

Depósito legal: ppi 201502ZU4635

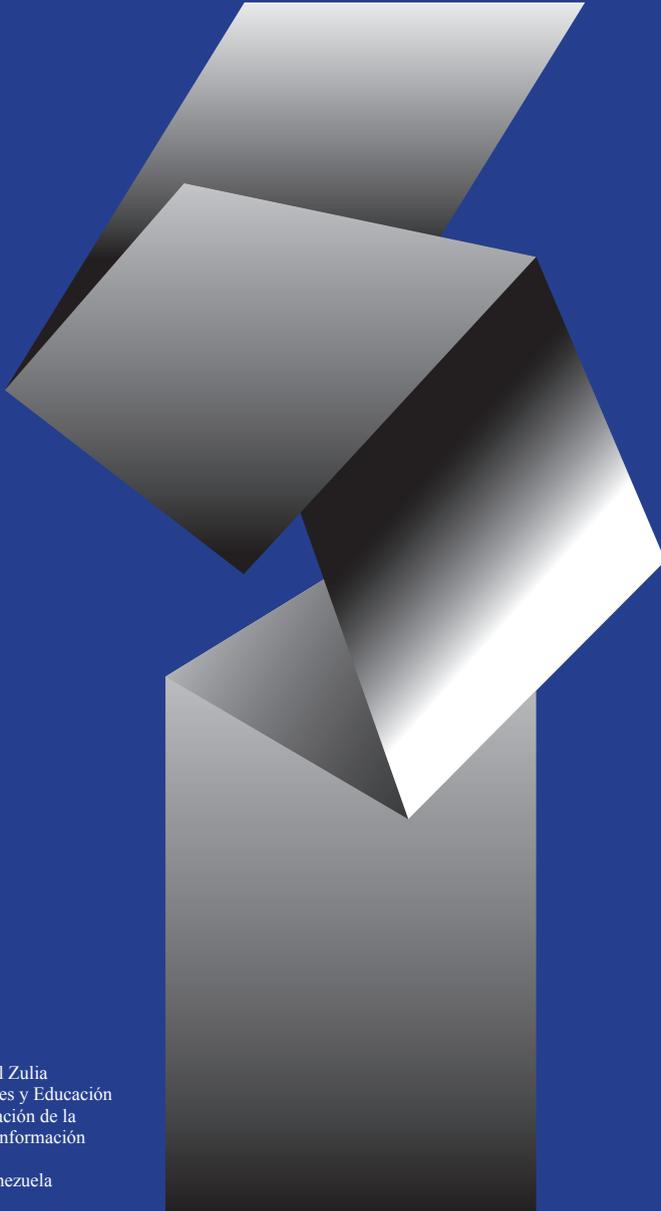
Esta publicación científica en formato digital es continuidad de la revista impresa

Depósito Legal: pp 200402ZU1627 ISSN:1690-7582

# Q U Ó R U M

## ACADÉMICO

Revista especializada en temas de la Comunicación y la Información



Universidad del Zulia  
Facultad de Humanidades y Educación  
Centro de Investigación de la  
Comunicación y la Información  
(CICI)  
Maracaibo - Venezuela



# Hacia un modelo teórico de coproducción periodística en la prensa en línea

*Ricardo López Díaz\**

## Resumen

El objetivo de este trabajo consiste en proponer un modelo teórico de coproducción del discurso de la prensa en línea. Este aparato descriptivo, determinado por dos entidades productoras de información dotadas de un cierto nivel de interacción mutua (los periodistas y los lectores), se basa en un enfoque pragmático-funcional. Mediante el análisis de diversos titulares publicados por la prensa electrónica hispanoamericana, concluimos que la producción eficaz del discurso informativo se apoya en aspectos relacionados con la forma del mensaje, su construcción adecuada, capaz de situarse en un contexto para originar significados comprensibles para los sujetos participantes del acto de lenguaje, significados que a su vez podrán ser organizados y precisados en una visión coherente del idioma.

