

I Congreso regional de Estudiantes de la Comunicación. Facultad de Filosofía y Letras, UNT, San Miguel de Tucumán, Argentina, 2006.

Prácticas discursivas en el Ciberespacio.

Albarracín, Carina; Palazzo, M. Gabriela y Sal Paz, Julio César.

Cita:

Albarracín, Carina; Palazzo, M. Gabriela y Sal Paz, Julio César (Diciembre, 2006). *Prácticas discursivas en el Ciberespacio. I Congreso regional de Estudiantes de la Comunicación. Facultad de Filosofía y Letras, UNT, San Miguel de Tucumán, Argentina.*

Dirección estable: <https://www.aacademica.org/gabriela.palazzo/7>

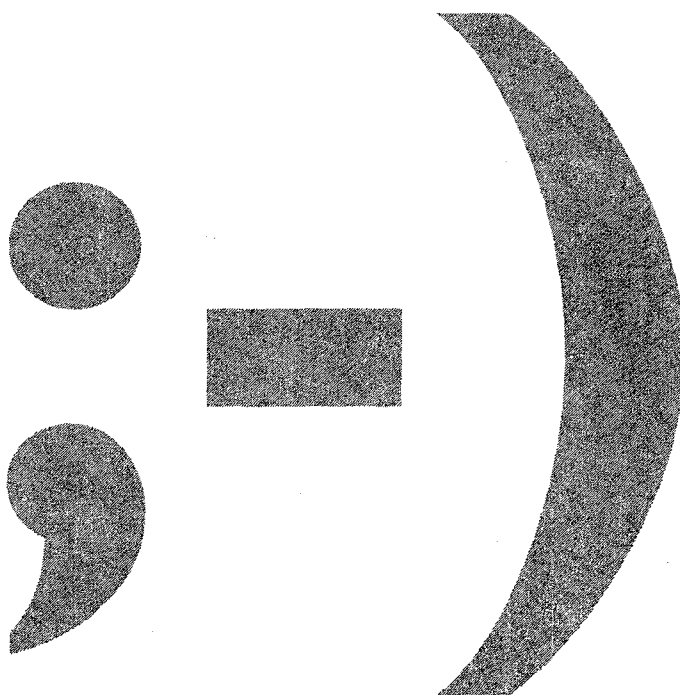
ARK: <https://n2t.net/ark:/13683/pf8d/7ct>



Esta obra está bajo una licencia de Creative Commons.
Para ver una copia de esta licencia, visite
<https://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/deed.es>.

Acta Académica es un proyecto académico sin fines de lucro enmarcado en la iniciativa de acceso abierto. Acta Académica fue creado para facilitar a investigadores de todo el mundo el compartir su producción académica. Para crear un perfil gratuitamente o acceder a otros trabajos visite: <https://www.aacademica.org>.

I Congreso Regional de Estudiantes de Ciencias de la Comunicación



Ciencias de la Comunicación
Facultad de Filosofía y Letras de la Universidad de Tucumán
-Año 2007-

PRÁCTICAS DISCURSIVAS EN EL CIBERESPACIO

0. Introducción

En esta exposición presentaremos brevemente el estado actual de nuestras investigaciones en relación con tres prácticas discursivas que actualmente tienen lugar en el espacio comúnmente llamado "virtual"¹- al que preferimos denominar, siguiendo a Mayans (2001), *ciberespacio*.

Con este fin, en primer lugar creemos necesario realizar algunas precisiones terminológicas generales vinculadas a los conceptos de *práctica discursiva* y de *ciberespacio* desde sus marcos teóricos correspondientes, para luego referirnos a tres asuntos específicos: las revistas políticas en su versión *online*, el periodismo en Internet y el chat. En cada caso, plasmaremos un breve comentario acerca de los objetos personales de investigación.

Finalmente, mostraremos las características y elementos generales de cada una de las prácticas discursivas antes mencionadas.

1. Algunas precisiones terminológicas

1.1. Las prácticas discursivas

El título de la mesa panel que hoy nos reúne "Prácticas discursivas en el Ciberespacio" nos obliga a efectuar algunas precisiones terminológicas para asegurar una mejor comprensión de nuestra exposición.

