

2006

## Elementos para una teoría del lenguaje de los textos periodísticos impresos. Una modalidad discursiva.

Yamile Haber Guerra  
*Periódico Sierra Maestra*

Follow this and additional works at: <https://rio.tamtu.edu/gmj>

---

### Recommended Citation

Haber Guerra, Yamile (2006) "Elementos para una teoría del lenguaje de los textos periodísticos impresos. Una modalidad discursiva.," *Global Media Journal México*: Vol. 3 : No. 5 , Article 5.  
Available at: <https://rio.tamtu.edu/gmj/vol3/iss5/5>

This Article is brought to you for free and open access by Research Information Online. It has been accepted for inclusion in Global Media Journal México by an authorized editor of Research Information Online. For more information, please contact [benjamin.rawlins@tamtu.edu](mailto:benjamin.rawlins@tamtu.edu), [eva.hernandez@tamtu.edu](mailto:eva.hernandez@tamtu.edu), [jhatcher@tamtu.edu](mailto:jhatcher@tamtu.edu), [rhinojosa@tamtu.edu](mailto:rhinojosa@tamtu.edu).

## **Elementos para una teoría del lenguaje de los textos periodísticos impresos. Una modalidad discursiva.**

[Dra. Yamile Haber Guerra,](#)  
[Periódico Sierra Maestra](#) (Cuba)

### **Resumen**

Procuramos una solución en el ámbito lingüístico textual en aras de un nuevo discurso periodístico, para contribuir a la supervivencia del periodismo impreso en el entorno digital multimedia, mediante la captación pragmática de la atención del destinatario, lejos de toda fórmula estilística o pretensión normativa.

Proponemos así una modalidad discursiva para el periodismo impreso, y con esta, un ideal de texto periodístico, modelo de laboratorio de todos los aspectos de la función semiótica que se construye por medio de estrategias de elaboración de la noticia.

**Palabras claves** : lingüístico textual, discurso periodístico, periodismo impreso, entorno digital multimedia, modalidad discursiva, texto periodístico, lenguaje periodístico.

### **Abstract**

We seek for some solution, within the textual linguistic ambit, on the altars of a new journalistic speech, in order to contribute to the survival of the printed journalism in the multimedia digital environment, by means of the pragmatic capture of the addressee attention, far from any stylistic or normative claim.

So then, we propose a discursive modality for the printed journalism, together with a journalistic text paradigm. Such paradigm is nothing but a lab model of all the aspects of the semiotic function, which is built up through given strategies for the news elaboration.

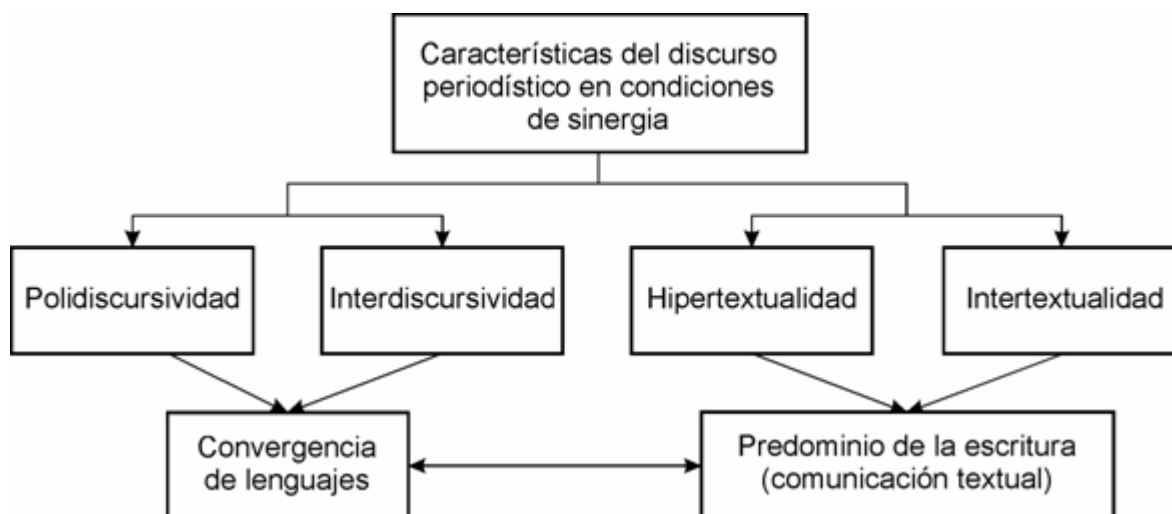
**Keywords** : textual linguistic, journalistic speech, printed journalism, multimedia digital environment, discursive modality, journalistic text, journalistic language.

