamericanos desde sus cuentas en la red social. El titular de la CNN en español fue: *La muerte de Chávez se vuelve viral en Twitter*. Disponible en: <http://cnnespanol.cnn.com/2013/03/05/la-muerte-de-chavez-se-vuelve-viral-en-twitter/> [Fecha de consulta: 5 de marzo de 2013]. Para mayor información consúltese *La enfermedad de Hugo Chávez en la agenda de medios y públicos. Análisis del hashtag #ElMundoEstaConChavez desde la teoría del 'framing'*, en *Index Comunicación* el número 3 de 2013. Disponible en: <http://journals.sfu.ca/indexcomunicacion/index.php/indexcomunicacion/article/view/54> [Fecha de consulta: 10 de abril de 2013]. Su autor, Enrique Pérez Fumero, es doctorante en Ciencias de la Comunicación por la Universidad de Oriente (cfr. nota 36)

19 Twitter, el inesperado juez en México. Disponible en: <http://www.bbc.co.uk/mundo/noticias/2012/02/120202_twitter_juez_mexico_an.shtml>. [Fecha de consulta: 2 de febrero de 2012].

20 El experto en Internet, cambios sociales y nuevas tecnologías Ismael Peña fue categórico en sus afirmaciones. "Sin redes sociales el movimiento 15-M no hubiese aparecido en absoluto" en España. Peña, es doctor en Sociedad de la Información y el Conocimiento y profesor de la Universitat Oberta de Catalunya. Disponible en: <http://www.noticiasdenavarra.com/2011/06/01/sociedad/navarra/el-15-m-nacio-y-se-desarrollo-en-las-redes-sociales>. [Fecha de consulta: 12 de agosto de 2011]. *El #15m, en directo en Twitter*, ganó Premio Ortega y Gasset de Periodismo Digital 2012.

²¹ Maxwell McCombs y Donald Shaw publicaron en 1972 el artículo *The Agenda-Setting Functions of the Mass media*, en el que exponían la influencia de la agenda de los medios informativos sobre la llamada agenda pública. Según los autores de la teoría del agenda setting, los medios de prensa establecen sobre qué hablar. La teoría ha avanzado, obviamente, con el decursar, e insiste en que los medios no sólo deciden sobre qué hablar, sino qué y cómo pensar acerca de ciertos temas.

²² Pierre Bourdieu, en la conferencia impartida en Noroît -Arras-, en enero de 1972, y publicada en *Les temps modernes*, no. 318, enero de 1973. Ver, también: P. Bourdieu, *Questions de sociologie*, París, Minuit, 1984, pp. 222-250. Texto de la versión en castellano de Enrique Martín Criado, en: *Cuestiones de Sociología*, Istmo, España, 2000, pp. 220-232).

²³ A Robert Entman se atribuye la teoría de los frames o framing, según la cual, encuadrar es seleccionar algunos aspectos de la realidad y destacarlos en los medios de comunicación.

Así, el discurso 2.0 se constituye en *habitus*.²⁴ Son precisamente los recursos lingüísticos los que permiten al texto y sus usuarios expresar, negociar y naturalizar determinadas posiciones intersubjetivas y en última instancia, ideológicas.

Si bien las nuevas escrituras de la noticia están marcadas por la tecno-politización de los (nuevos) medios y la limitada durabilidad en dependencia de los escenarios de uso y desuso (¿cuánto tiempo permanece un tweet en pantalla?), las textualidades informativas son, como sus predecesoras, resultado de operaciones lingüísticas y extralingüísticas consensuadas, que se unen en un patrón representativo establecido por los operadores iniciales del discurso que no han dejado de ser, en las nuevas condiciones de producción, transmisión y recepción de noticias, periodistas o no, operadores semánticos²⁵ como corroboran estudios recientes.²⁶

Pero a diferencia de la enunciación escrita prototípica definida por analistas del discurso (Casalmiglia y Tusón, 1999:75), la actuación entre las personas que se comunican a través del texto ya no es ni independiente ni autónoma; la comunicación tiene lugar *in praesentia* y los protagonistas comparten el tiempo y el espacio, porque el momento y el lugar de la escritura (casi²⁷) coinciden con los de la lectura.²⁸

