

¿Cómo se “habla” en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital

Ana Mancera Rueda

Peter Lang (Editor)

Berna, 2011

306 pp.

ISBN: 978-3-0343-1070-3

Ana Mancera Rueda es doctora en Filología Hispánica y licenciada en Periodismo. Actualmente es profesora contratada doctora en el Departamento de Lengua Española de la Universidad de Sevilla, donde desarrolla sus investigaciones sobre el español coloquial, el lenguaje de los medios de comunicación y el discurso mediado por ordenador. En los últimos años, ha publicado las siguientes monografías: *‘Oralización’ de la prensa española: la columna periodística* (Peter Lang, 2009), *Una aproximación al estudio de los marcadores discursivos en textos periodísticos españoles* (Proquest, 2009), *El discurso político en Twitter* (Anthropos, 2013) y *El español coloquial en las redes sociales* (Arco/Libros, 2013) –estas dos últimas en coautoría con Ana Pardo Alamán–.

El libro reseñado, *¿Cómo se “habla” en los cibermedios? El español coloquial en el periodismo digital*, se divide en tres partes: El español coloquial (pp. 17-40), Internet, medio de comunicación de masas (pp. 41-83) y ¿Cómo se “habla” en los cibermedios? (pp. 85-273); de las cuales la tercera contiene el grueso de la investigación, centrada en el análisis de los rasgos característicos del registro coloquial empleados en cuatro géneros periodísticos propios del periodismo digital o *ciberperiodismo*: los escolios digitales, las crónicas en directo, las bitácoras o *weblogs*, y los encuentros digitales entre el público y los protagonistas de la actualidad en las páginas de los diarios electrónicos.

Los cuatro géneros, en distinta media, comparten rasgos propios de la conversación entendida como conceptualmente oral, a pesar de ser medialmente escritos, en muchos casos influidos por otros tipos discursivos como el lenguaje de los mensajes cortos de móvil o el propio de los *chats*, donde se constata la oralización de la lengua escrita.

La primera parte se centra en la definición del concepto de lenguaje coloquial y se inicia con un repaso a la historia de las investigaciones en este ámbito del español, iniciadas en el seno de la Estilística germana de la mano de W. Beinhauer y su *Spanische Umgangssprache* (1930, segunda edición de 1958, traducida al español en 1964). La autora constata las dificultades para centrar el objeto de estudio mediante la variedad de términos empleados en su denominación: “español hablado, coloquial, familiar, vulgar, conversacional, cotidiano, popular, etc”. (pp. 22-28).

Desde un posicionamiento neohumboldtiano y variacionista, Ana Mancera Rueda parte de la afirmación de que “la variación es una característica constitutiva esencial de las lenguas” (p. 29) para superar la dicotomía entre corrección e incorrección que lastraba los estudios del español coloquial o subestándar por oposición al español culto, identificado con el estándar, pues “no cabe suponer una sola norma –siempre la misma–, por referencia a la cual hayan de describirse las demás” (p. 35). Finalmente, se sitúa en el marco teórico desarrollado por P. Koch y W. Oesterreicher, autores de los que cita varios trabajos, quienes distinguen entre lo medial y lo conceptual al tratar la doble oposición fónico/gráfico (medial) y lengua hablada/lengua escrita (conceptual), basándose en un esquema pluriparamétrico y gradual, en cuyos extremos se sitúan la inmediatez y la distancia comunicativas entre los interlocutores, donde pueden localizarse las distintas realizaciones lingüísticas (géneros, tipos discursivos o conversacionales).

