

LA LENGUA EN EL PERIODISMO DIGITAL

The language in the e-journalism

Alberto HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN

Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)
Departamento de Lengua Española
ahernandoc@terra.es

Recibido: 22 de abril de 2003

Aceptado: 21 de mayo de 2003

RESUMEN

En este artículo, el autor estudia las características peculiares del periodismo digital y, en consonancia con ellas, el tratamiento de la lengua, tomando en consideración las diversas manifestaciones de los diferentes códigos que participan en el proceso comunicativo con la audiencia.

PALABRAS CLAVES

Periodismo digital
Hipertexto

ABSTRACT

In this article, the author studies the peculiar characteristics of the digital media and, in harmony with them, the treatment of the language, considering the different manifestations from the diverse codes that take part in the communicative process with the hearing.

KEY WORDS

Digital media
Hearing

SUMARIO 1. Uso del código lingüístico y de los no lingüísticos en el periodismo digital. 2. El hipertexto. 3. Repercusión de Internet en la lengua escrita. 4. Estructuración de los contenidos en el periodismo digital. 5. Adecuación de los géneros periodísticos al nuevo canal. 6. Conclusión. 7. Referencias bibliográficas

1. Uso del código lingüístico y de los no lingüísticos en el periodismo digital

No cabe ninguna duda de que con la expansión de Internet en los últimos tiempos el periodismo digital se halla inmerso en un proceso de crecimiento y está cobrando una enorme importancia, por lo que el número de diarios digitales puestos en circulación es cada vez mayor. Como consecuencia de ello, este periodismo no se está limitando sólo a la práctica de volcar en la red las informaciones de otros medios como la radio, la televisión o la prensa escrita al modo tradicional y adecuarlos a un formato diferente para difundirlos en un canal distinto, sino que está siendo concebido y practicado como

“Un periodismo que utiliza un nuevo medio de comunicación, que es interactivo y permite una comunicación multimedia, que tiene diseño propio, que puede vincular con rapidez una información con sus contextos, antecedentes, etc., que tiene una potencialidad amplísima de servicio al lector, y que para su eficacia precisa de unos textos que utilicen una estructura interna y externa peculiar y un lenguaje funcional”. (Armentia et al. 2000:191).

El periodista digital, para poder desarrollar su actividad profesional con plenitud, tiene que contar con una formación en la que se tengan en cuenta las características y peculiaridades del nuevo medio. Sin embargo, no debemos creer que este conocimiento tiene que prevalecer sobre lo que ha sido, y sigue siendo en lo esencial, la labor del periodista. En este sentido, por ejemplo, el buen uso de la lengua¹, principal herramienta del periodista y cuyo dominio es imprescindible para expresar con exactitud y belleza la información que desea transmitir, puede verse reforzado y condicionado actualmente por las posibilidades que ofrece el nuevo medio, lo cual no quiere decir que su estudio y conocimiento tengan que pasar a un segundo plano en aras del de la tecnología. J. Canga Larequi participa de esta idea, cuando afirma:

“En mi opinión, el periodista es periodista y no informático, ni técnico en telecomunicaciones, por lo tanto su formación no debe basarse fundamentalmente en el aprendizaje de la tecnología. El conocimiento de una herramienta, aun siendo importante, no ha de imponerse al conocimiento de conceptos sobre los cuales son las tareas de un periodista, a saber: la recogida, selección y tratamiento de la información para hacerla llegar al público de acuerdo con unas normas de calidad, veracidad y honestidad profesional”. (Canga Larequi 2001:42).