En primer lugar, si bien el concepto de práctica discursiva no es unívoco, en nuestras respectivas investigaciones -orientadas al análisis del discurso y la pragmática- las consideramos como la acción llevada a cabo a través del discurso, donde el decir es hacer, tal como lo afirma Austin (1971).

Coincidiendo con la diferenciación propuesta por Peralta (2005: 11) entre práctica discursiva y no discursiva, entendemos que la primera es la *producción de discurso -en contexto lingüístico, cognitivo, sociocultural y, por lo tanto, histórico- por parte de sujetos para construir formas de representación del mundo, a partir de las representaciones sociales que organizan los esquemas de percepción y de apreciación con los cuales las personas clasifican, juzgan y actúan [...]*

Por otra parte, el discurso es una práctica social en contexto que depende de la situación y participantes que lo producen, reproducen y son sus destinatarios.

De este modo, los discursos y materiales de trabajo que sustentan nuestras investigaciones (revistas políticas, periodismo en Internet y textos de la conversación *online*) forman parte de prácticas discursivas diversas pero puestas en funcionamiento en un entorno muy particular y en constante formación: el ciberespacio. Este contexto condiciona, a nuestro parecer, la práctica del discurso ya que le impone formas, estilos y normas diferentes a las de las producciones fuera de la Red, que obligan a dominar y desarrollar competencias comunicativas y pragmáticas adecuadas al medio, al género y al discurso en cuestión.

1.2. El Ciberespacio

Respecto a la noción de *ciberespacio*, diremos que a pesar de estar bastante difundida creemos que, sin embargo, merece ser definida con precisión.

El prefijo *ciber*, acortamiento del adjetivo cibernético¹, según el *Diccionario Panhispánico de Dudas* (2005:135), "forma parte de términos relacionados con el mundo de las computadoras u ordenadores y de la realidad virtual".

Lo "ciber", entonces, en muchos casos, adopta un sentido similar al aportado por los calificativos electrónico¹, telemático² o digital³. Por eso, y en coincidencia con lo postulado por Echeverría (1999) podríamos considerar, también, al ciberespacio como un "espacio electrónico".

Ahora bien, este nuevo espacio tiene elementos muy particulares que lo distinguen de cualquier otro: no es físico ni geográfico, sino social. Echeverría lo denomina tercer entorno, en contraposición a los otros dos grandes espacios sociales, la naturaleza (*physis*) y la ciudad (*pólis*). Es decir, las TICS posibilitan la creación de un nuevo entorno en el que interacciones propias de la vida social se producen a través de flujos electrónicos a distancia y en red.



El ciberespacio es, en consecuencia, un lugar alternativo construido por las redes informáticas donde ocurren las más variadas prácticas, la mayoría de las cuales son mediadas por la palabra. En última instancia, las personas no hacen otra cosa más que encontrarse, charlar, discutir, enamorarse, navegar por miles de mares de información, entrar, buscar, salir, expresarse y fundamentalmente: comunicarse.

Sabemos que el término ciberespacio tiene un origen literario, en la ciencia ficción. Fue William Gibson quien, en 1984 en su novela *Neuromante*, lo acuñó dentro del género llamado *ciberpunk*. Una vez más, la ficción científica imaginó una historia probable del futuro en la que existe una realidad "virtual", donde "allí no es allí" y se experimenta una "alucinación consensuada [...] diariamente por billones de operadores legítimos, en todas las naciones" (1991: 56-57). Pero si decimos que el ciberespacio supone la intervención de máquinas para su creación, entonces, tal como propone Mayans (2002) nace con el telégrafo, en 1876. De este modo, lo ciberespacial no son las máquinas en sí mismas, sino lo que ocurre y se puede hacer a través de ellas.