En la misma cuerda, proponemos repensar otros dos conceptos clásicos. La comunicación hipermedia no es *comunicación de masas* (Escarpit, 1977: 82-83):

²⁴ Para Bourdieu (2004:209), *Cualquier discurso es resultado de la reunión entre un habitus lingüístico, esto es una competencia inseparablemente técnica y social (a la vez capacidad de hablar y hacerlo de una determinada manera, socialmente marcada), y un mercado, es decir el sistema de « reglas » de formación de precios que contribuyen a orientar por anticipado la producción lingüística(...)* Pues bien, todas esas relaciones de comunicación son asimismo relaciones de poder que han tenido siempre monopolios en el mercado lingüístico. El sociólogo francés había adelantado la figura del *habitus lingüístico* en su entrevista con Didier Eribon (*Libération*, 19 octubre 1982) a propósito de la publicación de *Ce que veut dire parler* (trad. Qué significa hablar. Economía de los intercambios lingüísticos), reeditada por Akal en 2001.

²⁵ Siguiendo al profesor Martínez Albertos (1989:40-41): *El periodista es un operador semántico, es decir, el hombre, o mejor dicho, el equipo humano que elige la forma y el contenido de los mensajes periodísticos dentro de un abanico más amplio de posibilidades combinatorias con finalidad semántica; posibilidades dadas tanto por los factores internos de los sistemas de signos utilizados, como por los factores externos condicionantes del espectro de normas sintácticas aplicables a los códigos que se están utilizando.*

²⁶ Trabajos de Diploma en opción al título de Licenciado en Periodismo por la Universidad de Oriente, defendidos en julio de 2011: *SM*. Un sonido en Facebook; Del lead al tweet; Política y poder en el nuevo periodismo electrónico: elecciones parlamentarias de Venezuela desde el framing; Medios cubanos en Facebook. Hacia una aproximación teórica. Del 2012: Enfermedades de figuras políticas de izquierda en América Latina. Un acercamiento desde el framing en twitter. Todos dirigidos por esta autora.

²⁷ Esta realidad virtual se ha vinculado frecuentemente al término ciberespacio acuñado por William Gibson en su obra *Neuromancer* (1981). El concepto de lo virtual o la virtualidad tiene su origen en la edad media.

²⁸ La reedición del título de Helena Casalmiglia *Blancafort* y Amparo Tusón Valls, *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso* (2007) estuvo a cargo de Ariel (Barcelona), con prólogo de Teun van Dijk. En el volumen, las autoras reiteran las características de la enunciación escrita prototípica en los siguientes términos: la actuación independiente y autónoma de las personas que se comunican a través del texto, emisores y receptores se llaman más precisamente escritores y lectores; la comunicación tiene lugar *in absentia*: sus protagonistas no comparten ni el tiempo ni el espacio, el momento y el lugar de la escritura no coinciden con los de la lectura; al tratarse de una interacción diferida, el texto debe contener las instrucciones para ser comprendido.

Cualquier forma de comunicación, en la que las expresiones o enunciados se facilitan públicamente (por lo tanto, sin un campo de recepción limitado o personalmente definido); por medios técnicos de difusión (medios); indirecta (por lo tanto, entre los partners de la comunicación hay distancia espacial o temporal o espacio-temporal) y unilateralmente (por lo tanto, sin intercambio entre el que emite las expresiones y el que las recibe) a un público disperso (por lo tanto, un grupo no homogéneo, en el que se dan relaciones no siempre exactamente calculables). Los subrayados son de esta autora.

Tampoco es *comunicación pública* (Beth y Pross, 1989: 68): *Toda comunicación que se desenvuelve en el campo perceptivo de un tercero entre los polos de la identificación y la privación... no necesita estar pensada con este tercero. No necesita dirigirse a él.* Los subrayados son de esta autora.

3. El fin de la hermenéutica analógica

En este camino desbrozado por Mc Luhan: el mensaje es el medio, Enzensberger ironizará, apoyándose en Barthes ²⁹ acerca de que *lo novedoso de los nuevos medios es el hecho de que ya no dependen de ningún programa (...) Alcanzan su verdadero destino en la medida en que se acercan al medio cero* (Enzensberger, 1991:84).