### **Consideraciones preliminares**

Periodismo cibernético, computacional, digital, electrónico, informático, telemático..., estamos asistiendo a la nueva presentación -imagen en movimiento y sonido incluidos, en tiempo "real" -, del hecho noticiable y con él, de los textos periodísticos. La renovación tecnológica ha sido pensada en función del proceso productivo de la información y no del producto informativo: se moderniza el proceso pero se mantiene el producto, la

información, mientras la palabra escrita continúa ahí, en perfecta simbiosis de los sistemas alfabético y alfanumérico.

El periodismo escrito, está presente no sólo como referencia sino como agente activo en proceso de re-enunciación, impera la comunicación intertextual y se generaliza el uso de las técnicas del hipertexto.



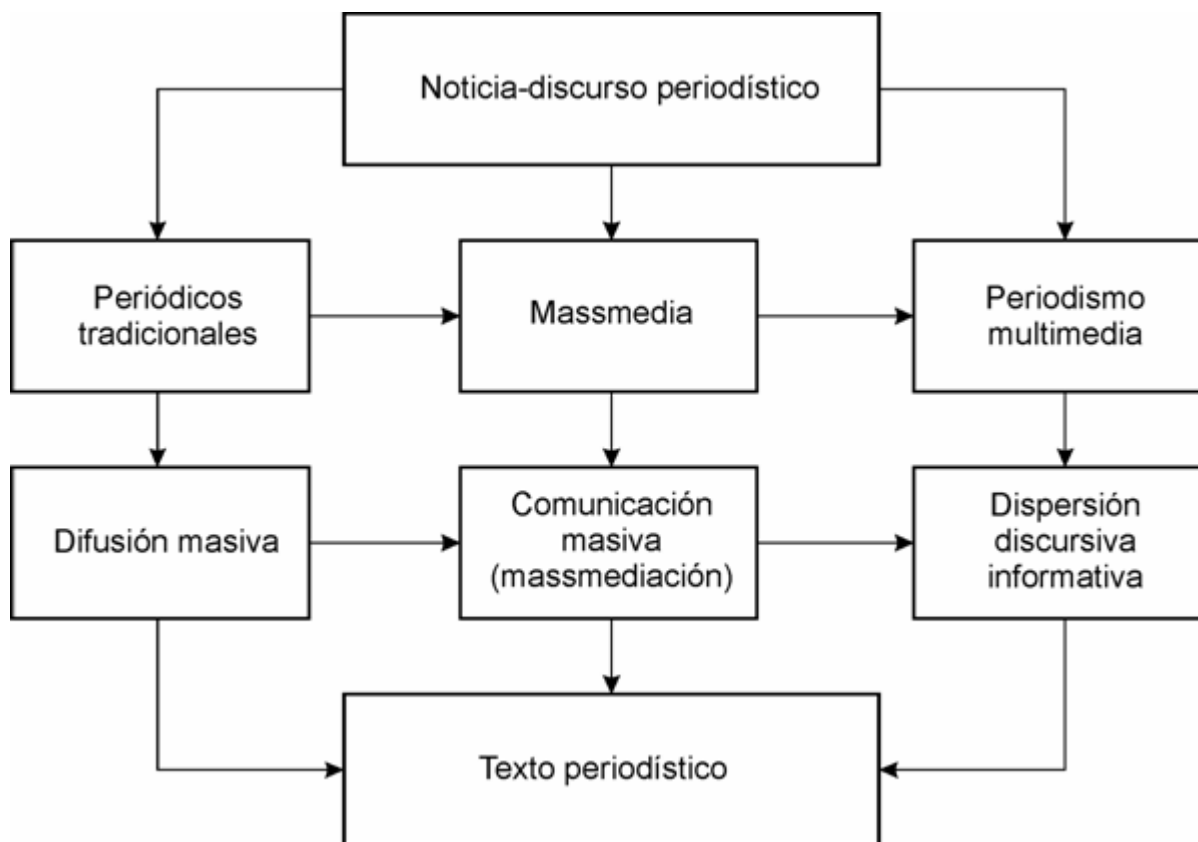
En condiciones de sinergia o periodismo multimedia, es posible ofrecer más noticias, con más soportes, en más medios, a más personas, pero la velocidad de transmisión de datos no puede suplir el tiempo que se necesita para redactar una noticia o para leerla.