**Palabras clave:** análisis del discurso; comunicación mediática; prensa en línea.

---

Recibido: Mayo 2015 • Aceptado: Julio 2015

\* Doctor en Ciencias de la Información y de la Comunicación por la Universidad de París III. Licenciado en Comunicación Social. Mención: Periodismo Impreso por la Universidad del Zulia. Correo electrónico: riclopezd@hotmail.com

## *Towards a theoretical model of journalistic coproduction in the online press*

### **Abstract**

The aim of this paper is to propose a theoretical model of journalistic coproduction for the online press. This descriptive frame, determined by two entities able to produce information and endowed with a certain level of mutual interaction (journalists and readers), is based on a pragmatic-functional approach. Through the analysis of various headlines published by the electronic media from Spain and Latin America, we concluded that the efficient production of the journalistic discourse rests on aspects related to the form of the message, its proper construction, its possibility to be placed in a determined context to cause understandable meanings for the members of the act of language, meanings which in turn may be organized and specified in a coherent panorama of the language.

**Keywords:** social tension; enunciation; political discourse; social identity.

### **Introducción**

La redacción periodística en internet ya ha sido tema de estudio. Salaverría (2005) propone un manual que introduce elementos prácticos de escritura para las publicaciones digitales. Esta postura pone el acento en el impacto de las herramientas digitales en la redacción del periodista así como en la llamada construcción hipertextual del texto informativo. Este aporte, que puede considerarse como la continuación lógica de un trabajo anterior (Díaz Noci y Salaverría, 2003), resume las inquietudes en el área periodística por proveer los recursos de expresión y producción necesarios para adaptarse al discurso de la prensa en línea. Se trata, en todo caso, de obras pensadas *por* y *para* la instancia mediática, pero que obvian la contribución informativa del lector. Es posible que aún cueste considerar que los aportes de los internautas tengan tanto peso en la puesta en escena del mensaje como las informaciones realizadas por un periodista profesional. Nosotros consideramos que esto es así, y por ello hemos desarrollado la presente investigación.

Y es que en este proceso de producción discursiva el periodista ya no está solo, aunque quizá nunca lo haya estado. De un modo observable, la prensa digital nos enseña que el texto periodístico es una composición global. De ahí que consideremos que la participación casi igualitaria de periodistas y lectores en la construcción del texto digital puede dar ocasión a los analistas del discurso para describir los enunciados periodísticos desde una perspectiva que podríamos considerar de “creación colectiva”.

En nuestro intento por proporcionar los elementos para una coproducción periodística en la prensa digital, necesitamos antes expresar algunas ideas relacionadas con el periodismo colaborativo de acuerdo con los antecedentes ya trazados por varios autores. Este preámbulo nos conducirá a describir los aspectos lingüístico-comunicativos, que, según nuestro punto de vista, constituyen nuestro modelo de discurso periodístico producido por locutores e interlocutores en el contexto de la prensa electrónica.

## La web 2.0 y el periodismo colaborativo

Dacos y Mounier (2010: 89) recuerdan que hace unos diez años el concepto de web 2.0 “rompió con la lógica unidireccional de la distribución clásica de los contenidos, del emisor al receptor”, ofreciendo a “todo el mundo”, con “un pie de igualdad”, la capacidad para “producir y difundir” un mismo material discursivo.

Este concepto constituye un hito esencial para comprender la evolución de la prensa en línea desde su aparición hasta el presente. La web 2.0 se considera una evolución hacia un concepto de mayor simplicidad e interactividad. Los usuarios no necesitan mayores conocimientos técnicos e informáticos para producir diversas contribuciones que pueden “compartir” e “intercambiar” en un escenario también conocido como la “web social” (Dacos y Mounier, 2010).

Este nuevo capítulo en la evolución de internet como dispositivo mediático ha llevado a proponer conceptos como el del llamado *periodismo ciudadano*, basado en las posibilidades de la gente común y corriente de sustituir a los periodistas profesionales en la producción de informaciones. El auge del periodismo ciudadano involucra a todos los participantes de la prensa y se desarrolla por una supuesta “necesidad de veracidad en el seno de la sociedad civil” (Dacos y Mounier, 2010). De este modo, la publicación periodística está al alcance de todos gracias a esa casi desaparecida frontera entre el periodismo y la edición personal (Lasica, 2003).

Por su lado, Rebillard (2007) se pregunta si “el periodismo digital es verdaderamente participativo”. Al parecer, todavía no. Las diferencias de

orden profesional y cultural que separan a periodistas y lectores del proceso de producción informativa muestran que al ideal de democratización de los medios aún le faltan años para materializarse. Nuestro trabajo, como lo hemos indicado ya, pretende ofrecer una modesta contribución en la realización de esta (hasta ahora) utopía. Por ello, creemos que el discurso debe pasar antes por el entendimiento de unos modos de organización y por una acción comunicativa antes de convertirse en un verdadero texto colectivo. Es ésta, en suma, nuestra manera de introducir los componentes de nuestra teorización de la coproducción periodística.