Por otro lado, el texto periodístico escrito en el nuevo canal tiene que ser eminentemente funcional, para conseguir así atraer al lector al ver que la información dada le es de fácil lectura. Por eso, la prioridad inmediata del periodista digital debe ser la creación de un mensaje

¹ El uso que los profesionales de los medios de comunicación de masas hacen en ellos del código lingüístico tiene una gran repercusión e influye en un porcentaje elevado de la población, tanto desde el punto de la corrección idiomática como del estilo, pues en cierto modo son vistos y seguidos como paradigma del bien hablar, y de más fácil y cómodo acceso que cualquier tratado gramatical o manual de estilo. Por este motivo, el buen periodista, consciente de ello, debe sentirse en la obligación de extremar su conocimiento y dominio de la lengua. Como explica S. Hurtado González, “el periodista es un ‘hablante de calidad’ al que se le supone una sólida formación lingüística y una amplia competencia de la lengua. Precisamente por esto y por exponer sus ideas lingüísticas en un medio de comunicación de masas, estos retazos de observaciones y reflexiones lingüísticas de muy distinto género pueden calar en los lectores más que ningún manual de lingüística” (Hurtado González 2001:296)

caracterizado por su rapidez y totalidad comprensiva en la intercomunicación.

El periodismo, en sus comienzos, se identificó de forma exclusiva con la prensa escrita². Las primeras retransmisiones radiofónicas³ y la posterior aparición de la televisión⁴ hicieron que esa asociación se fuese deshaciendo poco a poco, hasta ser mínima o nula en los últimos años con la llegada de los medios digitales. Tal evolución ha sido determinante en el quehacer del periodista y, consecuentemente, ha influido también en su herramienta de trabajo, el lenguaje. Esto ha sido así hasta el punto de que, como se ha sostenido en multitud de ocasiones, el lenguaje empleado por el periodista en cada uno de los medios de comunicación ha contado con unas características peculiares. Sin embargo, en la actualidad, a juicio de algunos autores, no es necesario establecer una distinción entre los diferentes códigos de transmisión escritos y audiovisuales, sino que, como señala C. Edo Bolós (2001:83-84), “la información que nos llega a través de Internet —o de cualquier otra red en el futuro—, además de añadir a las posibilidades actuales las del hipertexto, puede unificar los distintos lenguajes en uno sólo. Y esto 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 para un elevado porcentaje de periodistas en todo el mundo”.

Es decir, se está postulando la existencia de un macrocódigo, integrador de los códigos hasta ahora reconocidos, y perfectamente delimitados como tales, así como de los soportes empleados en la comunicación, entre los que se ha establecido ya una relación de interdependencia que contribuye a alcanzar la eficacia y calidad comunicativa. En este sentido, J. L. Orihuela indica que las líneas divisorias trazadas entre los canales están en vías de definitiva desaparición:

“Internet ha provocado la disolución de las fronteras que separaban a los medios en función de su soporte y de los formatos de información. Los medios virtuales o sólo digitales, así como las versiones electrónicas de los medios convencionales, constituyen

² J. L. Martínez Albertos (2001:21), con E. Verón (1969), señala que el código empleado en los medios impresos para canalizar sus mensajes responde a alguna de estas tres series: a) visual lingüística (empleada en la producción de textos “elaborados de acuerdo con un discurso lógico”), b) visual para-lingüística (utilizada para producir titulares y pies de fotografía) y c) visual no-lingüística (para la de los elementos gráficos y tipográficos del periódico, además de los elementos cromáticos).

³ Se utilizan los códigos de comunicación verbal, paralingüístico, y un código sonoro en el que se podrían incluir la música y aquellos otros ruidos de difícil encuadre en las clasificaciones realizadas tradicionalmente.