Esta afirmación encierra dos rasgos característicos del tercer entorno: la *no materialidad física* -el ser un espacio imaginado pero real (en cuanto experiencia vivida) aunque no físico- y el ser un *espacio practicado* -en este punto los estudios del ciberespacio se emparentan directamente con la pragmática, que analiza el uso de la lengua o la lengua en uso, dentro de un contexto. La expresión "espacio practicado" tal como explica Mayans (op. cit: 240), fue definida por de Certau en 1988 y se refiere a aquel espacio que está socialmente poblado o es socialmente significativo.

El ciberespacio es, por esta razón, un espacio sin cuerpo y sin geografía, delimitado sólo por las prácticas y las presencias construidas. Por eso, ante todo, es social. Acordamos con esta forma de concebirlo porque pone énfasis en el aspecto relacional o interaccional más que en lo tecnológico.

2. El caso de las revistas de actualidad política⁶

Internet es un ejemplo de la tecnología desarrollada para satisfacer la necesidad de comunicación del ser humano. Es una herramienta

que le permite transmitir información a millones de personas mediante una computadora.

En esta red² podemos encontrar diversas formas de espacios comunicativos, uno de los cuales es el de la *Word Wide Web*, conjunto completo de todos los ordenadores ligados a Internet³ que contienen documentos a los que puede accederse por medio del uso de un protocolo estándar, normalmente abreviado en web⁴ o triple w, en las direcciones de páginas web (Cristal, 2002).

2.1. Definición y características

Restringiremos nuestro trabajo a la prensa, específicamente, a las revistas de actualidad política que circulan en Internet. Utilizamos esta denominación debido a que las notas centrales que se encuentran en este tipo de publicación son informes acerca de hechos que están relacionados a la vida política del país y al entorno de las actividades gubernamentales. Muchas de ellas tienen acceso restringido, es decir, requieren suscripción para posibilitar el ingreso. Analizaremos estas versiones digitales desde la Pragmática, estudio de las relaciones entre signos y usuarios, en un contexto determinado.

La situación comunicativa escrita está determinada por una serie de factores: a) soporte; b) función textual; c) tipo de receptor y d) contexto. Cada uno de ellos condiciona de manera particular la extensión de un texto.

En cuanto al soporte, podemos distinguir entre el papel y el ciberespacio. El primero, implica expectativas y prácticas que en el segundo ya no existen; en este, a su vez, se presentan códigos y tiempos diferentes, pues se caracteriza por la interactividad (el papel permite la permanencia, mientras que el ciberespacio convierte al texto en un material eminentemente lábil: puede ser borrado en un instante, modificado, transformado y corregido indefinidamente y sin esfuerzo). Según la función para la que haya sido creado el texto (informar, entretener, reflexionar, etc.) éste puede tener una extensión considerable, si lo que se busca es profundizar en un cierto tema, o si se persigue sólo un recorrido por la información relevante. Respecto al receptor y al contexto, determinan el tipo de lenguaje a utilizar.



Cada uno de estos factores delimitan la extensión del texto, poniendo en práctica lo que Sperber y Wilson denominan la Teoría de la Relevancia. Ésta sostiene que la interpretación de los estímulos está supeditada a la búsqueda de relevancia en la información, hecho que es característico de la cognición humana.

Otro elemento circunstancial que tiene incidencia en esta cuestión es el tipo de lectura para la cual se prevén los textos; una lectura rápida, por ejemplo, que se conoce con el nombre de navegación de sondeo asume como intencionalidad la búsqueda de un objetivo concreto y delimitado por la urgencia, es decir, la persecución de una información interesante sin ningún objetivo predeterminado. También, podemos encontrar con una lectura más detenida, teñida por el deseo de profundizar en las temáticas leídas. Siguiendo a Marino (citada por Castal, 2001) podemos establecer diferentes niveles de lectura en Internet: a) un primer nivel que incluye la lectura de los diferentes artículos del periódico o revista en una sola pantalla para que puedan ser leídos rápidamente; b) un segundo nivel que corresponde a la lectura del texto integral del artículo y c) un tercer nivel de "más información" constituido por la lectura de datos complementarios brindados por otras fuentes y/o vínculos con otros periódicos y/o revistas. En el caso de las publicaciones de nuestro interés debemos destacar que sólo se lleva a cabo el primer nivel de lectura, no así el segundo y el tercero, ya que en muchas de las revistas de actualidad política, el segundo paso requiere de una suscripción determinada, y en cuanto al tercer nivel, y esto es lo más llamativo, no se presenta la actividad interactiva que es la mayor innovación proporcionada por este medio cibernético.