## Los modos de organización discursiva periodística

Charaudeau (1992) ha establecido los modos de organización discursiva, a saber: enunciación, descripción, narración, argumentación. Esta clasificación es realizada tras describir los hechos del lenguaje en función de las *intenciones* de los sujetos hablantes, las *apuestas comunicativas* que ellos establecen y los *efectos discursivos socioculturales* que ellos producen. Del mismo modo, Calsamiglia y Tusón (1999), también según el enfoque elegido, añaden el diálogo y la explicación a las tipologías de presentación del discurso.

En esta parte queremos simplemente retomar estos conceptos con el fin de relacionarlos con nuestra llamada teoría de la coproducción periodística, basada, como se ha visto, en las contribuciones mencionadas de la lingüística discursiva. El objetivo, llegados a este punto, consiste fundamentalmente en proponer un método de producción del texto periodístico a partir de los llamados géneros periodísticos y de los modos y tipologías de organización discursiva arriba indicados.

La mayoría de los periódicos elige transmitir sus informaciones según un repertorio de posibilidades narrativas y discursivas que podemos llamar *géneros periodísticos*. Los más comunes son, generalmente, la noticia, la crónica, el reportaje y el artículo de opinión (el editorial). Mouriquand (1997), por ejemplo, compara los géneros periodísticos con la paleta del pintor, y describe, esta vez según la escuela francesa de la prensa escrita, dos tipos de periodismo: uno llamado “sentado” (*assis*), donde se desarrolla con más “libertad” el talento literario del autor (el editorial, la crítica), y otro llamado “de terreno” (la noticia, el reportaje, la crónica).

Nuestra propuesta se basa en el desarrollo de la organización discursiva de la noticia, el reportaje, la crónica y el editorial, y de sus conexiones con el tipo de comentarios emitidos por los usuarios-lectores en la prensa en

línea. De este modo, buscaremos diseñar nuestro modelo de coproducción periodística basados en los medios de expresión ya establecidos.

La **noticia**, recuerda *El País* (2002: 37), suele seguir, aunque no siempre, el orden propuesto por la pirámide invertida (exposición de los sucesos de mayor a menor interés) y las “clásicas respuestas a las preguntas qué, quién, cómo, dónde, cuándo y por qué”. Buena parte de los libros de estilo sugieren soluciones más imaginativas para evitar el considerado “estilo notarial”. La gramática comunicativa de Franco (2007) expone resultados adecuados para lograr la competencia lingüística de una información noticiosa.

Por otro lado, las características del **reportaje** se han estudiado en función del discurso literario desde la perspectiva del *nuevo periodismo* o *periodismo de autor*. La dimensión estética del reportaje, también considerado el género más subjetivo, ha sido defendida por Tom Wolfe (en Hunter, 1997) a través de la exposición de aspectos íntimos de los personajes, escenas, diálogos largos, monólogos interiores. La primacía del relato, construido según un tono elevado de colores, constituye su fuerte. La exposición de las tradicionales *WH* o preguntas clave para la estructuración del relato (teoría intercasual; Franco, 2007) sigue un recorrido diferente, pudiera decirse más creativo u original en función de las preferencias del autor.

Esta premisa sirve también de guía para la **crónica**, considerada un “estilo interpretativo” (*El País*, 2002: 43). Entre el rigor y las exigencias informativas de una noticia, la crónica busca, a través de una redacción amena, describir, contextualizar, evaluar, interpretar. La crónica puede reunir elementos del análisis.

El **editorial**, que es parte del género de opinión, es también considerado como una exposición de argumentos cuya responsabilidad corresponde con la dirección del medio. El estilo, que definimos como las inferencias que el emisor establece de las capacidades interpretativas de su receptor, constituirá en este apartado una herramienta de análisis de discursos cuya producción difiere considerablemente de los géneros anteriores por factores ya descritos como la acción comunicativa, la puesta en escena del sentido, la sintaxis.

Según nuestro punto de vista, el lector, desde sus limitadas posibilidades de expresión (no olvidemos que es un invitado en la “casa” del periodista y que debe ceñirse a sus condiciones), puede anteponer a estos géneros cuatro tipos de comentarios, a partir de una tipología que hemos creado tras nuestras observaciones:

Primero, *la información adicional de relevancia para el texto periodístico*, que consiste en la presentación de citas a otras fuentes así como en la publicación de imágenes; se trata, para resumir, de todo material que puede añadir nuevos datos a los ya expuestos por el periodista, aunque éstos sean siempre presentados de acuerdo con un propósito particular, enteramente subjetivo (¿podemos decir a estas alturas que el texto propiamente periodístico sí es objetivo?).

