



PRESENCIA FEMENINA EN PRENSA DIGITAL ESPAÑOLA

Pastora Moreno Espinosa

Universidad de Sevilla – pamoreno@us.es

Desde el punto de vista formal, la imagen es la gran protagonista del periódico digital, frente a los tópicos sobre la celeridad y actualización del mensaje informativo audiovisual y electrónico. El predominio de recursos visuales sobre lenguaje textual, los géneros argumentativos, el periodismo de servicios, etc., definen la prensa digital de los últimos años. En la actualidad, es cierto que el lenguaje escrito ha perdido autoridad a favor de la imagen. Fotografías, todo tipo de recursos audiovisuales e infografías de gran tamaño permiten que el lector obtenga gran cantidad de información en poco tiempo.

En la actualidad, la mayoría de los periódicos digitales se nos presentan como unos diarios modernos en los que la imagen, la interpretación y opinión son apoyos fundamentales de la información periodística sobre temas femeninos. Desde el punto de vista metodológico, puede considerarse una investigación que parte del contacto directo con la realidad: el seguimiento y posterior análisis de una muestra de diversos tipos de textos periodísticos sobre temas femeninos publicados en diarios digitales. Describimos las características del lenguaje y del estilo periodístico, con el fin de esclarecer las formas discursivas, el estilo y el lenguaje propio en la prensa digital. Además de esto, nos apoyamos en un corpus teórico, que nos ofrece sólidas bases para la interpretación conceptual de los textos seleccionados, que constituyen la muestra de la presente comunicación.

Palabras clave: actualidad, Internet, secciones, periodismo digital, mujer, información

1. Introducción

La teoría de los géneros periodísticos tiene su origen en la tradición de los géneros literarios, pero su evolución no depende de la literatura sino de su propia evolución como medio de comunicación de masas. La vieja teoría de los géneros literarios era normativa y prescriptiva, es decir, marcaba unas normas muy rígidas sobre cómo se debía escribir, basándose en la idea de que los géneros eran formas exigidas y predeterminadas por la naturaleza. En cambio, las nuevas teorías de los géneros son descriptivas, de forma que no parten de un número cerrado de géneros ni dictan reglas de escritura a los autores. Los géneros aparecen cuando en un diario se observa la posibilidad de utilizar el lenguaje de diversas formas. Su nacimiento está vinculado a la prensa escrita y después se traslada, casi sin modificaciones, a la radio, a la televisión y a Internet. Es importante conocer, sin embargo, los orígenes del periodismo, para llegar a entender cuáles son los géneros periodísticos que existen en la actualidad.

Debemos remontarnos a la época romana para conocer los orígenes del periodismo. En ese momento se comenzaron a realizar comentarios, anales históricos y actas, en los que no sólo aparecen edictos sino también noticias de sociedad, sucesos y comentarios. Más adelante, en la Edad Media, la práctica escrita de la información cayó en desuso, aunque algunos reyes escribieron las crónicas de sus gestas y los juglares contaron, de pueblo en pueblo, las hazañas

de guerreros, los milagros y los acontecimientos de la época en las diversas regiones de Europa. De este modo se vuelve a la tradición oral.

Entre los siglos XII-XIV la burguesía se desarrolla en las ciudades, y surge un comercio en el Mediterráneo que sustenta esa clase social incipiente. Los comerciantes tienen la necesidad de saber dónde están las cruzadas y qué rumbo llevan, por el interés de sus negocios. Aparecen por tanto estas comunicaciones, que van a tener un interés mercantil. La primera de ellas es el “fogli a mano”, “avissi” o “gacetas”, escrito por los menanti (considerados pre-periodistas), que no hacían otra cosa que informar acerca de los conflictos que se estaban produciendo en el Mediterráneo¹. Se trataban de textos que tenían una extensión similar a cuatro páginas tamaño cuartilla, estaban escritos a mano, no tenían título ni firma, pero sí el nombre de la ciudad en la que se habían escrito y la fecha de su composición. Estaban compuestos de multitud de pequeñas noticias que estaban a su vez localizadas. La información la conseguían los menanti de los marineros que recalaban en los puertos. Proliferaron en primer lugar por el Mediterráneo, pero pronto se extienden al resto de Europa. El mejor indicativo de su éxito es la velocidad con la que los distintos poderes actuaron para censurarlas.

Con el nacimiento de la imprenta se consagrarán dos sistemas de comunicación, permanentes hasta nuestros días:

- Sistema de comunicación político: apegado al poder.
- Sistema de comunicación económico: se consolida el sistema de comunicación económico (que ya existía) que va a dar satisfacción a la demanda de información por parte de la burguesía.

En teoría, la imprenta provoca una multiplicación de las impresiones, tanto en formato manuscrito como impreso, pero dicho formato seguirá siendo el mismo produciéndose una simultaneidad en el mercado. Lo único en lo que influye la imprenta es en el número de documentos que circulan, que se multiplica.

Esta coexistencia durará hasta el siglo XVIII, es decir, hasta entonces se mantendrá dicha estructura y contenido, pero en dos formatos. El cambio se producirá porque aparecen nuevos géneros, que no se conocían hasta este momento. Estos nuevos géneros tienen un mayor alcance y sientan de alguna manera las bases del periodismo, puesto que se producen los primeros intentos de periodización de la información, es decir, que empiezan a aparecer ciertas publicaciones. La primera periodización será semestral; más adelante, en el siglo XVII, empezará a ser semanal; y diaria ya en el XIX. En la actualidad existe una periodización frecuente respaldada por la tecnología. Hablamos, por tanto, de alguna forma de un continuo informativo que nos permite saber en cada momento lo que sucede.