⁴ Como señala J. L. Martínez Albertos (2001:21) siguiendo a U. Eco (1969), los códigos empleados en televisión son el lingüístico, el icónico y el sonoro, anteriormente aludido, si bien es cierto que también habría que añadir otros que se incluyen en la actualidad dentro de los sistemas de comunicación no verbal, como el paralenguaje (integrado por las “cualidades no verbales y modificadores de la voz y sonidos y silencios independientes con que apoyamos o contradecemos las estructuras verbales y kinésicas simultáneas o alternantes”, F. Poyatos [1994, I:137]), y la kinésica (definida por F. Poyatos como: “los movimientos y posiciones de base psicomuscular conscientes o inconscientes, aprendidos o somatogénicos, de percepción visual, audiovisual y táctil o cinestésica que, aislados o combinados con la estructura lingüística y paralingüística y con otros sistemas somáticos y objetuales, poseen valor comunicativo intencionado o no” [1994, I:139]), que forman junto con el lenguaje puramente verbal lo que F. Poyatos ha denominado “la triple estructura básica de la comunicación humana” (1994, I:130). De acuerdo con este autor, dadas las limitaciones semánticas inherentes a las palabras, los mensajes codificados verbalmente sólo pueden ser descodificados plenamente cuando lo son junto con los elementos de los sistemas de comunicación no verbales complementarios.

nuevas realidades mediáticas que ya no se explican mediante el recurso a los viejos paradigmas matemáticos o ideológicos de la comunicación. Hoy, un periódico, una radio o una televisión en la red llegan a parecerse tanto entre sí, que comienza a resultar anacrónico seguirles llamando según su viejo nombre”. (Orihuela 2000:48)

Los códigos empleados en el periodismo digital, el otro factor ya mencionado, han estado siendo dirigidos hacia un mismo punto donde convergen hoy en día. Por ello, según el mismo autor, es fácil predecir que, “después de décadas de alfabetización televisiva, la web, como nuevo medio con aspiraciones universales, ‘canalizará’ el lenguaje audiovisual tanto como lo permita el ancho de banda disponible. Nos movemos hacia un entorno dominado por la comunicación visual, el sonido y el movimiento, aunque paradójicamente nunca habíamos escrito y leído tanto como ahora” (Orihuela 2000:49)

Estas circunstancias han dado lugar a que se haya llegado a un estado de perfección tal en el mensaje periodístico que, por ejemplo, si al consultar en Internet una noticia en la versión digital de un periódico, se prescinde de alguno de los elementos arriba citados, parece que falta algo, que queda incompleta.

2. El hipertexto

Con la aparición del hipertexto⁵, resultado de la convergencia de la escritura y los medios digitales, se han visto ampliadas las posibilidades de estructuración del mensaje. Definido en el *DRAE* (2001)⁶ como “Texto que contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder

⁵ Edo Bolós (2001:93) indica que además del hipertexto, dado que en el periodismo digital se emplean todos los soportes, es de gran importancia también el hipermedia, pues aplicando las mismas técnicas hace compatibles el texto, el sonido, las imágenes, ya fijas ya en movimiento, y los gráficos. Según esta autora, “se sincronizan así en el tiempo y en el espacio informaciones que inicialmente no tenían ninguna conexión y se presentan con un lenguaje que ya hemos denominado múltiple y que combinará [...] los códigos del periodismo escrito y el audiovisual en cada una de las noticias”.