La disolución del espacio y el tiempo provoca una dislocación de la espaciotemporalidad y con ella una translocalización discursiva. La existencia de los *no lugares* y la negación del *hic et nunc*, porque aquí ya no existe y todo es ahora, rompe el vínculo referencial entre las cuatro variables que intervienen en el proceso de producción, transmisión y recepción de noticias: enunciador (periodista), enunciatario (receptor), espacio y tiempo.

Esto trae, al menos, tres efectos concatenados que merecerían un acercamiento de índole filosófica: primero, la *extensión* de los sentidos; segundo, las transformaciones que los medios ejercen sobre la percepción, y, tercero, la transformación, no ya de los modos de representación sino del propio estatuto de la realidad que construyen los medios en red.

En qué medida informar (decir, explicar) más, y más rápidamente, a más personas, mediante más soportes, garantiza la comprensión de la noticia y autoriza una u otra interpretación del texto periodístico y con éste, de la realidad noticiada (traducida).

Siguiendo la tríada hermenéutica, cabrían tres interrogantes:

1.- Contar la noticia, ¿es explicar el hecho noticioso?

²⁹ Se refiere a *El grado cero de la escritura*.

2.- Leer, escuchar, ver un texto periodístico, ¿es comprender la noticia?

3.- Estar informados, ¿es interpretar la realidad objetiva noticiada?

Así, acercándonos a una teoría de la interpretación de los textos informativos en las condiciones de sinergia mediática, tendríamos que:

- a) las percepciones son infinitas y se reorganizan desde el punto de vista sensorial;
- b) el lenguaje periodístico continúa asentado sobre la base de palabras egocéntricas. *Las cuatro palabras fundamentales de esta especie son -precisamente- 'yo', 'esto', 'aquí' y 'ahora'. Russell (1950:112 y 120) enumera otras palabras egocéntricas que tienen que ver directamente con la comunicación hipermedia, a saber, cerca-lejos, pasado, presente, futuro, fue, será;*
- c) convertir un hecho en información mediante el lenguaje es una *transacción con el mundo exterior por medio de símbolos* que tienen: *primero, un cierto grado de permanencia en el tiempo, segundo, un considerable grado de discreción en el espacio (ibid. 84);*
- d) los hechos noticiables, son contingentes, pudieran muy bien no haber acontecido; pudieran haber sucedido de otro modo;
- e) el mundo en su totalidad (ese que es proveedor de noticias) y cada una de sus partes nos son presentes o co-presentes mediante un aspecto o perspectiva: *La percepción no es imparcial, sino que procede de un centro; nuestro mundo de percepciones es (por decirlo así) una vista en perspectiva del mundo común -ese mismo que sentimos, palpamos y de donde tomamos los hechos para convertirlos en información. Lo que es próximo en tiempo y espacio origina generalmente una memoria o una percepción más vívida que lo que es lejano. (ibid., 120).*
- f) los hechos suponen cierto grado cognitivo y de comprensión del que se informa;
- g) las percepciones se relacionan estrechamente con las representaciones pero no coinciden; una cosa es percibir (sentir) el hecho – *vgr. el odio-*, y otra es representar(se)lo –*la guerra;*
- h) la significación no reside en la percepción, de modo que un hecho no es solamente noticia (verdadera, objetiva, *importante*), ni adquiere significación tan sólo porque (alguien) el enunciador (periodista o no) sea testigo presencial de aquel, porque lo perciba, vea, oiga, reconozca sus matices y características y en consecuencia lo dé a conocer; se entiende siempre en relación con un modelo cognitivo (dominio

cognitivo) y se caracteriza respecto a estructuras de conocimiento de los participantes en la comunicación, es decir, enunciador-enunciario;

- i) transmitir un hecho en tiempo real no lo convierte en información objetiva, antes bien, en objetivema o acto objetivante, el resultado de la suma de numerosas representaciones;
- j) la significatividad de la noticia no depende solamente del hecho noticioso como tal, sino de lo que tanto el enunciador (destinador) como el lector-enunciario-prosumidor pueden aportar gracias a las posibilidades ontológicas de las palabras y el lenguaje, y a sus respectivos repertorios semánticos;
- k) lo que el texto deviene, lo determina pragmáticamente el receptor (lector), que puede interpretar todas las opciones semánticas ofrecidas por el mensaje, o solamente algunas, en tal caso tiene lugar una interpretación que el emisor no había previsto o no deseaba, y en virtud de esa decodificación imprevisible, el mensaje se consume a uno de sus niveles de sentido mientras otros, igualmente legítimos, permanecen ocultos;
- l) la interpretabilidad no se puede calcular, y supone la observancia de condicionantes interculturales.