En la actualidad, la mayoría de los periódicos digitales se nos presentan como unos diarios modernos en los que la imagen, la interpretación y opinión son apoyos fundamentales de la información periodística sobre temas femeninos.

La presente comunicación estudia el modo particular en el que algunas publicaciones digitales en sus informaciones entienden la presencia de la mujer.

2. La noticia o los acontecimientos noticiosos

La información o noticia es el género que acapara una mayor parte de protagonismo dentro de los medios de comunicación escritos, ocupando gran parte de sus páginas. Es el más importante de todos, hasta el punto de que los demás géneros informativos toman a la noticia, ya sea inme-

¹ RUIZ ACOSTA, M.J. (1998): Historia General de la Comunicación, Editorial MAD, Alcalá de Guadaíra.

diata o de actualidad duradera, como punto de partida. Un reportaje comienza a tener sentido a partir de una información valiosa; una entrevista no ha lugar si el invitado no genera hechos noticiosos. Por estos motivos, se puede afirmar que está siempre presente. De esta opinión son autores como Martín Vivaldi, quien asegura, simple y llanamente, que “es el género periodístico por excelencia”.

La función principal (y casi única) de la noticia es narrar a la audiencia los hechos que se han producido en un momento y en un lugar determinado, recogiendo los aspectos más importantes al respecto y ofreciendo un tratamiento detallado del asunto. El periodista se limita a trasladar al papel los hechos noticiosos con una estructura y un lenguaje determinado, acercándose lo máximo posible a la fidelidad de lo acontecido. Es de carácter obligatorio ceñirse a la realidad y no emitir ningún juicio de valor.

Estudiosos como el profesor Martínez Albertos definen la noticia como “un género que da cuenta de un modo sucinto de un hecho actual o actualizado, digno de ser conocido, divulgado y de innegable repercusión humana”². Esta definición, que vio la luz hace ya más de un cuarto de siglo, sigue estando vigente y continúa sirviendo para explicar este importante género. Como afirma, se trata de una plasmación escueta de lo acontecido, atendiendo a los principales puntos y sin entrar a interpretarlos. Es común que se recojan declaraciones de algún protagonista o testigo, pero sin incidir en la contextualización del hecho o en sus posibles consecuencias. Esa labor pertenece a otros géneros. Por otra parte, el hecho recogido debe poseer actualidad, además de cercanía con la audiencia. En el mundo actual, donde cada segundo tiene una importancia supina, la actualidad juega un papel fundamental. Tanto es así, que incluso hay noticias que se quedan desfasadas horas después de haberlas publicado, porque motivos diversos. Por eso, el periodista debe procurar elegir bien la información para que aparezca como algo novedoso y cercano en el tiempo. Todo lo demás no tiene cabida en la noticia. Por último, y siempre siguiendo la definición que ofrece Martínez Albertos, debe ser un hecho que atañe directa o indirectamente a la vida de las personas que consumen el medio de comunicación, que tenga una repercusión en sus vidas y que se sientan afectados por ello. Sólo de este modo conseguirán captar su atención. Así se explica la aparición durante los últimos años de cabeceras y emisores con contenidos locales, cercanos a la audiencia, y donde los ciudadanos ven reflejados sus problemas y sus quehaceres diarios. Si no tiene repercusión humana, la noticia desaparece.

El género de la información o noticia cuenta con unas características peculiares que será necesario tener en cuenta a la hora de su elaboración, y que hacen referencia tanto al periodista como a la audiencia a la que está dirigida. De todas ellas, dos son las principales premisas que debe cumplir: actualidad y cercanía. La primera, ya comentada, hace referencia a hechos inmediatos en el tiempo, cuanto más, mejor. El periodista Álex Grijelmo se refiere a la actualidad como el requisito más importante, asegurando que “debe ser un hecho, ante todo, reciente”³. El secreto estriba en que es un acontecimiento desconocido hasta el momento de su publicación, y necesita imperiosamente salir a la luz pública. Este hecho es posible comprobarlo, ante todo, en las ediciones digitales, donde juega un papel esencial e inherente a su gestión. Cada pocos minutos aparece una nueva actualización de sus portadas, con noticias de primerísima actualidad, que les permite diferenciarse del resto de los medios de la competencia. La segunda característica, la cercanía, dependerá del medio al que se haga referencia y el espectro territorial que abarque. En cualquier caso, a un ciudadano español siempre le interesará más una información sobre su

2 MARTINEZ ALBERTOS, J. L.: Curso General de Redacción periodística. (Edición revisada). Madrid. Paraninfo. 1992.

3 Grijelmo, A.: El estilo del periodista. Taurus. Madrid. 1997.

país, comunidad autónoma o ciudad que lo que ocurra en otras partes del mundo, sea cual sea. Esta tesis puede desplazarse a todos los rangos geográficos.

Aunque éstas son las dos nociones principales que debe tener una noticia, existen otros aspectos a los que atender para establecer una jerarquización de su importancia. Su importancia varía en función de las directrices de las que disponga el medio, pero es necesaria tenerlas en cuenta. Aspectos como la relevancia personal del protagonista de la información, lo inusual de la información o las futuras repercusiones en un futuro componen algunos ejemplos. No son específicamente necesarias para definir una noticia, pero mientras más características de éstas cumpla un texto, más importancia adquirirá con respecto al resto.