Muchos de los conceptos tradicionales (clásicos) que han regido el ejercicio periodístico (1) han caducado o cambiado de matiz en las nuevas condiciones de la práctica profesional periodística: interés general, periodicidad, noción de última noticia, jerarquía informativa. Predominan la instantaneidad; la interactividad como primera experiencia en la historia de los medios en que los receptores tienen contacto simultáneo con el emisor y con el mensaje; el espacio infinito; la personalización de los contenidos, y la segmentación y fragmentación de los públicos, cuya identificación cualitativa es cada vez más difícil pues devienen conjuntos de clientes que buscan en Internet en la medida de sus intereses particulares.

La objetividad periodística hace fisura, los fundamentos epistemológicos del periodismo se desdibujan y urge actualizar este estado de la cuestión y revisar el estatuto del periodismo, lo que supone, en primer lugar, la modificación del estatuto de la representación del hecho noticioso, y con éste, del sujeto noticiable, del protagonista de la noticia. Así, es inminente la desjerarquización del periodismo como canon, como discurso planificado.

El lenguaje en periodismo no ha pasado de ser una pre-ocupación de minorías (2); una historia de libros de estilo más o menos aceptados; la suma de restricciones, prohibiciones, reglas más o menos arbitrarias; el objeto de denuncias y acusaciones de lingüistas y semiólogos. La parte filológica del problema periodístico es considerada como secundaria.

El mensaje informativo no ha podido anteponer la imagen ni el sonido al texto (3). Los periódicos y las revistas siguen siendo sendos sistemas de textos periódicos relativamente intervinculados y los periodistas las personas que escriben esos textos utilizando el idioma.



El estudio del lenguaje periodístico, paradójicamente, no figura entre ninguna de las principales siete tendencias actuales de investigación en comunicación (Alonso y Saladrigas, 2000:77) (4).

Se impone, pues, tener en cuenta que:

- El texto periodístico y los conceptos y categorías que forman parte de este o lo complementan, condicionan, expresan y modifican, deben empezar a ser vistos, analizados y estudiados, imperiosamente, en las circunstancias de la convivencia del periodismo escrito y el periodismo multimedia, desde una perspectiva pragmática intercultural.
- Si bien el periodista no tiene el poder sobre los hechos noticiosos ni sobre sus condiciones de producción, tampoco sobre las de recepción de la noticia, sí tiene el poder de la escritura.
- 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 al texto periodístico.
- La tropología en el lenguaje periodístico es fantasía pero por necesidad y procedencia de lo real, y está respaldada por la retórica.
- La belleza del texto periodístico no supone una voluntad estética del periodista, ni está dirigida a provocar un efecto estético, sino un efecto expresivo; está asociada a la utilidad.
- El carácter estético y/o la misión estética de un texto periodístico, son determinados, pragmáticamente, por el receptor

### Una modalidad discursiva

La modalidad discursiva que proponemos, el lirismo periodístico (*poetización* de la noticia, *novelización* de la información, literatura de la cotidianidad), tiene su antecedente mediato en los orígenes mismos del periodismo, e inmediato, en sendas formas concretas de la praxis periodística, a saber, el nuevo periodismo norteamericano y el periodismo literario hispanoamericano.