Segundo, *la experiencia personal*. Nuestras observaciones demuestran que los lectores poseen una enorme necesidad de contar (sus) historias. En temas que tocan aún más la “fibra humana”, la búsqueda de expresarse es poderosa y encuentra en la prensa en línea una de sus “vías de escape” más importantes en el actual universo mediático. El caso Mediator y DSK, grandes escándalos de la sociedad francesa en 2011, desataron miles de reacciones en la prensa digital. En el caso Mediator, decenas de lectores compartieron sus experiencias en torno al excesivo consumo de medicamentos en Francia y la impunidad que rodea a los grandes laboratorios. El caso DSK (siglas del político Dominique Strauss-Kahn), por su lado, dividió a los franceses que creían, por una parte, en la teoría de un complot a la americana, y, por la otra, en una evidencia de la decadencia moral de la política nacional. En todas estas reacciones hubo narraciones personales, historias contadas con el objeto, seguramente no preconcebido, de servir de contraste con las informaciones periodísticas.

Tercero, *el comentario basado en un juicio de valor; una crítica al medio o a otros participantes del foro*. Éste es, posiblemente, el tipo de reacción más común en la prensa en línea; su utilización extendida evidencia la finalidad del lector, que busca, ante todo, dejar claro que no es un ente pasivo, y que puede verificar o contrastar por sí mismo la información que un periódico en línea le suministra. Como hemos dicho antes, creemos que el usuario de la prensa electrónica es el menos conformista de todos los estudiados hasta ahora, si bien su relación con el medio le confiere una posición de visitante deseado, pero sometido a ciertas condiciones.

De esta tipología, consideramos que el usuario no puede tampoco decir todo lo que quiere puesto que el medio se reserva el derecho de publicar los comentarios que cumplan con sus requerimientos. La figura del filtro u moderador suele criticarse muy a menudo, puesto que en ocasiones el usuario puede saber si el medio ha decidido eliminar su participación (como ocurre en *El País.com*, por ejemplo), y esto muestra hasta qué punto prevalece la finalidad informativa-reguladora del medio.

No obstante, si una información publicada en un diario digital busca manipular a su audiencia, ésta tiene al menos más recursos que antes para replicar ante una acción parecida, pero siempre siguiendo los parámetros y condiciones que el medio considere necesarios para asegurar su línea reguladora de producción de sentido.

Queremos, de este modo, resumir en el siguiente cuadro la idea general de nuestro argumento, que establece una relación entre los modos de organización del discurso, el género periodístico, el tipo de comentario del usuario-lector y la tipología de presentación del discurso:

Modo de organización del discurso	Género periodístico / Tipo de comentario del usuario-lector	Tipologías de presentación del discurso
Enunciación	La noticia / <i>Información adicional de importancia (citas a otras fuentes, publicación de imágenes)</i>	El diálogo (la entrevista) y la explicación están siempre presentes en la creación del texto periodístico y del comentario del usuario-lector.
Descripción y narración	La crónica y el reportaje / <i>Experiencia personal</i>	
Argumentación	El artículo de opinión / <i>Comentario basado en un juicio de valor; una crítica al medio o a otros participantes del foro</i>	

## La acción comunicativa del periodista y del lector

Franco (2004: 41) define la *acción comunicativa* como “la interacción de al menos dos sujetos que poseen la facultad del lenguaje y que desean establecer una relación interpersonal”. En el contexto periodístico impreso (y digital), creemos que esta interacción puede ser de dos tipos: 1) directa; ocurre cuando, por ejemplo y sobre todo en el contexto de la prensa en línea, el lector tiene la capacidad de reaccionar a un texto periodístico, de expresar su opinión y aun de interactuar con otros usuarios que participen en el foro del medio electrónico; 2) indirecta; expresada en la interpretación personal del discurso periodístico, en el proceso de transacción del contrato de comunicación (Charaudeau, 2003), en la búsqueda de la idea recogida en el texto. En ambos procesos de interacción hay, sin embargo, un mismo

fin: semiotizar las referencias, otorgarles sentido por medio de unidades elegidas, revestirlas de un caparazón sintáctico. Una vez más, “el lenguaje presenta su auténtico y verdadero sentido en la comunicación; su función primordial es la interacción comunicativa” (Franco, 2004: 34).