En lo referente al estilo periodístico, la principal característica de la noticia es la objetividad, siempre teniendo en cuenta la subjetividad inherente de cada profesional. Es fundamental que el periodista no emita juicios de valor ni interprete lo ocurrido, para esos menesteres ya existen otros géneros. La noticia debe exponer los hechos tal y como han tenido lugar, pero siempre desde una posición distante, con objeto de que sea el lector quien valore la información ofrecida. Él y sólo él. Todo esto queda justificado en la medida en que la noticia es el instrumento con el que los periodistas construyen la realidad social, con la importancia que tiene este hecho. Según afirma Rodrigo Alsina, “el periodista tiene un rol socialmente legitimado e institucionalizado para construir la realidad social como realidad pública y socialmente relevante”⁴. El lenguaje utilizado por la noticia descansa sobre expresiones cerradas, con una importante ausencia de tecnicismos y frases cortas y explicativas. Las subordinadas también se emplean, pero en menor medida.

Las partes que componen este género son fácilmente identificables, ya que suelen contar con distinto tratamiento tipográfico, y aparecen claramente diferenciadas unas de otras. Es uno de los pocos géneros en los que se puede seguir un orden establecido, lo que facilita el trabajo tanto del periodista como del consumidor del medio. En primer lugar se encuentra el titular, encargado de coronar la información y de llamar la atención del lector para que decida leer los contenidos a los que acompaña. Lleva a cabo una síntesis escueta de los hechos, y se centra en el aspecto principal de los mismos, usando normalmente entre ocho y diez palabras. Por este motivo, ya que el espacio es menor y el tamaño de letra mucho mayor, el periodista debe saber condensar bien la materia. A diferencia de otros géneros, el titular de la noticia solamente puede ejecutarse con un carácter informativo, puesto que acompaña a un texto del mismo estilo. Aquí no hay lugar para titulares de carácter literario o imaginativo. Simplemente informativo. Es la puerta de entrada a la narración de los acontecimientos. Puede estar acompañado de subtítulos o antetítulos, que complementan la información ofrecida por el título principal. En segundo lugar está la entradilla (también conocida con el vocablo anglosajón *lead*), igualmente diferenciada en el aspecto tipográfico. Es el párrafo principal de la información, donde se recogen los elementos más importantes de la misma, y a través de la que el lector debe obtener los datos esenciales del hecho. El lector debe contar con una gran capacidad de síntesis. Por último, el cuerpo de texto se encarga de desarrollar los aspectos secundarios y detalles acaecidos, describiendo los hechos con una importante nota de objetividad. Deben ser expuestos con un lenguaje accesible, y siempre con un estilo informativo. En este sentido, Martínez Albertos establece, entre otras prioridades, “el uso de palabras llanas, la construcción de frases en la forma activa de los verbos e intentar tener una referencia directa del acontecimiento”, para poder narrarlo con mayor precisión. Su extensión varía en función de la importancia del hecho, la cercanía con respecto al lector y las posibilidades que pueda ofrecer en un futuro.

⁴ Martínez Albertos, Op. Cit. Página 305.

Por último, y para terminar con el análisis de la noticia, es necesario hablar sobre su estructura (siempre aludiendo a una generalidad) y las posibilidades que ésta ofrece. En los estudios sobre redacción siempre se ha recomendado la aplicación durante el proceso de redacción de la pirámide invertida, es decir, exponer los hechos de mayor a menor importancia, siempre según el punto de vista del profesional. Esta estructura posibilita ofrecer al comienzo del texto los elementos más relevantes con los que cuenta la información, y es muy común que responda a las principales preguntas sobre el tema que se está tratando.

3. Comunicar, comprender, interpretar... la noticia digital. La presencia de la mujer

La naturaleza deíctica social de la información (periodística) digital es ignorada; la semiosis social de la noticia, soslayada, cuando no, desconocida. También se margina 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.

Valdría apostar, no por la factibilidad de una exégesis de la noticia digital veloz y abundante, sino por el cuestionamiento siguiente: en qué medida informar (decir, explicar) más, y más rápidamente, a más personas⁵, 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 hermenéutica⁶, cabrían tres interrogantes iniciales:

- 1.- Contar la noticia, ¿es explicar el hecho noticioso?
- 2.- Leer (escuchar, ver) un texto periodístico, ¿es comprender la noticia?
- 3.- Estar informados, ¿es interpretar la realidad objetiva noticiada?

Las respuestas suturarían la llamada objetividad informativa. Para contar la noticia hacen falta dos condiciones sine qua non: percibir el hecho noticioso y convertirlo lingüísticamente en texto periodístico.

Ambas remiten a la máxima según la cual, lo que yo digo que veo, no es tal, sino la forma que tengo de expresarlo⁷. Y a dos asertos del padre de la hermenéutica. Para Shleirmacher, los textos están en lenguaje y la comprensión completa del estilo constituye el objetivo global de la hermenéutica (1819).

Para leer un texto periodístico hay que apropiárselo lingüísticamente; para estar informados hay que, cuando menos, leer (escuchar, ver), sentir (percibir) la noticia.

Así, acercándonos a una teoría de la interpretación de la noticia, tenemos que:

- a) las percepciones son infinitas y se reorganizan desde el punto de vista sensorial;
- b) el lenguaje periodístico descansa sobre la base de palabras egocéntricas⁸;

⁵ Conviene recordar la metáfora de la manguera de bomberos. A un ciudadano "sediento" de información se intenta calmar con un torrente tal, que al final se queda como al principio. La opulencia informativa ha traído, al menos, dos nefastas consecuencias: dispersión discursiva informativa y periodismo efímero y perecedero. No se trata del viejo axioma de nacer y morir todos los días como la noticia, sino de una noticia que ya nace muerta.

⁶ Ricoeur, Paul (1965), *De l'interprétation: essai sur Freud*. Paris: Editions du Seuil.