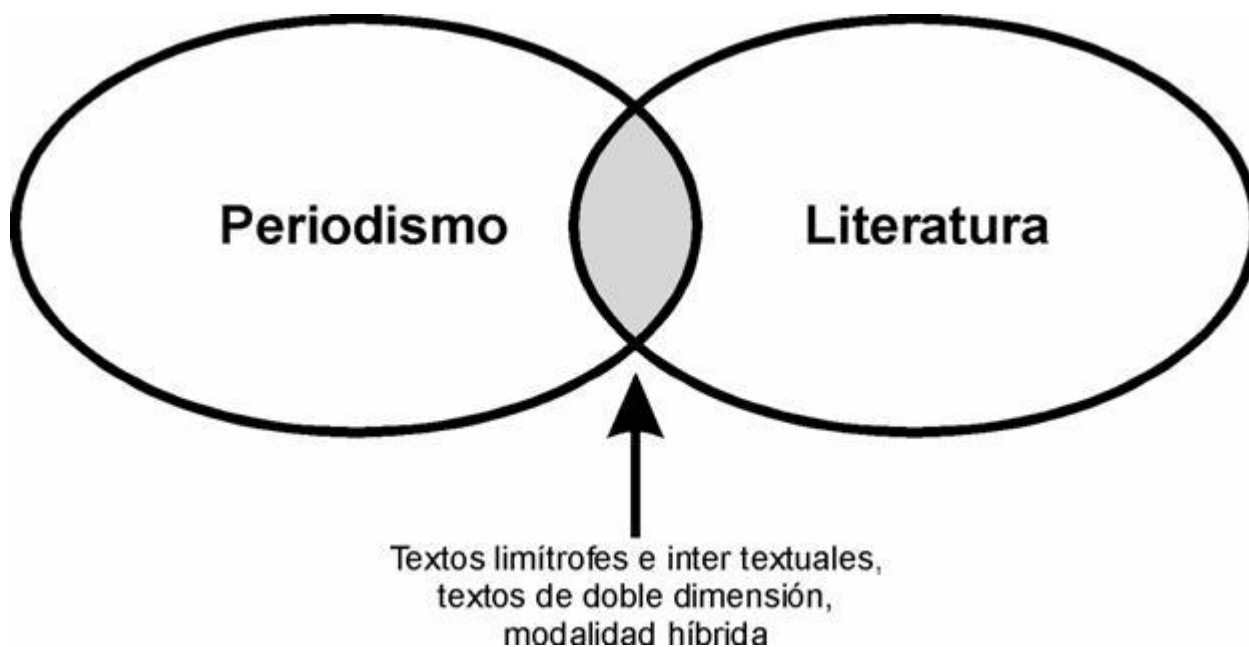
No descarta, ni la imaginación ni la ficción, y está constituida por producciones significativas determinadas por las percepciones (emociones, sensaciones).

Se establece estilística y pragmáticamente como una serie de estrategias de elaboración, como usos específicos del lenguaje y de medios expresivos, con un fin informativo. Genera un modelo de laboratorio de todos los aspectos de la función semiótica, encaminado a mover pragmática, emocionalmente al destinatario.

Es una manifestación del estilo individual que se realiza, por tanto, mediante el idiolecto siempre con marcas de escritura obligatorias, de modo que no quedarían al margen el qué, el quién, el cuándo, el dónde, el por qué, y el para qué esenciales de la noticia.