El ciberespacio como soporte funciona como hipertexto, es decir, sistema de intertextos, que nos ofrecen una lectura nunca acabada. Según Pérez Tornero (2000) los hipertextos permiten varios recorridos de lecturas, y a diferencia de los textos tradicionales el contacto entre emisor y receptor queda a expensas de una interactividad poliédrica que se establece no solo en el eje de la enunciación, sino en relación con el mensaje y su entorno intertextual.

Para ejemplificar lo expuesto, podemos comparar la publicación

impresa de la *Revista Noticias* con su versión cibernética, desde un marco comunicativo, que nos permita apreciar la construcción de estos espacios (impreso, digital).

En primer lugar, podemos establecer que el correlato virtual de *Noticias* representa sólo un recorte de la versión papel, una selección de lo que se considera relevante para el emisor o línea editorial (ver Anexo).

Es decir, Perfil, en cuanto compañía de publicaciones impresas se muestra muy interesada en obtener ganancias a través de las versiones *online* de sus revistas, por lo que está ensayando diferentes maneras de lograrlo: la venta del acceso al servicio electrónico, la comercialización de publicidad y la utilización de las ediciones digitales como un "gancho" para conseguir nuevos suscriptores para sus productos en papel, son algunos de los métodos empleados hasta el momento por este tipo de empresas. Otra opción o estrategia es la desarrollada por publicaciones como *Veintitrés* que ofrece una combinación de áreas gratuitas y áreas accesibles mediante el pago de diferentes sumas de dinero mensual. Así, sus visitantes pueden leer, sin pagar un centavo, los titulares y pequeños sumarios de las notas principales, mientras que quienes abonan una mensualidad, obtienen a cambio el texto completo de las notas de tapa y al resto de los contenidos de la revista.

En consecuencia, la versión cibernética de *Noticias* se encuentra en estadio primitivo, en relación a otras publicaciones digitales como diarios *online*, o *blogs* de periodistas -como quedará de manifiesto en la sección siguiente- ya que constituye una selección limitada del texto impreso; es su metáfora virtual, o mejor dicho, una copia reducida y poco adaptada al universo web.

Por eso, sostenemos que es un espacio pensado, funcionalmente, como publicidad de su original. Fundamentamos esta hipótesis en el hecho de que las notas analizadas no reflejan el empleo de un ciberlenguaje sino, simplemente, el traslado del lenguaje escrito-impreso al ciberespacio, tanto es así que su legitimación está dada por la Editorial Perfil, y su propio correlato. En el sitio, se brinda la posibilidad, mediante un *link*, de acceder a la versión digital de las otras revistas que integran la editorial, y que, por supuesto, poseen



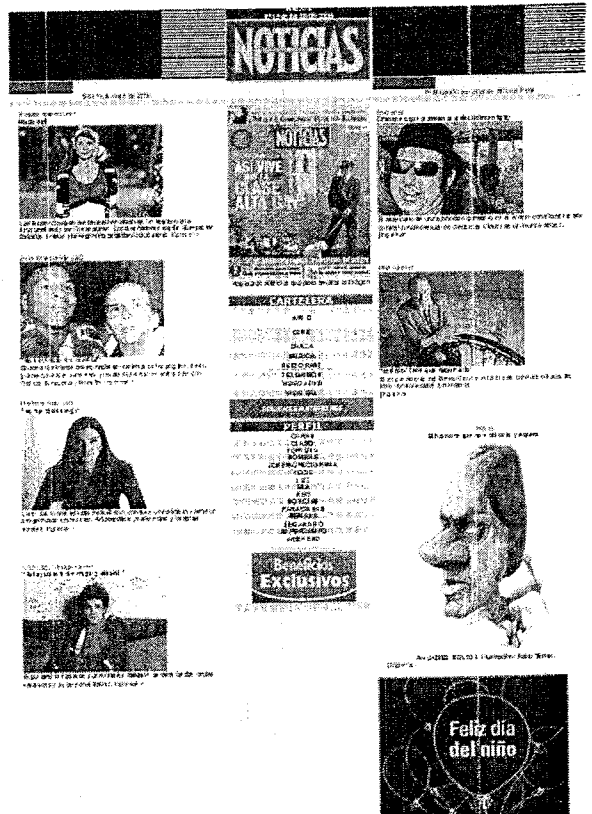
publicación impresa, con lo cual se estaría propiciando una lectura en cadena del mismo grupo comercial. Por tales motivos, cada una de ellas estaría legitimando a la otra por pertenecer a una misma editorial de conocido prestigio.