4. Ciberperiodismo y web 2.0: la lengua en uso real

Redefinidas (o, al menos, revisitadas desde la academia y la praxis) las responsabilidades sociales, culturales e ideológicas de los periodistas, ¿y las lingüísticas?

Las nuevas narrativas y con estas el (nuevo) nuevo periodismo ³⁰, están signados por secuencias, cadenas de elementos que se repiten juntos, paquetes léxicos que pueden cumplir una función sintáctica o no.

³⁰ Dos fenómenos marcaron la práctica periodística en la segunda mitad del siglo XX (si bien su génesis se supone *histórica*), y su zaga es impresionante: el nuevo periodismo norteamericano y el periodismo literario latinoamericano, hermanados curiosamente, y a pesar de sus diferencias esenciales, en un texto a raíz del deceso de Norman Mailer (10 de noviembre de 2007), en el cual consideran a este *nuevo periodista*, junto a su *partenaire* Truman Capote, como *padre del periodismo literario*. Disponible en: http://news.bbc.co.uk/hi/spanish/misc/newsid_7088000/7088727.stm. [Fecha de consulta: 12 de noviembre de 2007]. De las muchas alusiones, escogimos esta por su conveniencia para este artículo. *Los admiradores del periodismo convencional han presentado el conflicto con el nuevo periodismo como un conflicto de objetividad frente a subjetividad y 'hecho' frente a 'ficción'. Sin embargo, se trata en realidad de un conflicto entre una perspectiva disfrazada y una perspectiva admitida, y una ficción corporativa frente a una ficción personal (...). Precisamente porque es un producto de la mente y del lenguaje humanos el periodismo no puede reflejar nunca pasivamente la totalidad de lo real, sino que debe seleccionarlo, transformarlo e interpretarlo activamente. El problema que existe con el periodismo convencional es que, mientras comparte inevitablemente esas*

Nuestro interés se dirige, en fin, no hacia la actividad lingüística, sino hacia la acción discursiva, que como la actividad comunicacional de Habermas, remite al orden dialógico, al orden de la interacción. Y la interacción se refiere a un contexto comunicativo en curso, a una cierta intersubjetividad que se va constituyendo (Lozano, 1989:173).

Por eso nos encaminamos hacia una teoría del periodismo intentando hallar en la teoría lingüística en general, y en particular, en varias de sus ramas y saberes, mecanismos para sustentar metodológicamente el texto periodístico; la lingüística del texto, por ejemplo, que se especializa en el estudio del uso lingüístico contextualizado, es decir, de las prácticas sociales lingüísticas, con fines y en dependencia del contexto; la pragmalingüística o disciplina del uso del lenguaje ³¹, que, hasta la actualidad, ha sentado las bases para la comprensión de los enunciados, sus contenidos y de las situaciones comunicativas, más allá de los supuestos o de lo que se pretende comunicar o evidenciar. ³²

Con amplias influencias, sobre todo en Latinoamérica, se distinguen tres figuras de los estudios del discurso: el holandés Teun Van Dijk ³³, especializado en estudios sociocognitivos e ideológicos del discurso, el inglés Norman Fairclough ³⁴ quien propone

*limitaciones (o posibilidades), sin embargo, rehúsa reconocer la naturaleza creativa de sus 'noticias', encubriendo, en cambio, los mecanismos de estructuración de su idea organizadora detrás de las máscaras de objetividad y hecho. John Hellman (1981). Fables of fact. The New Journalism as a New Fiction, Chicago, Univ. of Illinois Press, p. 4. En cuanto al periodismo literario, una de las razones de su persistencia en América Latina es la necesidad de conservar el espacio frente al avance de los medios electrónicos, consideran Anuar Saad Saad y Jaime de la Hoz Simanca (2001). Al periodismo ciudadano también se le ha considerado nuevo periodismo. Este nuevo periodismo es heredero de una corriente del periodismo del siglo XX representada por el filósofo John Dewey, que mantuvo una polémica de un cuarto de siglo con Lippmann, y desembocaría en el periodismo cívico (*civic o public journalism*), que entiende el periodismo como un arte democrático. Se habla de los medios *on line* como plataformas sociales, en correspondencia con la idea de que este nuevo periodismo es la manifestación informativa de la política 3.0 que, según este autor, es platónica, no aristotélica. Es de ideas, no de hechos. De fines, no de mecanismos, y confía en la construcción social de la realidad. También es platónica por su trasfondo moral: la búsqueda de un fin superior, de un bien. Para Varela (2005), la blogosfera, el mundo virtual, es la cueva de Platón. El primer congreso Internacional de (este) nuevo periodismo tuvo lugar octubre de 2006.*