⁷ Al mirar por mi ventana esta hermosa mañana de primavera –escribió Peirce en 1901– veo una azalea en plena floración. ¡No, no! No es eso lo que veo; aunque sea la única manera en que puedo describir lo que veo. Eso es una proposición, una frase, un hecho; pero lo que yo percibo no es una proposición, ni una frase, ni un hecho, sino sólo una imagen, que hago inteligible en parte mediante un enunciado de hecho. Este enunciado es abstracto, mientras que lo que veo es concreto. Realizo una abducción cada vez que expreso en una frase lo que veo. Citado por Jaime Nubiola (Universidad de Navarra, España), en "Walker Percy y Charles S. Peirce: Abducción y lenguaje". <http://www.unav.es/gep/AN/Nubiola.html>, 8 de septiembre de 2006. 3:30 p.m.

⁸ Las cuatro palabras fundamentales de esta especie son -precisamente- 'yo', 'esto', 'aquí' y 'ahora'. Russell enumera otras palabras egocéntricas que tienen que ver directamente con la comunicación de noticias, a saber, cerca-lejos, pasado, presente, futuro, fue, será. El conocimiento humano, pág. 112.

- c) el aquí y el ahora de la noticia dependen de la percepción;
- d) los hechos noticiables, son contingentes, podían muy bien no haber acontecido; podían haber sucedido de otro modo, y 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 perspectiva⁹ los hechos noticiosos suponen, entonces, cierto grado cognitivo y de compresencia del que se informa.
- e) las percepciones se relacionan estrechamente con las representaciones pero no coinciden; una cosa es percibir (sentir) el hecho (noticioso) y otra es representár(se)lo;
- f) la significación no reside en la percepción, de modo que un hecho no es solamente noticia (verdadera, objetiva), ni adquiere significación tan sólo porque el periodista sea testigo presencial de aquél, porque lo perciba, vea, oiga, reconozca sus matices y características; 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 de noticias;
- g) en el lenguaje periodístico hay que discernir entre sentimiento inmediato de tiempo y el concepto sistemático del tiempo¹⁰. La objetividad periodística está determinada por el tiempo y la objetividad del tiempo de la noticia se expresa mediante categorías gramaticales.

Pese a cuanto hemos expuesto hasta aquí, el lenguaje periodístico sigue siendo estándar. No importa los peligros que esto entraña, por sólo citar dos, la limitación a la variedad de registros y la convicción de que el periodista puede reflejar la realidad sin intervención lingüística.

El lenguaje periodístico, el de los textos periódicos tanto impresos como radiales y televisados, está vinculado a la función conativa del lenguaje; se realiza por medio de la escritura, es lineal, afectivo y se supedita a la realidad extralingüística. El lenguaje periodístico se define como un instrumento, un sistema de signos lingüísticos mediante los cuales un periodista convierte un hecho noticioso en información para ser transmitido a un receptor.

El lenguaje periodístico ha sido utilizado por periodistas y no periodistas pero con un fin siempre periodístico y sobre la base de patrones periodísticos (géneros, técnicas) más o menos universales, diferenciables, representativos y típicos (informaciones, entrevistas, artículos, reportajes), para comunicar una realidad que es, ante todo, una realidad extralingüística la cual habrá de conformarse primero lingüísticamente, es decir, adaptarse a las categorías de contenido -palabras, formas flexivas, tipos de frases.

Los signos adquieren un significado específico sobre la base de las combinaciones (relaciones) que establecen con los que le preceden y suceden en el eje sintagmático. Es a partir de esas relaciones que el receptor de los mensajes informativos se forma cadenas por asociación de sentido. Las cadenas asociativas están determinadas por la subjetividad del receptor y sus experiencias vitales vinculadas con el objeto signado (hecho noticiado).

El problema del estilo periodístico -un estilo funcional de la lengua, selección consciente o inconsciente y composición de los recursos lingüísticos para estructurar los contenidos con un fin expresivo informativo-, es parte del problema pragmático de cómo y con qué finalidades

⁹ 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. *Ibíd.*, pág. 120.

¹⁰ Se excluye aquellos textos enmarcables dentro de lo que la lingüística denomina como otras áreas funcionales -partes meteorológicas y económicos, puesta en venta de artículos de primera necesidad, convocatorias.

funciona la lengua; tiene que ver con la adaptabilidad de los medios lingüísticos a la naturaleza del enunciado. Es esencialmente pragmático. De ahí el principio de proximidad intercultural y el valor pragmático de la noticia.

El vacío informativo de lo indecible. Lo innombrable.

¿Cómo se traduce del dolor, la muerte, la guerra, el espanto, el hambre, los terremotos, protagonistas generales, universales, de las principales noticias de todas las ediciones lo mismo impresas, que radiales, televisivas o en línea? ¿Y el sujeto y la realidad irrepresentables(dos) en la noticia? ¿Qué saber se ocupa de lo que no es ni entrevista, ni reportaje, ni artículo y, sin embargo, da cuenta de una noticia en un periódico o en telediario en una emisora on line?

Interpretabilidad: subjetividad-significatividad-intersubjetividad.

En un extremo de la cadena hermenéutica de la noticia se halla, más que una objetividad de partida —el hecho de que un periodista participe, directamente, en un hecho noticioso (un terremoto, un incendio forestal, una matanza en una escuela, una reunión de mandatarios...) convierte dicho hecho no en información objetiva, sino en acto objetivante-, el resultado de la suma de numerosas representaciones: la representación del odio, la representación de la guerra.

Cuando la comprensión de la noticia se explicita en la interpretación de la realidad noticiada, con el lenguaje siempre como mediador, se obtiene una intersubjetividad de llegada. 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 donde el yo se utiliza siempre (aun cuando gramaticalmente no aparezca la primera persona del singular), que el periodista informa de algo a un receptor tú/yo lector¹¹.

