

El texto periodístico en la *era digital*. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo

YAMILE HABER GUERRA

yhaber@enet.cu

Universidad de Oriente. Santiago de Cuba

Recibido: 6 de abril de 2005

Aceptado: 23 de mayo de 2005

RESUMEN Han cambiado las condiciones de producción, transmisión y recepción de la noticia lo que ha provocado la erosión del estatuto epistemológico del periodismo. En este concierto, el lenguaje periodístico continúa siendo la principal vía para la conversión del hecho noticioso en información periodística, y el texto periodístico, la forma de presentación de la noticia. De ahí la inminencia de un enfoque translingüístico y pragmático intercultural en aras de otra episteme del discurso periodístico, y de situar el texto periodístico por encima de la opulencia informativa y la fascinación tecnológica.

Palabras clave: texto periodístico, lenguaje periodístico, discurso periodístico, pragmática intercultural, noticia.

The Journalistic Text in the Digital Era. Towards a New Epistemologic Statute in Journalism.

ABSTRACT Conditions for news production, transmission and reception have indeed changed, causing the erosion of the journalistic epistemologic statute. In this concert, journalistic language still remains the main way for conversion of the newsworthy fact into journalistic information, and the journalistic text result the story presentation form. Hence, becomes imminent a translinguistic and pragmatic-intercultural approach in honour of another episteme of the journalistic discourse and to place the journalistic text above the informative opulence and the technologic fascination.

Keywords: journalistic text, journalistic language, journalistic discourse, intercultural pragmatics, news.

SUMARIO 1. Introducción. 2. Preliminares. 3. Desjerarquización del periodismo como canon. 4. El texto periodístico desde la pragmática intercultural. 5. Otra *episteme* de la noticia y sus valores. 6. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo. 7. A manera de epílogo. 8. Referencias bibliográficas.

1. Introducción

Estamos asistiendo a una nueva (re) presentación de la noticia y de los textos periodísticos. Del papel a la pantalla de cristal líquido o a ese dispositivo del grosor de una película fotográfica, se moderniza el proceso pero se mantiene el producto, la información, mientras la palabra continúa *escrita*, más o menos *portátil*, *barata*, *creíble...*, simbiosis de los sistemas alfabético y alfanumérico. Esto se traduce en, al menos, dos aspectos:

I. Cambio en las condiciones de producción, transmisión y recepción de la noticia. Ello implica, en este orden:

- Renovación de los soportes tecnológicos;
- Aparición de nuevos medios, los llamados medios *on line*, que conviven con los audiovisuales y los impresos;
- Caducidad de métodos y técnicas clásicos del periodismo, y de los valores de la noticia, y, en consecuencia,
- Erosión del estatuto epistemológico del periodismo.

II. Predominio del lenguaje verbal como medio principal para la conversión del hecho noticioso en información periodística. Tendríamos:

- Convergencia de lenguajes.
- Persistencia del texto periodístico como expresión de la noticia (uso generalizado de la comunicación intertextual y de las técnicas del hipertexto).
- Presencia del periodismo *escrito* –*impreso*– como referente y como agente activo en proceso de reenunciación.

Conviene apuntar aquí que, paradójicamente, el estudio del lenguaje periodístico no figura entre las principales tendencias actuales de investigación en comunicación (estudios de recepción, de news making o rutinas productivas, de efectos a largo plazo, de la relación comunicación y cultura y comunicación y educación; impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, e identidad e imagen corporativa).

2. El enfoque translingüístico

Algunas investigaciones se han centrado en los receptores (audiencias), en los mensajes, en las técnicas y en los emisores (transmisores). Encuestas y análisis de contenido parciales, prevalecen sobre análisis semánticos, textuales y estilísticos. Ha persistido, asimismo, un modelo conceptualista que acentúa la función cognoscitiva de los medios, su papel en la producción, reproducción y transmisión de conocimientos, mientras soslaya la relación de estos con la percepción y la sensibilidad.

En el caso específico de Cuba (Alonso Alonso, 2000:44-45), reduccionismo y simplificación en la comprensión de los medios de difusión, carácter fragmentado y disperso de los estudios, descriptivismo investigativo y predominio de la investigación unidisciplinar y de las perspectivas sociopsicológica, historiográfica y periodística en detrimento de la aproximación antropológica, lingüística o filosófica, cedieron terreno a

los estudios comunicológicos, de recepción y consumo (etnografía de audiencias) que han terminado por imponerse. Necesidad y posibilidad y realidad se combinan, pues, para procurar una solución en el ámbito lingüístico textual, en aras de un nuevo discurso o sistema discursivo, y con estos, de nuevas modalidades discursivas encaminadas a replantear el periodismo impreso en el entorno digital multimedia, mediante la captación pragmática de la atención del destinatario, lejos de toda fórmula estilística o pretensión normativa. De ahí la inminencia de un enfoque translingüístico¹, con el texto como horizonte metodológico, en una colaboración fructífera entre orientación lógica y orientación lingüístico-semiótica, con centro en el periódico como *sujeto hablante* y unidad emisora.