³¹ Una parte de sus ideas seminales, desarrolladas por el filósofo inglés John Langshaw Austin, se encuentran en su conferencia de 1955 publicada con el título *Cómo hacer cosas con las palabras*. Se puede definir como una ciencia de los signos en relación con sus intérpretes, da cuenta de los principios que regulan la comunicación humana y estudia los factores extralingüísticos que determinan el uso del lenguaje.

³² El rumano Eugenio Coseriu, del que se dice nada lingüístico le fue ajeno, a inicios de los 80 publicó su obra *Lingüística del texto. Introducción a la hermenéutica del sentido*; en donde explicaba cómo el lenguaje reflejaba una denominada cultura no lingüística que evidenciaba saberes, las ideas y creencias acerca de la realidad conocida.

³³ Teun A. Van Dijk, (1943), Lingüista y catedrático de Estudios del Discurso en la Universidad de Ámsterdam, y profesor en la Universidad Pompeu Fabra. Fundador del Análisis Crítico de Discurso, editor de las revistas *Poetics*, *TEXT*, *Discourse & Society*, y *Discourse Studies*.

³⁴ Norman Fairclough (1941). Posee varios Emeritus Professor Degrees y Honorary Doctorate en Universidades europeas. Ha contribuido con sus estudios del ACD al desarrollo de los British Cultural Studies. Su línea de estudio

cambios desde la perspectiva sociocultural de análisis del discurso y el argentino Eliseo Verón ³⁵ que con la teoría de los discursos sociales, dota a la semiosis social de amplia adaptabilidad a los cambios mediáticos ³⁶ como a los que estuvimos haciendo referencia a principios de este artículo.

La centralidad de la categoría discurso, nos sirve de asidero ³⁷. Reconocemos que la Teoría del Periodismo (**Aguinaga, passim**) es una teoría propia, claramente diferenciada de la Teoría de la Información y de la Teoría de la Comunicación. El texto se deforma en el proceso de decodificación ya que el destinatario está dotado de competencia comunicativa e interaccional. Emisor y destinatario son sujetos competentes o, según terminología de Halliday, *meaners*, término que sugiere su capacidad de interactuar y significar.

5. Mediación tecnológica, mediación política, mediación lingüística. Soberanía textual

La esencia del periodismo ya no es la periodificación. Pero tampoco la realidad noticiable y el lenguaje que la convierte en información son isomórficos.

Hay, por tanto, que pasar del pensamiento simplificador al reconocimiento de la complejidad como principio estructurante de todo saber comunicacional, y lograr que el periodismo no sea simplemente objeto de investigación, sino encrucijada de investigación, encrucijada semiótica de hibridaciones, complejidad cultural y codeterminación.

se fundamenta especialmente en los mutuos efectos de los distintos géneros de discursos sociolingüísticos, propiedades de textos lingüísticos y prácticas sociológicas.

³⁵ Eliseo Verón (1935). Licenciado en Filosofía en la Universidad Nacional de Buenos Aires. Trabajó en el Laboratorio de Antropología Social del Collège de France con Claude Lévi-Strauss. Doctor de Estado en Letras y Ciencias Humanas de la Universidad de París VIII. Entre sus aportes está una Teoría de los discursos sociales desde la Semiosis social.

³⁶ Verón (2007) reconoce que la semiótica se interesa en las condiciones de producción en la medida en que afectan las gramáticas de producción, que a su vez definen las propiedades de esos paquetes de operaciones semióticas que serán percibidos-consumidos en recepción de muy distintas maneras.