⁶ El término hipertexto fue acuñado en 1965 por Th. Nelson en el proyecto Xanadu, que nace con el propósito de lograr un sistema que permitiera almacenar y enlazar toda la literatura mundial, accediéndose a su información desde cualquier terminal. Los usuarios tendrían la posibilidad de integrar cualquier pieza informativa del sistema en sus propios documentos, y éstos pasarían a formar parte, a su vez, de la red universal. Por medio del uso de enlaces, gracias al almacenamiento de una sola copia de un documento original, incorporándose en las sucesivas versiones únicamente las modificaciones que se le añadieran, se ahorraría espacio. Con estas características, el sistema Xanadu se convierte en un programa de organización de ficheros, que puede ser utilizado por varios ordenadores de una red que realiza un conjunto completo de funciones y es susceptible de ir mejorando paulatinamente sin que sea necesario modificar su estructura. Sin embargo, los orígenes del hipertexto se remontan a 1945, cuando V. Bush (1945), director del Departamento de Desarrollo e Investigación Científica de los EE.UU., al observar que los métodos tradicionales de indización comenzaban a resultar ineficaces en el tratamiento de cantidades masivas de información, idea, para su organización y recuperación, el sistema MEMEX (MEMOry Extender System) -que no llegaría a convertirse en una máquina real-, basado en una estructura asociativa similar a la del pensamiento humano, mediante el cual se pudieran almacenar textos íntegros y establecer relaciones no secuenciales entre sus diferentes partes. Posteriormente, D. C. Engelbart (1963), trabajando en el proyecto Augmented, promovido por el Stanford Research Institute, diseña un conjunto de técnicas e instrumentos (le edición bidimensional, la disposición de ventanas múltiples en la pantalla, el procesamiento de esquemas e ideas, etc.) orientados a incrementar la capacidad y productividad humanas, destacando entre ellos el sistema NLS (ON Line System), basado en la idea de V. Bush de trasladar el asociacionismo de la mente humana al ordenador. El NLS es concebido como un instrumento experimental cuyo objetivo es cubrir las necesidades de cualquier tarea de investigación, almacenando documentos en una especie de “revista” compartida en la que se pueden incluir referencias de otros documentos, construir jerarquías de información y posibilitar la colaboración de varios usuarios. Este sistema, implementado hasta en 100.000 elementos, se encuentra todavía vigente en la actualidad.

a otra información” (s. v.), supone la transmisión no lineal de la información, es decir, la organización fundada entre diferentes partes de la misma. Mientras que en el texto escrito tradicional las noticias se estructuran de manera lineal, siguiendo un orden secuencial⁸, sin que haya nada que lo modifique, en los periódicos digitales en los que se recurre al procedimiento del hipertexto, esta linealidad se rompe, debido, entre otras cosas, al empleo de dos recursos en los que se observan ciertas concomitancias con las convenciones del texto escrito tradicional, las notas a pie de página y las citas bibliográficas, que posibilitan al lector ir de un lugar del texto a otro, quebrando, en cierto modo, la citada linealidad. En este sentido, es importante la opinión de D. Crystal (2001:232), quien advierte que, salvo tales recursos, “no hay nada en el lenguaje de la escritura tradicional que se parezca ni remotamente a la flexibilidad dinámica de la web”

Por otro lado, la jerarquización propia del periódico impreso en papel, establecida de acuerdo con el parámetro *importancia de la noticia* y que conlleva implicaciones distribucionales y cuantitativas, la noticia de mayor relevancia se expresa en el texto central de la página y a ella se le dedica un mayor espacio que a las demás, ubicadas en el que resta, desaparece, así entendida, en el periodismo digital al entrar en juego el hipertexto. El verdadero hipertexto, según la opinión más generalizada en la actualidad, exige “un completo y automático acoplamiento del texto, de tal forma que todos los documentos coexisten, sin que ninguno de ellos prevalezca en su relación con los demás” (Jackson [1969] citado por Crystal 2001:233). Sin embargo, somos de la opinión de que, aunque con el hipertexto tal jerarquización desaparece, se puede pensar en criterios diferentes de acuerdo con los cuales establecer otra, como el orden de aparición⁹, con lo que se situaría la página principal en la cúspide y los sucesivos enlaces irían apareciendo por orden de importancia, y el tamaño de las noticias. El sistema de hipertexto se caracteriza por reunir, entre otras, las siguientes características (Conklin, 1987:33):