Enmarcada en la retórica nutritiva, legitima el uso del lenguaje tropológico y con este, de la metáfora. Da espacio al sujeto y a la realidad irrepresentables, sobre la base de un estatuto ficcional que opta por la ficción antes que por el reflejo: la ficción documental vs. ilusión de realidad, de transparencia como artificio, la ficción documental contra la ficción del directo y la autenticidad, contra el simulacro de la realidad.

Responde a la pregunta de qué sucede con lo que no es ni entrevista, ni reportaje, ni artículo y, sin embargo, da cuenta de una noticia en un periódico mediante el relato y la descripción, y que tampoco es literatura, porque dos vastas porciones de contenido se mantienen irreductibles, y la intersección –no fusión- de disciplinas, aparecen territorios compartidos entre estas: textos limítrofes, de doble dimensión, intertextuales e híbridos.



Con el lirismo periodístico el periodismo y la literatura se estructuran en un arco de gradación. En la confluencia de los efectos y sentidos, aparece un nuevo paradigma de escritura periodística, otra forma de registrar el hecho noticioso.



Procura la descripción justa de la realidad noticiable y con ella de la verdad de la noticia mediante un más vasto consenso de percepciones, y se fundamenta en la función emotiva del lenguaje.

Permite romper las barreras de lo decible y lo innombrable, lograr una mayor correspondencia entre el orden del discurso (periodístico) y el orden de lo real (el mundo noticiable), entre lo representado (la información), y el hecho noticioso, y situar el texto

periodístico de doble dimensión por encima de la opulencia informativa y la fascinación tecnológica.

Como consecuencia de todo lo anteriormente apuntado, el periodismo se convierte en metaficción o periodismo con elaboración ficcional, en función instrumental: informar, que construye un referente.

## Referencias

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

Aristóteles. (1975). A, Organon. Escritos de lógica, La Habana: Editorial de Ciencias Sociales.

Aristóteles. (1968). B, Retórica. Madrid: Aguilar, Biblioteca de iniciación al humanismo.

Bajtín, M. (1985). Estética de la creación verbal. México: Siglo XXI.

Bally, C. (1957). El lenguaje y la vida. Buenos Aires: Editorial Losada S.A., tercera edición.

Barthes, R. (1980). El grado cero de la escritura. México: Siglo XXI Editores, cuarta edición.

Bernárdez, E. (1987). A, Lingüística del texto, s/l.

Bernárdez, E. (1995). B, Teoría y epistemología del texto. Madrid: Cátedra.

Calsamiglia B., H. y A. Tusón V. (1999). Las cosas del decir. Manual de análisis del discurso. Barcelona.

Cathcart R., M. (2000). La validez del análisis del discurso para la enseñanza de lenguas. *Conferencia Inaugural, VII Simposio Internacional de Comunicación Social*, Santiago de Cuba, 23 de enero de 2001.

Cuenca, M. J. y Joseph H. (1999). Introducción a la lingüística cognitiva, Barcelona: Editorial Ariel S.A.

De Aguinaga, E. (2001). El periodista en el umbral del siglo XXI. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 7, 157-170.

Del Rey M. J. *El mundo de los valores y la vida cotidiana en la información de actualidad*. Disponible en <http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic2ab8.htm>