El periodista funcional necesita partir de la referencia de su acción comunicativa para expresarse con eficacia, para que su mensaje cumpla con el fin esperado. La acción comunicativa comprende una serie de factores para asegurar este objetivo: la relación sujeto-mundo; la situación; el lenguaje; el mundo de la vida; el contexto; la cultura, la sociedad, la personalidad; el saber de fondo (que es constitutivo del mundo de la vida) (Franco, 2004, 2007). De este modo, “sólo el concepto de acción comunicativa presupone el lenguaje como un modelo de entendimiento” (Habermas, 1989: 137).

La acción comunicativa define, entonces, el discurso periodístico mediante el lenguaje, la situación, el contexto, la cultura. La comprensión de este aspecto contribuye a su eficacia.

#### 4.1. La búsqueda de sentido en el discurso periodístico

Refiriéndose al estilo periodístico, Gaillard (1971) dice que debe ser simple, correcto y vivo. Naville-Morin (2003), por su lado, asegura que la prensa envía al lector un mensaje a partir de tres tendencias explícitas: la tendencia a la exhaustividad (la promesa de decirlo *todo*), la tendencia a la variedad (la promesa del *todo*), la tendencia a la actualización (que es la promesa no solamente de decirlo todo sobre todo sino de decirlo en el momento, o casi, en el que se produce). Sormany (2000) explica, por otra parte y como también señalamos antes, que el *nuevo periodismo*<sup>1</sup> se sirve de técnicas literarias y cinematográficas en la estructuración del relato: descripción de decorados, diálogos, acción, secuencias en leitmotiv, *flash-backs*.

Se piensa que el periodismo adquiere mayor calidad cuando cumple con determinadas premisas. Es una técnica, a fin de cuentas, que la experiencia va mejorando. Es un oficio que exige la búsqueda del sentido, del significado, de saber cuál es el querer decir y el cómo lo digo. Un mismo acontecimiento permite construir el sentido periodístico desde ángulos diversos.

1 Se considera a los norteamericanos los padres del llamado *nuevo periodismo*, que aquí vamos a considerar como un modo de organizar el discurso en función de la escritura periodística y literaria. “El periodismo es el gran género literario del siglo XX”, dice el escritor Manuel Vicent (en Vilamor, 2000: 67).

Repasemos estos ejemplos extraídos de un mismo momento discursivo: la inesperada derrota del entonces tenista número uno del mundo, el español Rafael Nadal, en el Abierto de Australia, en enero de 2011.

**E1:** Ferrer rompe a Nadal<sup>2</sup>

**E2:** Ferrer despierta del sueño del ‘Rafa Slam’ al número 1 del mundo<sup>3</sup>

**E3:** Nadal cae ante Ferrer en tres sets en Australia<sup>4</sup>

Los tres ejemplos ilustran la composición de la estructura gramatical determinada por el módulo actancial (alguien *rompe* a alguien; alguien *despierta* de algo a alguien, alguien *cae* ante alguien en algún lugar). El tema (Nadal) es situado en los dos primeros ejemplos (E1, E2) según la perspectiva de focalización del rema (Ferrer). La entradilla de E1 dice: “El ‘número uno’ del mundo sufrió un problema en el isquiotibial de su pierna izquierda y cayó por 6-4, 6-2, y 6-3”. Los semas virtuales comprometidos en el acto de romper adquieren una significancia múltiple: el tenista es roto por su derrota, por su accidente, por la forma en que pierde el partido. La entradilla del ejemplo E2 (“David Ferrer dio la sorpresa de la jornada al ganar en cuartos de final a un mermado Nadal, que sufrió una rotura de fibras por la que tuvo que ser atendido varias veces...”) enfatiza el sentido en la acción de un sueño que acaba por la acción de alguien; en este caso, el ciclo de victorias del tenista es interrumpido sorpresivamente por su accidente físico y por su contrincante; tras el sueño, viene la realidad... o la pesadilla.

La puesta en escena del juego de significaciones en el discurso periodístico debe ser un recurso que el periodista funcional necesita dominar a fin de saber representar la realidad y el conocimiento de la sociedad (Ferenczi, 2005). En este proceso, el usuario-lector colabora con el periodista, añadiendo nuevas visiones de la realidad en la composición colectiva del discurso.