³⁷ Los estudios del discurso se han extendido al universo que nos ocupa. Véase, al respecto, la comunicación de Andrés Felipe Muriel Acevedo: *Análisis del discurso en la web 2.0, una herramienta para la comprensión y creación de géneros periodísticos online*, presentada al IV Congreso Internacional de Ciberperiodismo y web 2.0 efectuado en Bilbao a mediados de noviembre de 2012. Actualmente, esta investigadora dirige en la Universidad de Oriente las tesis doctorales en Ciencias de la Comunicación *Dinámicas discursivas del nuevo periodismo electrónico sobre los procesos políticos de alto perfil de polarización en el escenario mediático latinoamericano* (cfr. nota 17) y *Propuesta teórico metodológica para el análisis de los procesos de recepción, apropiación y construcción de contenidos en la web 2.0*.

En la época de la universalidad postmediática, apropiación y empoderamiento de la información no es recepción. Los procesos de comunicación constituyen fenómenos de una densidad sociocultural problematizadora. La virtualización debe ser asumida como heterogénesis de lo humano; las isotopías como direcciones de lectura; la sucesividad como distintividad; la construcción social de la realidad como construcción social del sentido.

Lejos de las hipóstasis de la eficiencia, la eficacia y la cultura del software y del optimismo que permea la mirada comunicacional; suscribiendo esas potencialidades objetivamente subversivas de los medios electrónicos (Enzensberger, 1974) en su reversibilidad y poder movilizador; que los medios electrónicos no deben su irresistible poder a ningún artificio engañoso, sino a la fuerza elemental de profundas necesidades sociales, y los posibles usos emancipatorios de la tecnología (Enzensberger, 1974, 1996), estas páginas se encaminan a la comprensión y no a la legitimación.

Es un punto de vista sincrónico del lenguaje periodístico en el que el discurso periodístico es entendido como proceso comunicativo mediador que implica al periodista enunciador, al lector-receptor-enunciatario-productor no solo de mensajes, también de sentidos, y a las circunstancias de producción, transmisión y recepción de una realidad informativa polifónica y dispersa, la cual se expresa pragmáticamente en un sistema de textos periodísticos como usos de escrituras emergentes y en desarrollo.

En una noción de comunicación anclada en el concepto de red y de interfaz se propone entrecruzar más que abstraer, separar o deslindar; repensar los (nuevos) procesos productivos de la información como lugar epistemológico y metodológico, desde la transdisciplinariedad que articule los niveles de la realidad, la lógica del tercero incluido y la complejidad.

La existencia de una gramática de producción de paquetes textuales (blogs, wikis de tradición enciclopédica, muros, perfiles, comentarios, mensajes), cargados de materias significantes, las cuales configura el enunciador (periodista o no) y reconfigura (interpreta, contextualiza, da sentido, completa o desestima) el enunciatario, dondequiera que esté, y sea cual fuere su actitud ante el preconocimiento de la noticia, apunta a la información como conjunto discursivo con una configuración espacio temporal de sentido y como texto multisemiótico difuso y de estructura circular, marcado por elementos extratextuales, que reproduce simbólicamente a las actuales supremacías y genera una netnews de procesos sociales.

Es la transferencia definitiva de la soberanía del texto del productor al consumidor-prescriptor que deriva informaciones a miles de sitios de internet. Nos encontramos de este modo ante infinitas lecturas de una misma noticia; cada hecho y cada noticia que lo expresa constituye una unidad de variantes fenoménicas.

No se trataría ya de un periodismo abierto (*vid. infra*), o de un sistema de informaciones en red, sino de un periodismo de onda dimensión filológica como metadiscurso generador de metalenguajes; como red infinita de dimensiones significantes y contentiva de los nuevos poderes en busca del objeto actualidad y de la legitimación pragmática, o sea, del enunciatario.

Política, tecnología y lenguaje crean, mediante mecanismos generativos, matrices textuales para conformar una tríada hermenéutica metamedia (fig. 1) y generar una semiosfera metamediática. Esta tecnología textual transmedial y transrelacional tiene a la noticia como unidad básica de información y al hecho, como unidad de significación.