La significatividad de la noticia no depende solamente del hecho noticioso como tal, sino de lo que tanto el periodista como el lector pueden aportar gracias a las posibilidades ontológicas de las palabras y el lenguaje.

De un lado está el texto periodístico, del otro, su sentido, su interpretación; de un lado la realidad noticiable, del otro la imagen de esta, la visión que de ella nos entrega el lenguaje. 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. 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.

El texto periodístico es una entidad compleja del discurso periodístico marcada por la escritura (todo el periodismo actual es escrito) lo cual favorecería su durabilidad-perdurabilidad, es decir, legitimaría su enriquecimiento a partir de nuevas significaciones (lecturas).

Los diarios que publican en papel dedican su espacio, cada vez más, a analizar, explicar, ampliar los acontecimientos y a opinar sobre ellos. Y, en mayor o menor medida, van dando los pasos para convertirse en empresas multimedia que editan en todos los formatos que existen en el mercado.

Un primer análisis comparativo entre el medio digital y el soporte tradicional nos conduce a examinar de cerca el lenguaje propiamente del nuevo medio de comunicación para enfrentarlo a las características propias de la comunicación y los contenidos de los medios tradicionales.

Y si es cierto que una de las claves del futuro de la prensa digital está en los contenidos y en hacer compatible la rapidez de este soporte electrónico con la fiabilidad del papel tradicional,

¹¹ 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).

también destaca la importancia de llegar a determinar las características del lenguaje adecuado –digamos que un nuevo lenguaje– para la transmisión de información a través la red, que ve crecer el número de usuarios día a día.

Pero ni en los periódicos ni en las revistas, ni en los informativos de radio o televisión ni, menos aún, en la actualización constante que exigen los medios digitales, se puede prescindir del texto informativo. Largo o breve, con grandes titulares o en un espacio pequeño, con imágenes y sonido o tal como sale del teclado, es el elemento básico de la tarea de informar, que nunca puede desentenderse de la redacción de la noticia.

Obviamente, hay un giro destacado en el modo de presentar, representar y distribuir la información, rompiendo las barreras de espacio y tiempo que amenazan a la prensa bajo el soporte papel.

La prensa on line presenta ventajas de inmediatez y ubicuidad a las que no puede llegar un producto físico como el periódico tradicional, que requiere ser transportado, distribuido y adquirido en un punto de venta concreto. Según algunos expertos, la distribución electrónica sustituirá al modo actual de comercialización de la información impresa. Sin embargo, esta realidad no tiene por qué hacer temer por el futuro de la empresa periodística, ya que gracias a la reconversión tecnológica que los diarios impresos han experimentado en los últimos años, es perfectamente posible responder a una demanda de distribución electrónica desde las actuales redacciones de los periódicos.

Hoy por hoy, la informatización de las redacciones ha hecho de éstas verdaderos nodos de tránsito y recepción de información. El tratamiento, empaquetado y representación de la información se realiza mediante procedimientos basados en la informática. De la misma forma en que se envían las páginas a las plantas impresoras, a las rotativas, puede dirigirse la información hacia las redes de distribución y consumo digitales, como ocurre ya con las ediciones en línea que vemos en Internet.

Las características de multimedialidad que ofrece el soporte digital pueden ser igualmente aprovechadas por los diarios impresos en su edición en línea. Los periódicos con sistemas redaccionales capaces de producir amalgamas multimedia –textos, imágenes fijas o en movimiento, y sonidos– se alejaron hace años de la era del plomo, convirtiéndose en un producto más accesible, dinámico y de mayor flexibilidad, también en relación con los propios contenidos.

Cualquier versión on line del diario se caracteriza por un nivel de interactividad con el lector, de personalización de contenidos y de profundización de los mismos mediante los enlaces e hipertextos, que supera las ofertas informativas y de servicios que hasta ahora ha ofrecido la prensa impresa.

La penetración definitiva de la radio y la televisión en la red han hecho más necesaria la apuesta por un modelo de presentación multimedia de los contenidos informativos, hacia el que tiende la prensa en línea actualmente.

Y eso supone la utilización simultánea de todos los soportes que ya conocemos –texto, sonido, fotos, vídeos y gráficos fijos o en movimiento– para llegar a producir un lenguaje plural, unificador y multimedia, que va a ser imprescindible a un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo.

A la cada vez mayor presencia de las cabeceras de diarios en Internet hay que sumar la experiencia adquirida en la transmisión de informaciones a través de este medio. La mayoría de los diarios impresos tienen su referente en la edición digital.

Son cifras abrumadoras que desvelan la convivencia actual de dos versiones de un mismo diario en dos soportes diferentes (papel y digital). Esa convivencia, que podríamos considerar amistosa y complementaria, exige la diferenciación en el tratamiento de los contenidos para

uno y otro medio, así como la adaptación paulatina de la prensa impresa a las características del medio on line.

Respecto a la evolución de la prensa en Internet podemos decir que se ha pasado del modelo basado en la reproducción facsimilar, al modelo adaptado al nuevo medio, de éste al modelo digital y, en estos momentos, nos encontramos ante un modelo que podríamos denominar, sin ánimo de equivocarnos, multimedia.

En primer lugar, en líneas generales, el modelo “facsimilar”, y más primitivo de los mencionados, se distingue de los demás por su reproducción del periódico papel mediante la técnica del escaneo de las páginas del diario y su conversión al formato PDF. Sin duda, se trata de un modelo estático y de poca utilidad de cara al lector que en manera alguna, aprovecha las posibilidades de interactividad que ofrece el nuevo medio. El pdf permite al usuario el almacenamiento de la información y crear una hemeroteca personal.