⁷ Por lo que respecta al desarrollo del proceso de tratamiento y posterior representación del contenido documental, no tiene que estar ubicada en una vía metodológica única, sino que existen diferentes posibilidades, al ser varias las técnicas existentes. Centrándonos en la indización, proceso mediante el cual se registran ordenadamente los datos e informaciones, nos parece acertada la explicación ofrecida por M. Pinto Molina acerca de sus implicaciones. A su juicio, puede entenderse de dos maneras diversas, cada una con una finalidad diferente: “Entendida como operación humana, exige por parte del indizador competencia científica y lingüística para caracterizar y representar el contenido de documentos y preguntas mediante términos apropiados, con el fin de permitir el almacenamiento y posterior recuperación de la información. Como técnica documental, pretende resolver tantos problemas de orden semántico, en la transferencia de los conceptos contenidos en los documentos y su representación mediante palabras, como problemas de naturaleza lingüística inherentes a las palabras, tales como sinonimias, polisemias, formas flexionadas, a través de la normalización del lenguaje documental. De esta manera, la indización juega un papel dual en los procesos de comunicación: pues por un lado, actúa de pasarela entre el lenguaje de los autores (especializado) y el lenguaje de los usuarios (vulgar), y por otro es un paso a través del árbol del conocimiento en la representación del lenguaje” (Pinto Molina 1999:275-276).

⁸ La secuencia lineal constituye un uso cultural, como se advierte, por ejemplo, en los tebeos que en nuestro contexto se leen de acuerdo con la línea de indicatividad, comenzando por la parte superior de la página, de izquierda a derecha y de arriba abajo. Pero, frente a este mecanismo de un “antes” y un “después”, la realidad se presenta, de este modo, como algo más variado (Rodríguez Diéguez, 1995:303).

⁹ Pensamos, con todo, que este criterio sería aplicable únicamente a las primeras páginas enlazadas entre sí, a las tres o cuatro primeras a lo sumo, pues, llegados a este punto, al poder presentarse en una página varios enlaces correspondientes a diferentes aspectos de una misma información, resultaría complicado dilucidar cuál de ellos es más relevante.

- a Cuenta con una base textual constituida por una red de nudos textuales o gráficos que conforman un hiperdocumento o hipergráfico.
- b Las ventanas en la pantalla se corresponden con los nudos de la base de forma unívoca.
- c Las ventanas pueden variar de tamaño, cerrarse o reducirse a iconos en miniatura. Cerrar una ventana supone guardar los cambios realizados en ella. Al pulsar con el ratón el icono de la ventana cerrada, éste se abre de nuevo.
- d Las ventanas contienen un número determinado de iconos que representan los "puentes" a otros nudos de la base y que guardan un título o campo textual que informa del contenido del nudo señalado. Al seleccionar con el ratón uno de estos iconos, inmediatamente el sistema busca el nudo referenciado y presenta su contenido textual o gráfico en una nueva ventana.
- e El usuario puede crear enlaces a nudos nuevos (para hacer anotaciones o comentarios) o a nudos ya existentes (para establecer nuevas conexiones).
- f la información se recupera de tres maneras:
 - f₁ siguiendo los enlaces y abriendo ventanas para examinar su contenido informativo;
 - f₂ haciendo búsquedas en la red para recuperar una cadena de caracteres, descriptores o atributos, o
 - f₃ navegando por el sistema con la ayuda de un visualizador que permite ver gráficamente la red.

3. Repercusión de Internet en la lengua escrita

Aunque el objeto del presente trabajo no sea el estudio de la lengua en Internet desde una perspectiva global, sino que se circunscribe al periodismo digital, consideramos interesante apuntar, aunque de forma breve, la gran repercusión que está teniendo en la lengua escrita actual. Vivimos una época en la que, en líneas generales, ha descendido el hábito de la lectura de obras literarias, principalmente entre la población más joven. Sin embargo, gracias a las opciones y comodidades que ofrece Internet, su utilización está contribuyendo a un incremento en el uso de la lengua escrita. Además, se ha iniciado también un proceso de cambio en el canon:

"El desarrollo de los medios de comunicación comporta un cambio en el canon. La lengua escrita, la lengua leída, por tanto, ya no es sobre todo la lengua literaria, más cuidada, sujeta a las convenciones retóricas tradicionales. Los hablantes reciben una avalancha de información lingüística desde su nacimiento, sobre todo de lengua oral, a través de la radio y la televisión, también de lengua escrita, en los libros escolares y los periódicos. A todo ello se añade el nuevo refuerzo que supone internet. // A medida que internet va desplazando a la televisión como ocupación a la que los adolescentes dedican el mayor número de horas, a medida que va ocupando espacios escolares y penetra en las empresas, su papel lingüístico como soporte de textos crece, y lo hace hasta alcan-

zar una dimensión que obliga a nuevas actitudes”. (Marcos Marín 2000-2001).