3. Desjerarquización del periodismo como canon

En condiciones de sinergia mediática se impone un paradigma que legitima la velocidad como valor. Ciertamente, es posible ofrecer más informaciones, mediante más soportes, en más medios, a más personas, pero la velocidad de transmisión de datos no puede suplir el tiempo que se necesita para redactar una noticia o para leerla. El lenguaje en periodismo no ha pasado de ser una pre-ocupación de minorías²; el mensaje informativo no ha podido anteponer la imagen ni el sonido al texto³. Los periódicos y las revistas siguen siendo sendos sistemas de textos periodísticos relativamente intervinculados y los periodistas las personas que escriben muchos de esos textos utilizando el idioma.

Varios de los conceptos tradicionales (clásicos) que han regido el ejercicio periodístico han caducado o cambiado de matiz en las nuevas condiciones de la práctica profesional periodística: interés general, periodicidad, noción de última noticia, jerarquía informativa. Predominan la instantaneidad; la interactividad como primera experiencia en la historia de los medios en que los receptores tienen contacto simultáneo con el emisor y con el mensaje; el espacio infinito; la personalización de los contenidos, y la segmentación y fragmentación de los públicos, cuya identificación cualitativa es cada vez más difícil pues devienen conjuntos de clientes que buscan en Internet en la medida de sus intereses particulares. De modo que el discurso periodístico, transita de la difusión masiva de los periódicos tradicionales, pasando por la comunicación masiva de los media, hasta la dispersión discursiva que caracteriza el periodismo multimedia, sobre

¹ 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).

² Conviene recordar los esfuerzos de mediados de los 80 del pasado siglo, especialmente las propuestas del Congreso de Academias de la Lengua Española efectuado en Madrid en 1985.

³ Un estudio realizado en los Estados Unidos por la Universidad de Stanford, en California, y el Instituto Poynter, con sede en la Florida, dado a conocer en octubre de 2000, revela que la mayoría de los aficionados a las noticias en línea centran su atención, primero que todo, ¡en los textos!. Damienne Callion: ¡Prepárese para la sorpresa! ¿Qué es lo primero que atrae a los lectores en las ediciones en línea?, en Medios, La revista técnica para profesionales de la industria periodística, octubre de 2000, p. 36, www.medios.cc.

la base del texto periodístico, que se escribe en un teclado casi idéntico al de las máquinas de escribir del siglo XIX, y que sigue existiendo, prácticamente, con la misma apariencia y la misma estructura incluso. Ello a pesar de la insostenibilidad de las taxonomías tradicionales de los géneros periodísticos y de las frecuentes rupturas de las fronteras entre estos, que recuerdan el origen intergénerico e intermediático de la comunicación masiva, y que aconsejan el criterio de Martín Barbero (1987:241-242) de los géneros como estrategias de comunicabilidad y el de Bajtin (1985: 248-252) acerca de la heterogeneidad de géneros discursivos.

El panorama anteriormente descrito denota la necesidad de un nuevo modelo de texto periodístico y exige, obviamente, un acercamiento a dicho texto como integridad funcional, como entramado de funciones de naturaleza textual, y la observancia de su carácter semiótico en la triple condición semántica, sintáctica y pragmática. La objetividad periodística hace fisura, los fundamentos epistemológicos del periodismo se desdibujan y urge actualizar este estado de la cuestión y revisar el estatuto del periodismo, lo que supone, en primer lugar, la modificación del estatuto de la representación del hecho noticioso, y con éste, del sujeto noticiable, del protagonista de la noticia. Así, es inminente la desjerarquización del periodismo como canon, como discurso planificado, en una visión desde la intertextualidad entendida como la asunción de códigos y subcódigos precedentes.

4. El texto periodístico desde la pragmática intercultural

De tal suerte, el texto periodístico y los conceptos y categorías que forman parte de este o lo complementan, condicionan, expresan y modifican, tienen que empezar a ser analizados y estudiados desde una perspectiva pragmática intercultural (PI). Ello supone:

- La adaptabilidad de los medios lingüísticos a la naturaleza del enunciado-noticia en correspondencia con el problema pragmático de cómo y con qué finalidad funciona la lengua.
- La distinción entre la pluralidad de destinatarios del mensaje y la eventual pluralidad de receptores empíricos.
- El reconocimiento del emisor (periodista) y el receptor (lector) como sujetos competentes, *meaners*, según Halliday, lo que remite a la capacidad de ambos para interactuar (acentuada con el periodismo *on line*) y *producir* socialmente sentido.
- La existencia de una memoria común, según la cual y siguiendo a Lotman, el texto elige al público a su imagen y semejanza. *Id est*, si el emisor y el receptor estuviesen dotados de iguales códigos y no existiese dicha memoria común, la comprensión sería perfecta pero la cantidad de información transmitida sería mínima. Según la retórica aristotélica sería como estructurar los discursos y los motivos de credibilidad a partir de nociones comunes.
- El enfrentamiento del receptor al concepto de verdad en tanto no conozca el contexto de escritura por distancia cultural o temporal, sobre la base de la relación enunciación-enunciado que constituye el problema fundamental de la PI. Aquí habría que tener en cuenta, con Eco, las llamadas presuposiciones pragmáticas: lo que tanto el enunciador como el enunciatario saben o se supone que saben acerca

la noticia como fenómeno más o menos codificado, y que en la hermenéutica de Heidegger se traduce como *preconocimiento*, y en la de Ricoeur, como *precomprensión*.

- La diversidad de opciones pragmáticas: el receptor puede dar al mensaje un conjunto de respuestas posibles de carácter idiosincrásico; el lector 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. Pueden producirse entonces dos tipos de interpretaciones (hipotéticas): una semántica, resultado de la recepción lineal del significado de un texto periodístico, y una semiótica, resultado de diferentes interpretaciones semánticas de la noticia.
- La dialéctica de la relación triádica explicación- interpretación- comprensión, que defendida por Ricoeur, nos permite demostrar como los textos periodísticos pueden constituir una unidad semántica con un significado superficial totalmente coherente y, al mismo tiempo, tener uno más profundo.
- La inviolabilidad de la situación del discurso (Ducrot, 1984:375): conjunto de circunstancias en medio de las cuales tiene lugar el acto de enunciación y que abarcan el entorno físico y social en que se realiza dicho acto, la imagen que de este tienen los interlocutores (receptores), la identidad de estos últimos, la idea que cada uno se hace del otro y los acontecimientos que han precedido el acto de enunciación; y de las circunstancias *extrasemióticas* (Eco, 1980:42): condiciones económicas, físicas, biológicas y los acontecimientos históricos en toda su complejidad e imprevisibilidad.
- El carácter semiótico e ideológico *ex aequo*, del esquema comunicativo periodístico. O sea, aun cuando la necesidad del emisor sea acercar ideológicamente la noticia que se produce geográficamente lejos, ello solo es posible mediante la utilización de sistemas de signos, lo que significa, en última instancia, el reconocimiento de condicionantes interculturales. En otras palabras, si aquello que se va a difundir como información o parte de esta, ha sido escogido intencionalmente entre otros y procesado a partir de determinado interés económico o político, tal selección y manipulación se ha hecho, *v. gr.* por medio de signos lingüísticos que a su vez permiten comunicar, transmitir, lo manipulado.

5. Otra *episteme* de la noticia y sus valores

La objetividad periodística está determinada por el tiempo. La objetividad del tiempo aparece dada mediante categorías gramaticales. Es el lenguaje el que determina la relación objetividad-subjetividad durante la comunicación de noticias. Dicho lenguaje descansa sobre la base de palabras egocéntricas, a saber, *yo* (quién-periodista), *esto* (qué-hecho), *aquí* (dónde) y *ahora* (cuándo), y depende de la percepción, que, por demás, no es imparcial y debe ser entendida con suficiente amplitud (la significación no reside en la percepción), y de la representación, que es diferente para cada individuo, génesis, en última instancia, del carácter subjetivo de la información periodística.

El estilo periodístico es un estilo funcional de la lengua y lo definimos como la selección consciente o inconsciente, y composición de los recursos lingüísticos para

estructurar los contenidos con un fin expresivo informativo; admite el uso de la más amplia gama de aquellos. Sobre esta base, es posible el reemplazo del concepto tradicional de género periodístico como etiqueta, por la categoría de forma estilística periodística o formación funcional estilística periodística, y el principio de proximidad geográfica e ideológica por el de proximidad intercultural, las asociaciones de sentido, y la consiguiente creación de campos semánticos. Aparecería un nuevo modelo de texto periodístico multidimensional, híbrido e intertextual, encaminado a aumentar el conocimiento conceptual, cuestionar verdades establecidas y sugerir otros análisis de los contenidos, de ahí que se instaure estilística y pragmáticamente como un conjunto de usos específicos de medios expresivos o estilizaciones.

A partir del más vasto consenso de percepciones se genera infinitas variantes fenoménicas de noticia, en las que se obtendrían producciones significativas, pero siempre determinadas por marcas de escritura obligatorias, de modo que no quedarían al margen el qué, el quién, el cuándo, el dónde, el por qué, y el para qué esenciales de la noticia. Al amparo de una retórica nutritiva se legitima el uso de los tropos y del pensamiento por imágenes. Aparecen, en consecuencia, modalidades discursivas como variantes estéticas en el sentido de optimizar la capacidad del destinatario de captar con los sentidos, de interpretar, y que, en última instancia, son también de naturaleza pragmática. Hablamos de experiencia estética no en el sentido de la recepción de la noticia como obra de arte, sino de la noticia como aisthesis, como efecto sobre la sensibilidad.

6. Hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo

En el camino hacia un nuevo estatuto epistemológico del periodismo habría que:

- Establecer un nuevo estatuto de la representación del hecho y el objeto noticiables a partir de las percepciones (emociones, sensaciones) y de la relación objetividad-subjetividad de los textos periodísticos.
- Reemplazar el principio de comprobabilidad, y de los valores de proximidad geográfica e ideológica, por el principio de proximidad intercultural y el valor pragmático de la noticia, las asociaciones de sentido y la creación de campos semánticos.
- Fundamentar una concepción del periodismo basada en el reconocimiento del papel determinante del lenguaje en la transformación del hecho noticioso en texto periodístico, y del carácter pragmático intercultural de este proceso.
- Reelaborar el concepto del lenguaje y el estilo periodísticos en consonancia con esto y reconocer el papel de las operaciones discursivas.

7. A manera de epílogo

1. Si bien el periodista no tiene el poder sobre los hechos noticiosos ni sobre sus condiciones de producción, tampoco sobre las de recepción de la noticia, sí tiene el poder de la escritura.

2. La realidad noticiosa es primero sentida, percibida y luego dicha, descrita, narrada, contada, en fin, noticiada, por un periodista que es, ante todo, un sujeto

concreto arraigado en un sistema de condicionamientos sociales, históricos, biológicos, psicológicos, culturales.

3. La conversión del hecho noticioso en información periodística es llevada a cabo por un operador humano, el periodista, que inevitablemente imprime afectividad (subjetividad) al texto periodístico.

4. La tropología en el lenguaje periodístico es fantasía pero por necesidad y procedencia de lo real, y está respaldada por la retórica.

5. La belleza del texto periodístico no supone una voluntad estética del periodista, ni está dirigida a provocar un efecto estético, sino un efecto expresivo; está asociada a la utilidad.

6. El carácter estético y/o la misión estética de un texto periodístico, son determinados, pragmáticamente, por el receptor (lector).

8. Referencias bibliográficas

ALONSO ALONSO, MARÍA MARGARITA

2000: "La investigación de la comunicación social en Cuba: préstamos teóricos para un itinerario singular", en *Temas*, número extraordinario 20-21 (2000), 39-51.

BAJTIN, MIJAIL

1985: *Estética de la creación verbal*. México, Siglo XXI

CALSAMIGLIA BLANCAFORT, H. Y A. TUSÓN VALLS

1999: *Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso*. Barcelona

CUENCA, MARÍA JOSEP Y JOSEPH HILFERTY

1999: *Introducción a la lingüística cognitiva*. Barcelona, Ariel

DE AGUINAGA, ENRIQUE

2001: "El periodista en el umbral del siglo XXI", en *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Madrid, Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, nº 7, pp. 157-170

DEL REY MORATÓ, JAVIER

"El mundo de los valores y la vida cotidiana en la información de actualidad", en *CIC* : <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic2ab8.htm>. Acceso: mayo de 2003

DUCROT, OSWALD Y TZVETAN TODOROV

1984: *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. México, Siglo XXI

ECO, UMBERTO

1980: *Tratado de semiótica general*. México, Nueva imagen + Lumen

GARRIDO MEDINA, JOAQUÍN

1997: *Estilo y texto en la lengua*. Madrid, Editorial Gredos

KRISTEVA, JULIA

1981: *Semiótica*. (2 vol.) Caracas, Fundamentos

LOTMAN, YURI

1996: "Acerca de la semiosfera", *La Semiosfera. Semiótica de la cultura y del texto*. (Traducción de Desiderio Navarro) Madrid, Cátedra.

LOZANO, J. ET AL

1989: *Análisis del discurso. Hacia una semiótica de la interacción textual*. Madrid, Cátedra

LOZANO, JORGE

1998: "La semiosfera y la teoría de la cultura", en *Espéculo*: <http://www.ucm.es/OTROS/especulo/numero8/garrido.htm>. Acceso: mayo de 2003

MARTÍN BARBERO, JESÚS

1987: *De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía*. México, Gustavo Gili

"Comunicación de fin de siglo. ¿Para dónde va nuestra investigación?" <http://www.innnovarium/Com/Investigación/ComJMB.htm>. Acceso: mayo de 2003.

MARTÍNEZ ALBERTOS, JOSÉ LUIS

1992: *Curso general de Redacción Periodística* (Edición revisada). Madrid, Paraninfo/Thomson Learnings, (5ta. edición, 2001)