Frente al modelo facsimilar, nos encontramos con el modelo “adaptado”, donde se integran, aunque de manera sencilla y poco elaborada, algunas de las características propias del medio on line, como el uso de hipertextos o enlaces. La principal diferencia de este modelo con el anterior radica en que el periódico en papel que se ajusta al modelo adaptado tiene una presentación y tratamiento visual totalmente diferentes a la versión impresa. No obstante, sus rasgos definitorios son el excesivo abuso del texto y la simplicidad del diseño.

Por otro lado, podemos hablar del modelo digital como el modelo de prensa en línea que responde al intento de diseño de un periódico que nada tiene que ver desde el punto de vista visual con su versión en papel, de manera, que se diseña expresamente para el medio digital y trata de aprovechar al máximo las cualidades del medio on line.

Los periódicos que se ajustan a este modelo son más interactivos, visuales, y ofrecen servicios y contenidos diferentes a los del periódico en papel. De esta forma, la edición en línea del periódico se convierte realmente en un complemento de la versión impresa.

Pero este modelo digital, del que acabamos de hablar, ha sido superado por el que podríamos denominar multimedia, en el que se intenta hacer del periódico en línea un medio totalmente diferente al periódico en papel, tanto desde el punto de vista visual, como de los contenidos.

Su principal característica es el máximo aprovechamiento de las posibilidades de interactividad y multimedialidad del nuevo medio, mediante las cuales, se puede ofrecer la información en distintos formatos (sonido, imagen fija o en movimiento, y texto). Se espera que este modelo sirva para aumentar las posibilidades de elección de los contenidos por parte del usuario o receptor de la información, así como la oferta de un gran número de servicios en sentido vertical (más bien especializados) para distinguirse de los portales horizontales con los que nada tiene que ver.

Sobre la lectura en los medios digitales los textos noticiosos—en concreto, los titulares y los sumarios— son lo primero que miran los lectores en Internet. Sólo después de consultar el artículo seleccionado previamente en la home page pasan a las fotografías, a los gráficos y al sonido y a los vídeos. La atención se capta por el texto, mientras que en los periódicos y revistas en papel son las imágenes las que atraen al lector.

Por la experiencia recogida hasta ahora en las publicaciones que se pueden seguir en la red, y a la vista de su evolución más inmediata, se puede decir que requieren un lenguaje que no es sólo mixto sino, además, verdaderamente complejo desde el punto de vista de la utilización de los sistemas de signos y que vamos a nombrar desde ahora, más concretamente, como lenguaje múltiple.

El lenguaje periodístico digital, que comenzó siendo muy semejante al de los periódicos y utilizaba principalmente las series lingüística, para-lingüística y no-lingüística, puede añadir ahora la imagen en movimiento –tanto vídeos como gráficos animados– y el sonido, siempre que se disponga del software adecuado. Y las cabeceras editadas inicialmente en papel, que trasladaron su propio lenguaje a la red, muy poco después tuvieron que introducir y manejar los códigos icónicos y sonoros, hasta ahora exclusivos de la radio y la televisión, para comenzar a producir contenidos en ese lenguaje múltiple que abarca y abarcará cada vez mejor todos los formatos posibles de la tecnología actual.

Una de las novedades más útiles que aportó desde el principio la red es, sin duda, la posibilidad de utilizar el hipertexto, que no es secuencial, no responde a las claves tradicionales de la lectura, sino que se apoya en la capacidad de la mente humana para relacionar ideas, hechos y datos diferentes. Así, a través de links o enlaces incluidos en el texto principal, se facilita el acceso a archivos conectados entre sí que se almacenan por separado sin sufrir las consecuencias de la falta de espacio o de tiempo de emisión que sufren otros medios. De este modo, y gracias a las posibilidades de almacenamiento y recuperación de la información que ofrece la red, se pueden manejar a la vez los diferentes elementos de una información, todo un logro para una sociedad como la nuestra en la que la documentación se ha convertido en un instrumento de trabajo de enorme importancia en todas las materias, e indispensable para el ejercicio del periodismo.

Si lo primero que ve el lector en la página principal del actual diario on line es un conjunto de textos breves que cumplen al pie de la letra las características que hemos visto para el periodismo escrito, por medio de esos enlaces claramente señalados puede entrar en otros documentos más largos que amplían la información a la medida de sus requerimientos, siempre que siga la pauta marcada por ese texto inicial y señale con el cursor los diferentes links que se le ofrecen tanto en forma de frases breves subrayadas, como mediante pequeñas imágenes –iconos– que sustituyen o acompañan a las palabras y se entienden con facilidad. Y así, se puede ir recorriendo un tema de actualidad desde el acontecimiento que acaba de producirse hasta el conjunto de antecedentes, personajes, imágenes, documentos oficiales y opiniones de los protagonistas, los expertos en el tema o los lectores y obtener la mayor cantidad posible de información sin tener que abandonar la pantalla del ordenador y, en breve, del teléfono móvil o la televisión.

En el nuevo lenguaje múltiple de los medios digitales ocupan un lugar relevante, muy distinto del que han tenido hasta ahora, los elementos icónicos.

No sólo se han producido transformaciones en las redacciones periodísticas y en los sistemas de reproducción de los medios impresos, sino, también con el desarrollo de las denominadas “autopistas de la información”, han ido surgiendo nuevos productos periodísticos, con nuevos contenidos y continentes. No sólo las empresas periodísticas han intentado mantener versiones cibernéticas de sus ediciones diarias sino que emergieron nuevos periódicos cien por cien automatizados sin tener producción impresa, sino solamente su canalización en red.