- Dijk, v., T. A (1990). La noticia como discurso. Comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona: Paidós.
- Eco, U. (1978) B. La estructura ausente. Introducción a la semiótica, Barcelona: Lumen.
- Eco, U. (1980) C. Signo. Barcelona: Editorial Labor, S.A.
- Eco, U. (1980) D. Tratado de semiótica general. México: Nueva imagen + Lumen, 2da edición.
- Foucault, M. (1980). El orden del discurso. *Lección inaugural en el Collège de France*, 12 de diciembre de 1970. Barcelona: Tusquets editores.
- Garrido, J. (1997). Estilo y texto en la lengua. Madrid: Editorial Gredos.
- Groys, B. (1988). El poder lo tiene el que domina los lenguajes. Los lenguajes como reproducción, creación y simulación. *Comunicación social*, Revista de la Facultad de Ciencias de la Información de la Universidad de Navarra, 1.
- Gutiérrez, O. S. (1996) A. Presentación de la pragmática. León: Universidad.
- Gutiérrez, O. S. (2000) B. Temas, remas, tópicos y comentarios. Madrid: Arco Libros.
- Kristeva, J. (1981). Semiótica, 2 tomos. Caracas: Fundamentos.
- Kristeva, J. (1988). El lenguaje, ese desconocido. Introducción a la lingüística. Madrid: Fundamentos.
- Lotman, Y. (1996) A. Acerca de la semiosfera, *La Semiosfer, Semiótica de la cultura y del texto*, Traducción de Desiderio Navarro, Madrid: Cátedra.
- Lotman, Y. (1978) B. Estructura del texto artístico. Madrid: Istmo.
- Lotman, Y. M. y Escuela de Tartu. (1979). Semiótica de la cultura. Madrid: Cátedra.
- Lozano, J. (1998). La semiosfera y la teoría de la cultura, disponible en: <http://www.ucm.es/OTROS/especulo/numero8/garrido.htm>
- Martín, B. J. (1978) A. Comunicación masiva: discurso y poder. CIESPAL.
- Martín, B. J. (1987) B. De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura, hegemonía. México: Gustavo Gili.
- Martín, B. J. *Comunicación de fin de siglo. ¿Para dónde va nuestra investigación?* Disponible en: <http://www.innovarium/Com/Investigación/ComJMB.htm>.



Martínez, J. L. (1989). El lenguaje periodístico. Madrid: Paraninfo.

Martínez, J. L. (2001). Curso general de Redacción Periodística, Madrid: Paraninfo/Thomson Learnings, quinta edición (revisada).

Peirce, Ch., S. (1974) A. La ciencia de la semiótica. Buenos Aires: Nueva visión.

Peirce, Ch., S. (1987) B. Obra lógico-semiótica. Madrid: Taurus.

Rodríguez, G. (1999). La otra imagen. Ciudad de La Habana: Editorial Unión, segunda edición.

Timossi, J. (2001). Palabras sin fronteras. La Habana: Editorial Pablo de la Torriente. Colección Temas de Periodismo.

## NOTAS

(1) A la escasez de información que caracterizaba la vida cotidiana en la sociedad anterior a la revolución mediática, le sucede(...) la sociedad de la opulencia comunicacional (**Moles, 1975:119**), en la que hay una sobreabundancia de información(..) .La actualidad es el sentido, y el símbolo de nuestro tiempo, en el que no sabemos qué leerán las generaciones de historiadores que escriban sobre nosotros...la actualidad defrauda sistemáticamente la definición clásica de información, ha dejado de ser un recurso finito, limitado, para ser una mercancía abundante, excesiva. Javier del Rey Morató: El mundo de los valores en la información de actualidad. (<http://www.ucm.es/info/per3/cic/cic2ab8.htm>)

(2) Conviene recordar los esfuerzos de mediados de los 80 del pasado siglo, especialmente las propuestas del Congreso de Academias de la Lengua Española efectuado en Madrid en 1985. El académico y profesor Lázaro Carreter advertía en su ponencia en el Congreso: Necesitan las Academias una alianza estrecha con los medios de comunicación (...) Hemos de juntarnos todos en esta gran empresa, que no es estética, sino de honda frecuencia social. (...) Aflójense, rómpanse los nudos idiomáticos que hacen sólida la red de nuestros pueblos y el siglo futuro conocerá la carrera de todos hacia la insignificancia (cf. **Martínez Albertos**1999- 186).

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

(4) Las autoras mencionan: estudios de recepción, de news making o rutinas productivas, de efectos a largo plazo, de la relación comunicación y cultura y comunicación y educación; impacto de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación, e identidad e imagen corporativa.

Artículo recibido: 08 de abril de 2005

Artículo aceptado: 03 de noviembre de 2005