#### 4.2. La construcción del texto

La sintaxis, como disciplina lingüística, sirve también para saber “cómo construir y emplear una forma gramatical dada, cómo expresar una

2 *El Mundo.com*, 25 de enero de 2011.

3 *Marca.com*, 25 de enero de 2011.

4 *El País.com*, 25 de enero de 2011.

intención dada” (Santomauro, 1999). En el contexto de su uso en la prensa escrita, recordemos de nuevo que la buena redacción se apoya en la eficacia para saber vehicular un mensaje (Mouriquand, 1997: 3).

Andrés Bello (1781-1865) definía la gramática de una lengua “como el arte de hablar correctamente, esto es, conforme al buen uso, que es el de la gente educada” (1997: 35). Esta concepción de *prestigio lingüístico*, que aún se mantiene en la visión oficialista del lenguaje de la Real Academia Española, por ejemplo, se traduce en la preferencia seguida por los libros de estilo periodístico de privilegiar el orden sintáctico *sujeto, verbo, objeto* (SVO). Cassany (2000: 13) asegura, sin embargo, que “escribir significa mucho más que conocer el abecedario, juntar letras [...]. Quiere decir ser capaz de expresar información de forma coherente y correcta para que la entiendan otras personas”.

El modelo lingüístico-comunicativo nos dice que el emisor activa una serie de esquemas (de entendimiento, analítico, resultantes) mucho antes de organizar su discurso de modo sintáctico (Franco, 2007). La sintaxis, situada en el nivel lingüístico y discursivo del modelo, va acompañada de otras disciplinas todavía consideradas normativas (como la puntuación).

Un uso poco eficaz o el desconocimiento de la importancia sintáctica de un enunciado periodístico pueden producir ejemplos como el siguiente:

**E4:** Asesinan a tiros a una chica embarazada y cae el ex novio<sup>5</sup>

El verdadero agente del enunciado, el motor de la acción, es representado por la figura del exnovio; esta información es recogida en la entradilla, donde el periodista explica que el hombre asesina a la mujer embarazada y luego es detenido por (“cae” ante) la policía, según la significación argentina. No obstante, el título expresa una idea distinta: el verbo asesinar, conjugado bajo el modo de un agente plural (ellos asesinan), pareciera indicar que un grupo de personas inexistentes en el relato acabó con la vida de la mujer y que pudo a la vez dejar herido al “ex novio”. Esta confusión pudo haberse resuelto con esta otra posibilidad: *La policía detiene a un hombre tras asesinar a su exnovia*.

Por otro lado, los siguientes ejemplos dan cuenta de la riqueza funcional del discurso periodístico:

5 *Clarín.com*, 25 de enero de 2011.

**E5:** Cine británico encabeza nominaciones al Oscar<sup>6</sup>

**E6:** *The King's Speech* reina en las nominaciones a los Oscar con 12 candidaturas<sup>7</sup>

**E7:** La corona británica vuelve a seducir al premio Oscar<sup>8</sup>

Los sintagmas nominales elegidos (cine británico; el título en inglés de la película propiamente; la corona británica) son actantes en los verbos que expresan un mensaje de triunfo, conquista (encabezar, reinar, seducir). Los tres casos informan del mismo modo de una realidad única: las nominaciones de una obra filmica a un premio.

#### *4.3. Pragmática de la puntuación*

A partir de nuestro enfoque funcional y semiolingüístico, vamos a considerar los signos de puntuación del discurso periodístico como símbolos, aun imágenes que cumplen una función comunicadora. Este recurso, consideramos, es de gran importancia en la construcción del discurso periodístico y en su posterior puesta en relación con las participaciones de los usuarios.

Por ello, los signos de puntuación, entendidos como un conjunto de imágenes, complementan desde nuestro punto de visto el discurso referencial de la escritura y del mensaje que el periodista-emisor desea hacer llegar a su internauta-receptor.