El único elemento que construye una relación de mayor simetría (en cuanto a que emisor y receptor estarían en condiciones de comunicarse el uno con el otro), característica propia de la Red, es la existencia del correo electrónico, y que establece una diferencia entre estos dos tipos de publicación. Si bien esta es una relación asincrónica porque el emisor y el receptor no están conectados al mismo tiempo, se convierte a menudo en un recurso óptimo de interacción, que permite establecer una la comunicación instantánea a larga distancia al igual que el teléfono pero con costos económicos menores.

2.2. A modo de síntesis

La versión electrónica de la *Revista Noticias* no es otra cosa que un instrumento publicitario de la Editorial Perfil, porque desaprovecha el conjunto de potencialidades del soporte en el que aparece, es decir, no permite la interactividad, que como medio de comunicación digital lo caracteriza. Además, tampoco favorece la comunicación interpersonal entre usuarios, posibilidad que diferencia a Internet de los medios tradicionales.

Es, en consecuencia, simplemente, otra opción dentro de la propuesta de la editorial que contribuye a la conformación de una imagen de la revista versión impresa (y por ende de la editorial), relacionada a los avances tecnológicos, y a la representación social de estar a la altura de los tiempos actuales.





3. El caso del periodismo en Internet¹⁰

A lo largo del tiempo, los géneros periodísticos han ido ajustando sus formas estilísticas y sus estructuras conceptuales a cada uno de los medios de comunicación, desarrollando procedimientos específicos para presentar la información. En consecuencia, sostenemos que existen mecanismos particulares en la producción de noticias en Internet, adecuados a sus características constitutivas.

Es decir, partimos de la premisa que considera que pueden establecerse contrastes significativos entre la comunicación mediatizada por la tecnología electrónica y aquellos intercambios efectuados a través de los medios tradicionales de comunicación.

3.1. Definición

Periodismo digital, multimedia, electrónico, en línea, telemático, web, virtual, hipertextual, ciberperiodismo son, en la actualidad, algunas de las denominaciones con las que se intenta explicar una serie de cambios desencadenados por la aparición de la "Red de redes" en el panorama mediático de la actual sociedad de la información.

Abordar el periodismo digital² implica, entonces, reconocer que se ha operado un conjunto de transformaciones sobre las condiciones de producción, transmisión y recepción del acontecimiento noticioso que están provocando la erosión del estatuto epistemológico de lo que hoy llamamos periodismo (Habert Guerra, 2006).

Desde su aparición en el entorno electrónico, el ciberperiodismo ha sufrido una metamorfosis -cambio de soporte, transformaciones en los lenguajes, los formatos, etc.- que lo ha llevado a transitar por tres etapas o versiones que podemos sintetizar, siguiendo a Varela (2005), como:

Periodismo 1.0 es el que transfiere a la Red el contenido de los medios tradicionales de soporte papel³; Periodismo 2.0 es la creación de contenido en y para el ciberespacio que aprovecha, además, sus características constitutivas (hipertextualidad, interactividad, multimedialidad);

Periodismo 3.0 es la socialización de la información periodística (periodismo ciudadano o participativo), conseguida gracias a

las herramientas digitales, a través de una conversación virtual en la que los participantes intervienen en el propio mensaje. La interactividad en esta versión resulta fundamental para la información, pues la misma no ha finalizado hasta no obtener la respuesta del público. En consecuencia, a través de los llamados *blogs* los ciudadanos desafían a los medios tradicionales y a su capacidad de reducir la agenda pública a una agenda institucional, dominada por los poderes. De este modo, favorecidos por la posibilidad de publicar en el ciberespacio en forma paralela a las instituciones, el periodismo 3.0 funciona, entonces, como un verdadero contradiscurso.