Resulta innegable la necesidad de coexistencia del medio on line con la prensa convencional por varios motivos, sin embargo a estas alturas podemos afirmar la existencia de una infraestructura organizativa que ya existe de modo independiente en la edición digital, con la inclusión de contenidos informativos suficientemente elaborados, y la alta profesionalización de periodistas cualificados.

Al inicio de la era digital todas estas características anteriormente mencionadas no eran más que carencias que en aquel momento fueron subsanadas desde las ediciones en papel de los diarios, lo cual no significaba que necesariamente tuviera que suceder siempre así.

Contamos desde el inicio con la experiencia del nacimiento de publicaciones diarias con contenidos similares a los periódicos que vieron la luz en el medio digital sin tener referente en el soporte papel. Éste sería el caso de La Estrella Digital en nuestro país y sus informaciones sobre temas de la mujer que seguidamente estudiaremos los días 24 al 30 de Octubre de 2011.

Jueves, 27 de octubre de 2011

- Diagnostican un falso cáncer a una mujer para cobrarle el tratamiento
 - Un enfermero hizo creer a los hijos de una paciente que ésta tenía un tumor suprarrenal para venderles una cura por valor de 40.000 euros
 - La esposa de Madoff confiesa que intentaron suicidarse en la Nochebuena de 2008
 - Fue el momento en que se hizo público que había gestionado una pirámide de inversión financiera ficticia
 - Las revistas y la televisión influyen negativamente en el 'ideal de imagen' de las adolescentes
 - Sufren comparación social, alteraciones alimentarias y tienen una menor autoestima
 - Un consejero de Aguirre 'enchufa' a su esposa en una filial de Bankia
 - Mayte Jiménez fue nombrada consejera de Caja Madrid Pensiones sin acreditar en ningún momento que estuviera preparada para este cargo
- Redacción Estrella Digital, 27/10/2011

Jueves, 28 de octubre de 2011

- Detenida una mujer de 42 años por atropellar al novio de su hija
 - El joven de 20 años sufrió lesiones de diversa consideración
 - La presidenta de Navarra, agredida con tartas
 - Yolanda Barcina se ha referido al ataque como "un acto más de sabotaje y violencia" de un grupo "ligado al entorno de ETA"
 - La viuda de Saramago, presenta en el Niemeyer el documental 'José y Pilar'
 - Tanto la proyección como la posterior charla están dirigidas a estudiantes de bachillerato de diferentes institutos de Avilés
- Redacción Estrella Digital, 28/10/2011

Sábado, 30 de octubre de 2011

- Marta Domínguez regresa con victoria en la Divina Pastora de Madrid
 - Chema Martínez se proclamó vencedor en categoría masculina
- Redacción Estrella Digital, 30/10/2011

Podemos decir que, por lo general, el formato de las noticias halladas es muy similar entre ellas, los titulares son más largos y las noticias más breves y todas tienen una extensión equiparable.

La temática encaja más en sucesos (asesinato, muerte, maltrato,...), que en cuestiones sociales o culturales.

También, reflejan un cierto sectarismo, como por ejemplo, el día 27 de octubre cuando la presidenta de Navarra es agredida con tartas.

Las noticias son firmadas siempre por el propio medio y nunca por redactores.

Cuando aparece la noticia abierta, las rodean otra serie de noticias que no están relacionadas con la seleccionada y tienen una temática totalmente distinta.

Predominan las noticias sintéticas, como se da el día 27 de octubre, “La esposa de Madoff confiesa que intentaron suicidarse en la Nochebuena de 2008”, donde aparece la noticia desarrollada en sólo tres párrafos.

Hay que tener presente que se trata de periódicos solamente para informarnos y no para leer y profundizar. Además destacan mucha información en “negrita” para que el lector aunque solamente lea éstas, tenga una leve idea de la noticia.

Ofreciendo únicamente esta temática de noticias sobre la mujer (maltrato – asesinato) y cayendo en rutinas temáticas y estereotipos, existe el riesgo de que los lectores tengan una visión sesgada de la realidad y concretamente de la mujer.

Las fotos no son de muy buena calidad, es decir, no tienen tan buen encuadre y perspectiva como las del periodismo impreso.

Todas las noticias aparecen con subtítulo y el cuerpo de la noticia no está diseñado en distintas columnas, como en el periodismo impreso, se incluyen en un mismo bloque dividido en distintos párrafos, que pueden llevar ladillos.

Al ser las noticias tan sintéticas, suelen eludir datos relevantes, como, por ejemplo, el sueldo que percibe la protagonista de esta información: “Un consejero de Aguirre ‘enchufa’ a su esposa en una filial de Bankia. Mayte Jiménez fue nombrada consejera de Caja Madrid Pensiones sin acreditar en ningún momento que estuviera preparada para este cargo”.

Por consiguiente, en algunas noticias se percibe una cierta poca elaboración con respecto a las noticias de prensa impresa.

4. En conclusión...

En Internet, la diversidad en las problemáticas que se abordan, teniendo a la mujer como protagonista, es en ambos medios, tanto el impreso como el digital, bastante reducida, centrándose la mayoría de las veces en situaciones de violencia, (donde la mujer es víctima en casi todos los casos, aunque en algunos es agresora) con un tratamiento, a veces, jurídico y sensacionalista que puede alimentar el estereotipo de confrontación entre los géneros.

La responsabilidad que tiene el periodista de escribir bien las historias y hacerlas inteligibles en la red es mayor, los lenguajes son más simples, más directos, con frases más cortas, reflejando un estilo de redacción diferente.