Asimismo, la escritura y los signos de puntuación componen el nivel discursivo del enunciado periodístico. No obstante, la puntuación sigue siendo uno de los aspectos que menor atención recibe en el campo del análisis del discurso (Figueras, 1997). Sin embargo, esta autora ha intentado exponer el “contenido intrínseco de algunos signos de puntuación, unificando y clarificando la polifuncionalidad asignada por la normativa a cada signo”. Así, es posible clasificar los signos de puntuación en el contexto de la estructura discursiva del siguiente modo:

6 El Tiempo.com.co, 25 de enero de 2011.

7 El Nacional.com, 25 de enero de 2011.

8 El Mercurio.com, 25 de enero de 2011.

<b>Marcador</b>	<b>Unidad delimitada</b>	<i>Nivel microestructural</i>
Coma [,]	Sintagma	
Dos puntos [:]	Enunciado oracional	
Punto y coma [;]	Clausula textual	
Punto y seguido [.]	Enunciado textual	
Punto y aparte [.]	Párrafo	<i>Nivel macroestructural</i>
Punto y final [.]	Texto	

Este enfoque, que permite “presentar el funcionamiento cognoscitivo de los signos de puntuación” (Figueras, 1997), constituye un aspecto relevante en la propuesta que presentamos. Los textos periodísticos y los comentarios de los usuarios son, a la final como cualquier otro texto, secuencias de discurso (información) que requieren un orden y una jerarquía que garanticen su eficacia y competencia lingüística.

Según algunos analistas, esta estructura simbólica cumple tres funciones mayores: unir y separar las palabras en diversos niveles (función sintáctica); establecer una correspondencia con el discurso oral (función prosódica); completar o sustituir lexemas (función semántica). El enfoque pragmático de la puntuación representa en nuestro estudio, sin embargo, una variable a desarrollar en el contexto del modelo de la coproducción periodística. El marco teórico elegido muestra las posibles (y múltiples) aplicaciones de las ciencias del lenguaje en la producción discursiva periodística. El apartado de los signos de puntuación es, desde nuestro punto de vista, una de esas tantas posibilidades que requerirán en el futuro mayores oportunidades de estudio.

## Conclusiones

El modelo presentado reposa a su vez sobre un esquema de organización discursiva de orden lingüístico-comunicativo. Decimos que es lingüístico porque hace alusión al lenguaje y a los mecanismos que describen su funcionamiento. Decimos también que es comunicativo puesto que el misterio del lenguaje se desarrolla esencialmente en el contexto de la comunicación, en el que por fuerza intervienen actores miembros de un contrato por el cual *acuerdan* (re)interpretar el mundo del que forman parte. En síntesis, el lenguaje encuentra su natural razón de ser en la comunicación.

El lenguaje en uso periodístico es, tal vez, una preocupación primordial de nuestro estudio, su capacidad para (re)presentar la realidad

humana, constituer un auténtico saber social. “La facultad de simbolizar es la base del lenguaje humano” (Hagège, 1976: 218). Esta facultad, que logra su expresión inicial en la *semiosis* —encuentro entre significante y significado— (Finol, 1984), es la base de la producción del discurso, sobre todo desde una perspectiva lingüística. “Todo texto se convierte en discurso cada vez que es leído o analizado. Entra en el proceso de comunicación que comenzó en su creación y que lo llevará a su destrucción o recreación. Hay textos que se olvidan y otros que la sociedad va renovando” (Cabeza, 1998: 44).

El discurso periodístico puede entrar en la primera categoría. La máquina productora de sentido trabaja a un ritmo imparable; una noticia, un nuevo suceso, elimina al que le precede. La sociedad define su carácter consumista por el flujo de informaciones que devora. El periodista de la prensa escrita lleva consigo una herramienta o un arma: el lenguaje. Puede bien construir valores y mejorar la educación de su entorno o erosionar y debilitar las bases de una cultura y de siglos de tradición lingüística. El periodista de nuestro estudio obtiene su razón de ser en el (*sabio*) uso de la palabra impresa. “La comunicación escrita trae consigo la ausencia de numerosas informaciones contextuales que se dan en la conversación [...]. Para compensar estas ausencias debemos aumentar lo expresamente dicho” (León, 2010: 33).

La redacción del periodista cumple con ese propósito: aumentar, elevar a una dimensión superior la referencia de la que se sirve para transformarla en un discurso coherente, eficaz, pertinente. En un discurso realizado, destinado a la definición del enunciado lingüístico (Hagège, 1999: 29) como un inmenso sistema donde un locutor y un interlocutor participan en un evento enunciativo-jerárquico, que se proyecta hacia un mundo exterior; determinado por un significado de signos, una semántica de la sintaxis, por una organización contextual, constituida por secuencias, una organización en párrafos, unas presuposiciones locales y generales, una situación del discurso, un punto de vista semántico-referencial.

Todo para acabar en un sistema específico de lengua, el universo morfosintáctico, en un ciclo eterno, un giro infinito del lenguaje.

## Referencias

Bello, Andrés (1997 [1847]). **Gramática de la lengua castellana**, Madrid, Edaf D.L.