4. Estructuración de los contenidos en el periodismo digital

No cabe ninguna duda de que la lengua, tanto en su manifestación oral como en la escrita, es el medio más habitual de comunicación que emplea ser humano para establecer cualquier tipo de relación con el resto. Por ello,

“Al tratarse de un vehículo de relación y de comunicación, el lenguaje tiene un carácter netamente pragmático y debe adoptar unas formas encaminadas hacia la eficacia. De ahí que podamos decir que un lenguaje es eficaz cuando se convierte en un rápido instrumento para la comunicación. // Desde esta perspectiva podemos decir que el lenguaje tiene un claro aspecto instrumental. El lenguaje será mejor cuantos más y más variados puentes tienda para facilitar la comunicación”. (Armentia et al. 2000:182).

La lengua del periodismo se sustenta en tres pilares básicos, de sobra conocidos, necesarios para cualquier comunicación pretendidamente eficaz: *claridad*, *concisión* y *naturalidad*. Estas características, por los factores que a continuación expondremos, se extreman en el código lingüístico del periódico digital. Por lo que respecta a la *claridad*, apuntamos que ser claros implica, en primer término, el empleo de un léxico que pueda ser entendido perfectamente por todas las personas con un nivel de instrucción medio. F. Lázaro Carreter consideraba la claridad en el uso de la lengua como la base en la comunicación. Para él, la claridad implica una previa *neutralización del idioma*:

“Parece evidente que una comunicación que aspira a hacerse general, a ser accesible al mayor número posible de personas, debe tender a la neutralización de su idioma, con vistas a que cualquiera pueda recibirlo como propio y sin sombras; sin las sombras que, para el profano, poseen las lenguas especiales” (Lázaro Carreter 1990:4)

J. I. Armentia *et al.* (2000:182), por ejemplo, conciben la claridad como “exposición limpia, sintaxis correcta y un vocabulario o léxico al alcance de la mayoría: ni preciosista ni excesivamente técnico”. En las versiones digitales de los periódicos, al producirse una adaptación del lenguaje al nuevo canal, se recurre a procedimientos muy similares a los empleados en el periodismo audiovisual. En este sentido, se observa, por ejemplo, una limitación del espacio empleado para la producción de textos, al ser lo más práctico que por motivos de comodidad y para su mejor lectura y seguimiento no superen las dimensiones de la pantalla. Si el texto supera el tamaño de la pantalla y se requiere el empleo de *barras de desplazamiento*, puede darse la circunstancia de que el usuario deje de leer la información en ella contenida. Con el fin de evitar esto, se ha generalizado el uso de *links* para contactar con otra, u otras partes de la información.

Como consecuencia directa de este condicionamiento, el redactor se ve en la necesidad de reducir al máximo todos los elementos que puedan considerarse secundarios para la transmisión exacta de la información a transmitir. Por ello, se tiende, a buscar, como hemos apuntado más arriba, una *concisión*, en muchos casos, “obligada”. En este sentido, es frecuente, a nivel oracional, a incluir un menor número de proposiciones subordinadas, o coor-

dinadas, sólo las imprescindibles, así como de complementos de cualquier tipo dentro del esquema sintagmático del enunciado oracional.