3.2. Características constitutivas del discurso periodístico en Internet

Orihuela (2002a) postula siete cambios que de modo relevante caracterizan los intercambios comunicativos del ciberespacio, respecto a los de los medios tradicionales: hipertextualidad, abundancia, mediación, actualización, personalización, multimedialidad e interacción.

• Hipertextualidad

El investigador español Pérez Tornero (2000) define el término hipertexto de la siguiente manera:

Los textos tradicionales eran secuenciales y lineales, postulaban una dirección y recorridos de lecturas. Marcaban además una dinámica temporal y específica, y establecían una distancia determinada entre emisor y receptor. Los hipertextos son como el reverso de la moneda. No permiten un recorrido, sino muchos. Su estructura difícilmente reconocen un solo sentido que permita establecer un principio y un fin; más bien es laberíntica y probabilística. El contacto entre emisor y receptor que, aunque distanciado, permitía el texto, queda ahora a expensas de una interactividad poliédrica que se establece no solo en el eje de la enunciación, sino en relación con el mensaje y su entorno intertextual. No hay predominio de lo escrito sino convergencia de muchos lenguajes y signos, hibridación y mixtura.

Texto hipermedia son dos estadios de una evolución. Marcan dos



sportes privilegiados de fases culturales diversas y señalan dos tipos de competencias diferentes. Una que podemos llamar textual, la otra que deberíamos denominar hipermedia (2000: 80)

Por su parte, Vásquez Rocca (2004) completa esta caracterización cuando agrega:

El hipertexto ha hecho que la trama sea ahora multidimensional y, en teoría, infinita, con una posibilidad también infinita de establecer nexos ya sea programados, fijos y variables, o bien aleatorios o una combinación de ambos, pudiendo el lector-escritor escoger la ruta que desea recorrer en el laberinto e incluso puede abrir nuevos caminos o interactuar con el autor.

El soporte digital fractura la linealidad narrativa propia de los soportes analógicos, confiere al texto una arquitectura poliédrica, lo abre y lo expande, lo fragmenta y lo convierte, gracias a las redes, en ubicuo y participativo. Esta posibilidad emerge en entornos informáticos, únicos soportes que permiten una construcción discursiva hipertextual, esto es, basada en unidades de información (nodos) articulados entre sí mediante órdenes de programación (enlaces). (Vásquez Rocca, 2004: 3-4)

Es decir, el concepto de hipertexto surge con la aparición de las nuevas tecnologías. Frente al modo lineal o secuencial que ordena la estructura del discurso en los medios tradicionales, los soportes digitales permiten un modelo de construcción narrativa caracterizado por la distribución de la información en unidades discretas y fragmentadas y su articulación mediante órdenes de programación (enlaces o *links*).

La aparición de Internet hizo posible crear narrativas no lineales donde pueden existir varias historias simultáneas o donde los diferentes sucesos narrados no poseen una disposición preestablecida.

En consecuencia, el hipertexto exige al lector nuevas destrezas comunicativas y un mayor esfuerzo de lectura (Orihuea, 2002b).

La abundancia de información, la desarticulación del texto, su fragmentación y la posibilidad de enlazarlo con cualquier otro texto disponible en la Red, rompen el paradigma lineal de lectura, y con él desaparece la unidad, la autonomía y a veces hasta la coherencia y el sentido propios de los textos escritos y audiovisuales.

• Abundancia y mediación

La cantidad de datos que confluye en Internet es innumerable, por lo que acceder a ellos es cada vez más complejo. Con la intención de organizarlos, surgieron los motores de búsqueda –llamados también metabuscadores o índices temáticos–, herramientas de programación capaces de analizar y organizar información para mostrarla de acuerdo a su contenido conceptual. Su función es ayudar a los usuarios a encontrar información y a darle sentido.