- Cabeza, Julián (1998). Los esquemas analíticos, los temas, los sentidos discursivos: niveles de interpretación, **Opción**, N° 26, 33-48, Maracaibo, Universidad del Zulia.
- Calsamiglia, Helena y Tusón, Amparo (1999). **Las cosas del decir**, Barcelona, Ariel.
- Cassany, Daniel (2000). **La cocina de la escritura**, Barcelona, Anagrama.
- Charaudeau, Patrick (2003). **El discurso de la información. La construcción del espejo social**, Barcelona, Gedisa.
- Charaudeau, Patrick (1992). **Grammaire du sens et de l'expression**, París, Hachette.
- Dacos, Marin y Mounier, Pierre (2010). **L'édition électronique**, París, La Découverte.
- Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (2003). **Manual de redacción ciberperiodística**, Barcelona, Ariel, 2003.
- El País (2003). **Libro de estilo**, Madrid, Ediciones El País.
- Ferenczi, Thomas (2005). **Le journalisme**, París, Presses Universitaires de France.
- Figueras, Carolina (1999). *La semántica procedimental de la puntuación*, **Revista Espéculo**, n.12, Universidad Complutense de Madrid, disponible en: <http://www.ucm.es/info/especulo/numero12/puntuac.html>. (Consulta: 2008, septiembre 25).
- Finol, José Enrique (1984). *Lenguaje y discurso de los partidos políticos venezolanos*, **Revista Opción**, n.2, p.18-30, Maracaibo, Universidad del Zulia.
- Franco, Antonio (2007). **Gramática comunicativa**, Maracaibo, Universidad del Zulia.
- Franco, Antonio (2004). "El concepto habermasiano de la acción comunicativa en el modelo lingüístico comunicacional", **Revista Utopía y Praxis Latinoamericana**, n.27, p.33-48, Maracaibo, Universidad del Zulia.
- Gaillard, Philippe (1971). **Techniques du journalism**, París, Presses Universitaires de France.
- Habermas, Jürgen (1989). **Teoría de la acción comunicativa I**, México DF, Taurus.

- Hagège, Claude (1999). **La structure des langues**, París, Presses Universitaires de France.
- Hagège, Claude (1976). **La grammaire générative. Réflexions critiques**, París, Presses Universitaires de France.
- Hunter, Mark (1997). **Le journalisme d'investigation**, París, Presses Universitaires de France.
- Lasica, Joseph Daniel (2003). "What is Participatory Journalism?", *Online Journalism Review*, disponible en: <http://www.ojr.org/ojr/workplace/1060217106.php>. (Consulta: 2011, junio 14).
- León, Florelba (2010). **Manual de términos lingüístico-comunicativos**, Maracaibo, Universidad del Zulia.
- Mouriquand, Jacques (1997). **L'écriture journalistique**, París, Presses Universitaires de France.
- Naville-Morin, Violette (1969). **L'écriture de presse**. París, Mouton-École Pratique des Hautes Études.
- Rebillard, Franck (2007). Le journalisme participatif, de l'idéologie à la pratique, **Argumentum. Journal of the Seminar of Discursive Logic, Argumentation Theory and Rhetoric**, n. 6, disponible en: [http://www.fssp.uaic.ro/argumentum/numarul%206/01\\_Rebillard.pdf](http://www.fssp.uaic.ro/argumentum/numarul%206/01_Rebillard.pdf). (Consulta: 2011, marzo 26)
- Salaverría, Ramón (2005). **Redacción periodística en internet**, Pamplona, Eunsa.
- Santomauro, Adriana (1999). **Mémento grammatical espagnol, avec la collaboration de Patrick Charaudeau**, París, Le Robert & Nathan.
- Sormany, Pierre (2000). **Le métier de journaliste**, Québec, Boréal.
- Vilamor, José (2000). **Redacción periodística para la generación digital**, Madrid, Universitas.



UNIVERSIDAD  
DEL ZULIA

---

*QUÓRUM ACADÉMICO*

AÑO 13, N° 1

*Esta revista fue editada en formato digital y publicada en junio de 2016, por el **Fondo Editorial Serbiluz, Universidad del Zulia. Maracaibo-Venezuela***

[www.luz.edu.ve](http://www.luz.edu.ve)  
[www.serbi.luz.edu.ve](http://www.serbi.luz.edu.ve)  
[produccioncientifica.luz.edu.ve](http://produccioncientifica.luz.edu.ve)