En el medio digital la información puede ser más escasa y menos rigurosa, usando un lenguaje más impreciso y con cierta tendencia al sensacionalismo, a veces.

En el periodismo digital, el espacio visual viene limitado por la pantalla del ordenador. Por tanto, los textos deben ser más breves que en prensa escrita. Esta brevedad puede conseguirse suprimiendo algunas oraciones subordinadas y con una redacción que facilite la lectura y la comprensión. El reducido espacio visual del periodismo digital vuelve a ser un obstáculo a la hora de acomodar los distintos géneros periodísticos a este nuevo canal.

El cómo reflejan los medios estudiados a la mujer hoy día, en general, nos remite a una sociedad violenta que, a su vez, puede generar más violencia, presentando esto como una problemática social, que incluso puede incitar al racismo y la xenofobia.

En nuestros días, cada vez hay más personas que se informan sólo a través de Internet. A pesar de que a la consolidación de la red todavía le queda un largo camino que recorrer, avanza a pasos agigantados, y es difícil ya encontrar a alguna persona que no pueda acceder a Internet de manera rápida.

Al calor de Internet han surgido numerosas herramientas útiles para la profesión periodística, y algunas de ellas cuentan con un éxito que ha desbordado todas las previsiones. Las redes sociales, los blogs o las bitácoras constituyen solamente algunos ejemplos.

Por otro lado, aparece la mujer extranjera como centro de conflicto en las sociedades receptoras.

El periódico digital es un nuevo canal al que deben adaptarse los géneros periodísticos existentes.

Este canal presenta una serie de inconvenientes con respecto a las informaciones sobre la mujer, que deben ser salvados progresivamente por los profesionales de la comunicación. Algunos de esos inconvenientes son los siguientes:

- a) Si el texto tiene más de 25 líneas permanece oculto por la pantalla.
- b) Se tiene la sensación de que no existe sección.
- c) En la prensa escrita, la página es una unidad temática y jerárquica. En el periodismo digital la jerarquía viene dada por el orden con que se presentan y por el tamaño de las noticias.
- d) Otro elemento de jerarquización que se pierde es el de página par o impar.
- e) En periodismo digital las noticias vienen todas en una columna y no en varias como en prensa escrita, por lo que también se pierde en jerarquización.
- f) La deficiente utilización de elementos gráficos en el periodismo digital también provoca una pérdida de jerarquía.

Como puede verse, el principal obstáculo del periodismo digital es la falta de jerarquía. Sin embargo, el periodismo digital ofrece otras ventajas como la rapidez, la posibilidad de enlazar una noticia con otras que la circundan, el desarrollo de las noticias de última hora o la posibilidad de establecer intercomunicaciones entre la audiencia y el medio de comunicación.

La aparición y el desarrollo de este nuevo canal obliga a los periodistas a utilizar un lenguaje periodístico distinto al habitual, a cambiar las estructuras textuales y a elaborar nuevas formas de presentación y jerarquización.

En definitiva, nos atrevemos a decir que hay más cantidad de información respecto a la mujer en el medio impreso, con un contenido más amplio que abarca más diversidad de temas, donde las noticias tienden a ser más descriptivas, lo que da al lector una visión más detallada de la realidad, ofreciéndole así herramientas para que pueda formarse su propia idea de lo que ocurre.

No obstante, las posibilidades que ofrece el nuevo mundo de Internet a nivel periodístico son infinitas, y mejoradas casi a diario y, a su vez, los medios tradicionales han sabido adaptarse a la sociedad actual, luchando por un mercado cada día más competitivo.

5. Bibliografía

- ABRIL VARGAS, N.: Periodismo de opinión. Síntesis. Madrid. 1999.
- ARMENTIA VIZUETE, J. I. y CAMINOS MARCET, J. M.: La información: redacción y estructuras. Bilbao. Universidad del País Vasco. 1998.
- BECK, U.: Qué es la globalización. Falacias del globalismo, respuestas a la globalización. Paidós. Barcelona. 1998.
- BEZUNARTEA, O./DEL HOYO, M./MARTÍNEZ, F.: Lecciones de reporterismo. Bilbao. Universidad del País Vasco. 1998.
- CASASÚS J. M. y NÚÑEZ LADEVÉZE, L.: Estilo y géneros periodísticos. Ariel, Barcelona, 1991.
- DÍAZ NOCI, J.: Manual de Redacción Ciberperiodística. Ariel. Barcelona, 2003.
- ESTEVE RAMÍREZ, F. y FERNÁNDEZ DEL MORAL, J. Áreas de especialización periodística. Piragua. Madrid. 1999.
- GRIJELMO, A.: El estilo del periodista. Taurus. Madrid. 1997.

GUTIÉRREZ PALACIO, J.: Periodismo de opinión. Madrid. Paraninfo. 1983.

LÓPEZ GARCÍA, A.: Escritura e información: la estructura del lenguaje periodístico. Cátedra. Madrid, 1996.

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

Martín Vivaldi, Gonzalo. Géneros periodísticos: reportaje, crónica, artículo. Paraninfo. Madrid, 1997.

MARTINEZ ALBERTOS, J. L.: Curso General de Redacción periodística. (Edición revisada). Madrid. Paraninfo. 1992.

MORÁN TORRES, E.: Géneros del periodismo de opinión. Pamplona. Universidad de Navarra. 1998.

MORENO ESPINOSA, P.: Curso de Redacción en Prensa, Radio y Televisión. Sevilla. Mad. 1998.

MUÑOZ, J. J.: Redacción Periodística: teoría y práctica. Librería Cervantes. Salamanca, 1994.

RODRIGO ALSINA, M. La construcción de la noticia. Paidós. Barcelona. 1996.