La enorme facilidad con la que se “cuelgan” páginas en Internet exige al lector desarrollar competencias que le permitan descubrir conexiones adecuadas, establecer relaciones pertinentes, recomponer textos fragmentados y evaluar la calidad y veracidad de la información difundida.

• Actualización

El componente temporal constituye un elemento esencial de las rutinas periodísticas en la red. Podemos distinguir tres elementos que atienden al impacto del factor tiempo sobre la producción periodística de un medio (Díaz Noci, 2004: 9-10, citado por Sancha Folgado, 2005):

- Temporalidad. Los medios impresos y los audiovisuales se distinguen en el consumo asincrónico (prensa) y sincrónico (radio y televisión) del producto comunicativo. Internet ha transgredido esta división al hacer posible la transmisión de un acontecimiento mientras se produce –crónicas en directo o noticias comentadas *minuto a minuto*– y la consulta de esa información cuando el suceso ya se ha producido o, incluso, cuando hace tiempo que finalizó —tal es el caso de la información de archivos y hemerotecas digitales.

- Tempestividad. La capacidad de los medios digitales de modificar en cualquier momento la edición publicada introduce matices sobre la vigencia informativa de los acontecimientos. Así, los medios en Internet establecen la validez o caducidad de las noticias que conforman esas ediciones en función del propio devenir de los acontecimientos.

-Renovación. La falta de periodicidad establecida en las ediciones digitales introduce el concepto de renovación de la información. La actualización informativa puede producirse por: *acumulación*,



al añadirse nuevos datos, referencias o documentación al relato periodístico, o bien por *sustitución*, cuando un nuevo texto reemplaza a otro anterior por obsolescencia. (Díaz Noci, op. cit.: 21).

• **Personalización**

Un usuario tiene la posibilidad de elegir el tipo de información que desea recibir, de acuerdo a intereses y motivaciones personales, ya que existen sitios que brindan servicios de noticia a través del correo electrónico o que ofrecen la opción de eliminar de la pantalla las secciones que no son de su interés (información a la carta). Además, muchos permiten elegir el tamaño de letra en el que se visualizará la información, entre otras alternativas.

• **Multimedialidad**

La multimedialidad es un eslabón medular del periodismo en Internet. Representa la capacidad del soporte digital de integrar en un mismo mensaje texto, audio y video, elementos hasta ahora exclusivos de cada uno de los soportes tradicionales del panorama de medios de comunicación (Salaverria, 2005a: 32, citado por Sancha Folgado, 2005). A esta definición cabe añadir que, para que un contenido sea considerado multimedia, debe ser controlado y mediatizado por computadoras, las que se erigen en requisito indispensable para hablar de multimedia.

Es decir, la Red, en contraste con otros medios, aprovecha esta multimedialidad para ofrecer a sus usuarios interacción.

• **Interacción**

Considerar a Internet simplemente como un instrumento de comunicación puede llevarnos a entender el fenómeno en términos exclusivamente tecnológicos, cuando ante todo es una expresión social.

Todo hecho comunicativo involucra sujetos que comunican, que interactúan. En tal caso, no sólo es un sistema de comunicación, sino un elaborado dispositivo de interacción social.

El *Diccionario de la Real Academia Española* en su versión electrónica define el término "interacción" como "la acción que se

ejerce recíprocamente entre dos o más objetos, agentes, fuerzas, funciones, etc."

La forma de interacción natural de nuestra especie, la que se da en presencia física, es una interacción real, en acto. Pero existen otras formas mediadas por dispositivos artificiales, a las que denominaremos, siguiendo a Navarro (2001), interacciones virtuales (escritura, radio, teléfono, televisión, Internet, etc.).

Una interacción virtual, entonces, se produce cuando los agentes no actúan en presencia inmediata los unos de los otros, sino que se relacionan de manera indirecta, mediada, por algún dispositivo artificial de interacción.