En el terreno de organización textual, debido a la necesidad de claridad, el periodista suele ser propenso a la tematización, a la inclusión de cada idea relevante en un solo párrafo. Cuando están constituidos por una oración simple perfectamente construida, el ideal de claridad se realiza plenamente. En ocasiones, se hace necesario el empleo de oraciones, una o varias, compuestas o complejas, bien por coordinación, bien por yuxtaposición. En estos casos el párrafo puede estar integrado por varias ideas diferentes, lo cual no va en contra de la buena redacción, sino todo lo contrario, si están orientadas a enriquecer a la principal y no la eclipsan.

La *naturalidad*, muy ligada a la claridad, implica la utilización de signos y combinaciones de elementos del código lingüístico no rebuscados, en contra de lo que muchas veces se hace por un excesivo afán de retórica cultista.

Además, es también frecuente el recurso a la focalización o topicalización, colocándose en posición inicial dentro de la estructura oracional los elementos que se desean resaltar y que en condiciones normales no se ubicarían en tal posición, como puede ser el caso de los complementos circunstanciales.

5. Adecuación de los géneros periodísticos al nuevo canal

Debido a la necesidad de reducción de los textos al adaptarlos al nuevo canal, puede afirmarse que los del género informativo, principalmente de las noticias no excesivamente largas, encuentran fácil acomodo en el periodismo digital. Las informaciones de mediana extensión tampoco encuentran dificultad alguna para su desarrollo en esta modalidad periodística.

Los textos de los géneros de opinión en sus diversas variantes (editorial, glosa, columna, artículo, cartas al director, etc.), en general, también suelen amoldarse bien a este canal, ya que en su mayoría son breves. Sin embargo, los de mayor extensión, al ocupar más de una o dos pantallas y ser difícilmente descomponibles, plantean problemas.

Por lo que respecta a las características textuales de la información central, todo apunta a que lo más adecuado sea poner en práctica en toda su extensión las estructuras básicas de los relatos informativos del periodismo en la prensa escrita, que descansan en dos pilares fundamentales, la reducción funcional del primer párrafo de la información y la estructura externa de tensión decreciente o pirámide invertida (Armentia *et al.* 2000:186).

El primer párrafo tiene una relevancia capital en la estructura de la noticia, y es considerado, junto con el titular, uno de los elementos de mayor importancia y utilidad dentro de los textos informativos. Al incluirse en ellos los aspectos sustanciales de la noticia, las claves de la misma, representa la esencia de la información, de la que el texto de la noticia no es sino un desarrollo complementario. Por ello, es importante que contenga, aunque sea simplemente esbozadas, las preguntas fundamentales del texto informativo: *qué, quién, cuándo, dónde, por qué y cómo*, para posibilitar que el usuario en un tiempo mínimo capte el contenido de la información de la noticia ulteriormente desarrollada lo más completamente posible.

Uno de los requisitos exigibles al periodista en una buena entrada es, además de aportar

información, suscitar la curiosidad del lector. Por ello, una forma de comenzar bien un relato consiste en presentar en el primer párrafo un hecho, una idea o un dato significativos que atraigan la atención del lector desde el primer momento. Como apunta G. Martín Vivaldi (2000:456), "el comienzo de la narración debe relatar un momento intermedio de la acción que sea interesante".

Para concluir, señalaremos que en los restantes géneros periodísticos, el primer párrafo no tiene por qué ser eminentemente informativo. En unos casos, incluirá aspectos de esta índole, mientras que, en otros, resaltaré aspectos sugestivos, que sirvan para crear una atmósfera adecuada al relato y atraer la atención del lector. En estos géneros, sobre todo en lo que concierne al periodismo digital, el texto central se descompone en despieces sucesivos con el fin de evitar que resulte excesivamente largo, y se insertan sumarios que recojan los elementos esenciales de las partes correspondientes y sirvan de conexión con los otros segmentos que complementan al central.