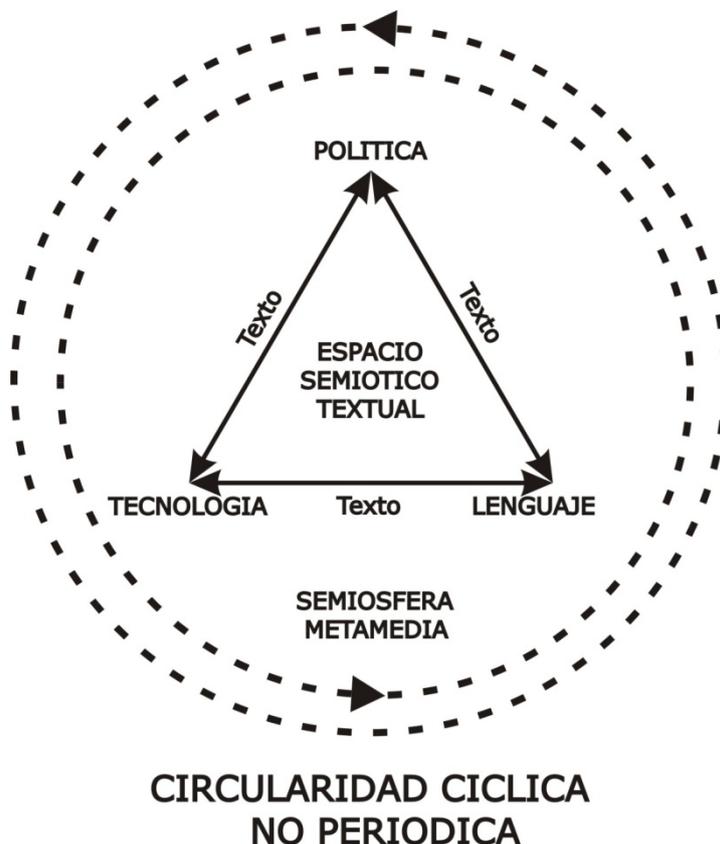


Figura 1 -Tríada hermenéutica metamedia

6. Comunicación hipermedia y periodismo complejo

En las narraciones informativas que no sean simplemente cobertura tecnopolíticamente mediada de lo noticiable sino también explicación del hecho como epifenómeno, la mediación lingüística confirma que el discurso periodístico como complejidad organizada que establece redes y relaciones explicativas, sigue teniendo su base en la naturaleza deíctica social de la información, en una cultura textualizada y en la palabra escrita. Es un sistema de usos de la escritura y sus redes de significación y constituye una forma de práctica social.

El problema del estilo periodístico en el entorno hipermedia, es parte del problema pragmático de cómo y con qué finalidades funciona la lengua; tiene que ver con la adaptabilidad de los medios lingüísticos a la naturaleza del enunciado. De ahí la validez del principio de proximidad intercultural y el valor pragmático de la noticia.

Así, el lenguaje periodístico, tecnología en última instancia, deviene objeto de estudio amplio, complejo y abierto (*vid. supra*) a métodos no excluyentes, concurrentes e integrados.

En las condiciones de una comunicación hipermedia que exige, además de varios soportes, varios significantes, el periodismo complejo legitima la categoría de lecturabilidad. Como fenómeno complejo exige del(los) sujeto(s), una estrategia de pensamiento reflexiva, no reductiva, polifónica y no totalitaria-totalizante.

Con su epicentro en lo singular, con sus nuevos patrones de interacción verbal, con sus temas como macroestructuras semánticas y tramas discursivas; con sus múltiples nexos e interconexiones; con su carácter sistémico, dialógico y horizontal; con sus retroacciones, azares, indeterminación, incertidumbre y contradicciones, se erige como entidad postmoderna.

Bibliografía

AGUINAGA de, E. El periodista en el umbral del siglo XXI. *Estudios sobre el mensaje periodístico*. 7, 2001, 157-170.

BARTHES, R. El grado cero de la escritura, México, Siglo XXI Editores, cuarta edición, 1980.

BAUDRILLARD, J. El otro por sí mismo. Barcelona: Anagrama, 1994.

BETH, H. y PROSS, H. Introducción a la ciencia de la comunicación. La Habana: Editorial Pablo, 1989.

BOURDIEU, P. Intervenciones 1961-2001. Ciencia Social y acción política. Guipozkoa: Editorial Hiru Hondarribia, 2004.

CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H. y TUSÓN VALLS, A. Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona: Editorial Ariel, 1999.

CANAVILHAS, J. *Webnoticia, Propuesta de modelo periodístico para la WWW*. Lisboa: Universidade da Beira Interior, 2007.

DÍAZ NOCI, J. Y K. MESO. Medios de comunicación en Internet. Madrid: Anaya, 1997.

DOVIFAT, E. Política de la información. Pamplona: Ediciones Universidad de Navarra, 1980.

ENZENSBERGER, H. M. *The Counciousness Industry: on Literature, Politics and the Media*. New York: Seabury Press, 1974.

_____. *Mediocridad y delirio*. Barcelona: Anagrama, 1991.

ESCARPIT, R. Teoría general de la información y la comunicación. Barcelona: Icaria, 1977.

FRANCO, G. *Cómo escribir para la web*. Centro Knight para el Periodismo en las Américas, 2008.

GROYS, B. *Bajo sospecha. Una fenomenología de los medios*. Madrid: Pre-textos, 2008.

HABER GUERRA, Y. El texto periodístico en la era digital. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 2005, pp.45-52.

_____. Repensar el periodismo. Metadiscurso y concomitancias. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 13, 2007, pp. 83-90.

_____. De los medios a la mediamorfosis. ¿Qué significa noticiar? *Palabra Clave*. 2, 2010, pp. 357-368.

_____. *Tinta negra para recurrar el periodismo*. Santiago de Cuba: Editorial Oriente, 2013.

HABERMAS, J. (1981). *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*. Barcelona: G. Gili, 1981.

_____. *Teoría de la acción comunicativa: Complementos y Estudios previos*. Madrid: Cátedra, 1989.

HUSSERL, E. *Investigaciones lógicas*. 2 Tomos. Madrid: Selecta Revista de Occidente, 1967.

- LIPPMANN, W. La opinión pública. Buenos Aires: Compañía General Fabril Editora, 1964.
- LOZANO, J. *et al.* Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual. Madrid: Cátedra, 1989.
- MC LUHAN, M. Comprender los medios de comunicación. Barcelona: Paidós, 1996.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J.L. El lenguaje periodístico. Madrid: Paraninfo, 1989.
- MORIN, E. La epistemología de la complejidad. *Gaceta de antropología* No. 20, 2004. Disponible en: http://www.ugr.es/~pwlac/G20_02Edgar_Morin.html [Fecha de consulta: enero 8 de 2007].
- PALMER, R. y E. ¿Qué es la Hermenéutica? Teoría de la interpretación en Schleiermacher, Dilthey, Heidegger y Gadamer. Madrid : Arco/Libro, 2002.
- PEIRCE, C. S. Obra lógico-semiótica. España: Editorial Taurus, 1987.
- PORTO, D. Y FLORES, J. Periodismo Transmedia. Madrid: Editorial Fragua, 2012.
- RUSSELL, B. El conocimiento humano. Su alcance y sus limitaciones. Madrid: Revista de Occidente, 1950.
- _____. Ciencia, filosofía y política. Madrid: Aguilar, 1968.
- SAAD SAAD, A. y HOZ, J. de la. El periodismo literario. Barranquilla: Universidad Autónoma del Caribe, 2001.
- SALAVERRÍA, R. Redacción periodística en Internet. Pamplona: Eunsa, 2005.
- SAUSSURE, F. de. Curso de lingüística general. La Habana: Editorial de Ciencias Sociales, 1973.
- SCOLARI, C. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva. Barcelona: Gedisa, 2008.
- SMITH, A. Goodbye Gutenberg. The newspaper revolution of de 1980's. London: Oxford, 1980.
- TUCHMAN, G. La producción de la noticia. Barcelona: Editorial Gustavo Gili, 1993.
- VAN DIJK, T. A. La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós, 1990.
- VARELA, J. Blogs vs. MSM. Periodismo 3.0, la socialización de la información. Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación, 65, 2005. Disponible en: <http://www.campusred.net/telos/articulocuaderno.asp?idarticulo=7&rev=65>. [Fecha de consulta: enero 14 de 2008].

VERÓN, E. La semiosis social. Buenos Aires: Gedisa, 1987.
Wittgenstein, L. Investigaciones Filosóficas. Barcelona: Grijalbo, 1988.