La segunda parte está dedicada a las características de la interacción digital: *multimedialidad*, *hipertextualidad* e *interactividad*. La integración del sonido y de la imagen, fotografía y vídeo, en los cibermedios; la ruptura de la linealidad secuencial que supone la inclusión de hipervínculos; y, sobre todo, la posibilidad de interactuar

con los lectores, provocan que la escritura en Internet no sea la misma que en la prensa escrita tradicional. Esta circunstancia no solo implica una mayor oralización de los textos publicados por ciberperiodistas y lectores digitales en los medios, sino que tiene implicaciones más hondas de tipo antropológico y social que han llevado a algunos autores a hablar de una doble evolución desde el *Homo sapiens* al *Homo videns* en el siglo pasado y, a partir de ahí, a un nuevo *Homo Twitter* que estaría en formación gracias, entre otras razones, a la redifinición de la lengua escrita y a la multimedialidad, hipertextualidad e interactividad de los medios de comunicación de masas a través del ordenador (César Cansino: “Diez tesis sobre el *Homo Twitter*”, *Revista de occidente*, 394, marzo 2014, pp. 21-29).

La tercera parte, que comparte el título con el volumen y constituye el núcleo de la investigación, se inicia con un repaso a la historia del periodismo digital donde se sitúan los nuevos géneros *ciberperiodísticos* cuya lengua va a ser objeto del análisis: los comentarios de los lectores a noticias publicadas (o ‘escolios digitales’), las crónicas de acontecimientos noticiosos redactadas y publicadas en directo por uno o varios periodistas, las bitácoras o *weblogs* y las entrevistas de los usuarios de los medios digitales a personalidades de actualidad, mediante el *chat*, moderadas por un periodista que actúa como *sysop* (acrónimo de *system operator*).

Todos estos nuevos géneros se caracterizan por ser más o menos dialógicos, según los casos, y, por consiguiente, la variedad lingüística empleada en ellos, sea por los periodistas en la redacción de las noticias o por los usuarios en sus intervenciones, presenta rasgos propios de la conversación, es decir del español coloquial: alteraciones ortográficas (como reflejo de la inmediatez comunicativa), hipersimplificación de los enunciados en contraste con la reiteración de algunos recursos que permiten la modalización del discurso (emoticonos, uso expresivo de los signos de puntuación, mayúsculas, repeticiones), léxico coloquial e incluso argótico, alteraciones del orden predicativo, interordenación oracional y bipolaridad, para conferir un estilo “impersonal” e “informal” a los *weblogs*, y marcadores interactivos propios del diálogo informal.

El volumen concluye con un repaso general al marco teórico en el que se ha planteado la investigación, la recapitulación de la metodología empleada (a la que solo podría objetársele el no haber prestado atención a los *cibermedios* hispanoamericanos, pues al haber circunscrito la recopilación del corpus a periódicos españoles ha quedado obviada la posible *coloquialización* de los medios hispanos no europeos y, lo que sería más relevante, la casi segura variación diatópica existente a uno y otro lado del océano) y los resultados, que podrían resumirse en esta afirmación de la autora: “asistimos a una «coloquialización» progresiva del discurso periodístico motivada por el propósito de captar lectores” (p. 292).

El libro es sin duda meritorio y presenta una panorámica muy valiosa de la lengua castellana en los principales medios digitales españoles; poco se puede objetar en cuanto a la selección del corpus y a los instrumentos de análisis lingüístico empleados. Quizás, a la hora de presentar las conclusiones, se peca de excesivo prurito de novedad, pues pensar que el incremento en el uso de la variedad coloquial en los titulares “a modo de «banderín de enganche»” o sospechar “que se ha producido una cierta evolución en cuanto al porcentaje de uso de estos recursos” resulta aventurado, tratándose de una estrategia presente en la prensa española, al menos, desde los tiempos en que José Ortega y Gasset escribía columnas y crónicas tituladas: *La obstrucción, episodio nacional* (1908), *¿Una exposición Zuloaga?* (1910), *De Puerta de Tierra* (1912), *¡Libertad, divino tesoro* o *Cuadros de viaje. – ¡Se van, se van!* (1915), donde los titulares, con mayor o menor carga de oralidad y *conversacionalidad*, pretenden enganchar al lector y conseguir que este fije su atención y lea el artículo.

José Ramón Carriazo Ruiz
Universidad Nacional de Educación a Distancia