6. Conclusión

De lo expuesto anteriormente podemos concluir que el uso que del código lingüístico se hace en el periodismo digital está marcado por unas notas que lo apartan en cierto modo del periódico tradicional impreso en papel, como resultado de las características inherentes al nuevo canal y de las exigencias del lector. Sin embargo, esta necesidad de adaptación a dicho canal no debe suponer que el periodista digital se centre sólo en intentar alcanzar un dominio absoluto de las nuevas tecnologías y de la forma de amoldar la lengua a esos condicionamientos, sino que debe seguir haciendo hincapié y persiguiendo el ideal de corrección y pulcritud idiomáticas, así como de perfección estilística que han guiado siempre al buen periodista.

7. Referencias bibliográficas

- ARMENTIA VIZUETE, José Ignacio *et. al.*
2000: *El Diario Digital*. Barcelona: Bosch
- CANGA LAREQUI, Jesús
2001: "Periodismo e Internet: nuevo medio, vieja profesión". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, pp. 33-48
- CONKLIN, Joel
1987: "Hypertext: An Introduction and Survey". *IEEE Computer*, 20, 17-41
- CRYSTAL, David
2002: *El lenguaje e Internet*. Madrid: Cambridge University Press
- ECO, Umberto
1969: "Para una indagación semiológica sobre el mensaje televisivo", en *Los efectos de las comunicaciones de masas*, Buenos Aires: Editorial Jorge Álvarez
- EDO BOLÓS, Concha
2001: "El lenguaje periodístico en la red: del texto al hipertexto y del multimedia al

- hipermedia". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, pp. 79-94
- HURTADO GONZÁLEZ, Silvia
 2001: "Los periodistas y la lengua". *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, pp. 295-302
- JACKSON, Michele H.
 1997: "Assessing the structure of communication on the World Wide Web". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 3/1
<http://www.ascusc.org/jmc/vol3/issuel/jackson.html>
- LÁZARO CARRETER, Fernando
 1990: "El idioma del periodismo, ¿Lengua especial?". *Asterisco Cultural*. Madrid: Fundación Germán Sánchez Ruipérez, 2
- MARTÍN VIVALDI, Gonzalo
 2000: *Curso de redacción. Teoría y Práctica de la Composición y del Estilo*, XXXIII edición actualizada por Arsenio Sánchez Pérez. Madrid: Paraninfo
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis
 1989: *El lenguaje periodístico*. Madrid, Paraninfo
 2001: "El mensaje periodístico en la era digital". *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 7, pp. 19-32
- MARCOS MARÍN, Francisco
 2000-2001: *La lengua española en internet*. Centro Virtual Cervantes, Instituto Cervantes (España)
http://cvc.cervantes.es/obref/anuario/anuario_00/marcos/
- ORIHUELA, José Luis
 2000: "Las nuevas tecnologías de la información: claves para el debate". *Nueva Revista de política, cultura y arte*, 70, pp 44-50
- PINTO MOLINA, María
 1999: "Tratamiento de los contenidos en la sociedad de la información", en CARIDAD SEBASTIÁN, Mercedes (coord.), *La sociedad de la información. Política, Tecnología e Industria de los contenidos*. Madrid: Editorial Centro de Estudios Ramón Areces, pp. 267-288
- POYATOS, Fernando
 1994: *La comunicación no verbal. I. Cultura, lenguaje y conversación*, Madrid: Istmo
- REAL ACADEMIA ESPAÑOLA
 2001: *Diccionario de la lengua española*, 22ª ed., Madrid: Espasa Calpe
- RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis
 1995: "El hipertexto", en RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, José Luis y SÁENZ BARRIO, Óscar (dirs.), *Tecnología educativa. Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*, Alcoy: Marfil, pp. 301-315.

SANTAMARÍA SUÁREZ, Luisa y CASALS CARRO, María Jesús

2000: *La opinión periodística. Argumentos y géneros para la persuasión*, Madrid: Fragua.

VERÓN, Eliseo

1969: "Ideología y Comunicación de masas. La semantización de la violencia política", en *Lenguaje y Comunicación Social*, Buenos Aires: Ediciones Nueva Visión