Estos mecanismos separan las acciones respectivas de los agentes interactuantes en el espacio y en el tiempo, por lo que no suelen presuponer -como sí ocurre en la interacción cara a cara- una comprensión común de la situación y de las intenciones de los participantes.

Al existir un soporte físico común tanto para la distribución como para el acceso a la información, los proveedores de contenidos y los usuarios pueden establecer en el mismo canal un vínculo bilateral ya que sus roles resultan perfectamente intercambiables (Orihuela, 2002b).

Podemos reconocer en el periodismo web la existencia de tres niveles de interacción: un primer nivel en el que el usuario entabla un "diálogo" con las TICS; un segundo nivel que supone el intercambio comunicativo con el medio y con otros lectores de manera simultánea -caso de las conversaciones en línea-, o de modo asincrónico -a través del correo electrónico o los foros de discusión-, y un tercer nivel en el que el lector abandona el papel de destinatario tradicional para convertirse en un potencial emisor que conversa directamente con las propias fuentes de información.

Es decir, en la Red, el receptor no es un testigo pasivo de la información, sino que puede emitir opiniones, agregar o quitar información, ser obligado a seguir itinerarios prefijados, participar en la construcción del hecho noticioso, etc.



3.3. A modo de síntesis

Resumiendo, el periódico digital (en sus diferentes versiones) es, entonces, un nuevo medio de comunicación. La organización de su discurso en estructuras hipertextuales (hiertextualidad), la integración de diferentes lenguajes para transmitir información - textos, sonidos e imágenes- (multimedialidad) y las posibilidades de participación que permite al usuario (interactividad) están entre sus características distintivas. Éstas resultan, a nuestro parecer, lo suficientemente adecuadas como para dar cuenta del cambio operado en la sociedad de la información desde el advenimiento de la Red.

Así, la hipertextualidad provoca un aumento de la combinación de los géneros periodísticos; la interactividad, por su parte, refuerza el carácter dialógico de los medios digitales, y la multimedialidad, por último, genera una mixtura de lenguajes periodísticos (Salaverría, 2005a: 142, citado por Sancha Folgado, 2005).

Hasta la aparición de las versiones *online* la prensa en soporte papel, la radio y la televisión disponían de sus propios códigos y lenguajes de expresión, pero las experiencias multimedia en Internet brindan, en la actualidad, la posibilidad de que los recursos de cada soporte se combinen y generen nuevas formas de expresión periodística.

4. El caso del chat¹³

En este apartado, nos interesa analizar cómo las personas jóvenes interactúan en el ciberespacio a través de uno de sus géneros: el chat. Cómo la identidad o las identidades juveniles se revelan y pronuncian en el discurso. De este modo, articulamos la lingüística con el análisis del discurso en el campo del ciberespacio.

Uno de nuestros objetivos, por tanto, es definir qué características adopta el discurso en la conversación *online* en relación con la categoría tan borrosa y compleja como es la de "juventud".

4.1. Definición

El término, como otros que se utilizan en el ciberespacio, está tomado de una práctica cotidiana y en principio no propia de la red, que es *chat*, en inglés 'charlar', 'conversar'. Sin embargo, en

los países en donde no se habla inglés, como en Argentina, *chat* comenzó a ser una palabra usada sólo cuando surgió la práctica de charlar por Internet.

No es casual, por tanto, que su definición no figure en las ediciones más actuales del *Diccionario de la Real Academia*, pero sí en el *Diccionario Panhispánico de dudas* (op. cit.: 132). Así, *chat* se define como "conversación entre personas conectadas a Internet, mediante el intercambio de mensajes electrónicos", pero también es el "servicio que permite mantener este tipo de conversación". En esta investigación utilizamos indistintamente *chat*, *conversación online*, *ciberconversación*, *conversación electrónica* y *convesación por la Red*.

Tomaremos como referencia una breve definición presentada por Mayans i Planells (op. cit.:19), quien desde el campo de la etnografía dirá que el chat es una aplicación informática - *software*- que, haciendo uso de la conexión a Internet, permite la comunicación escrita simultánea a múltiples usuarios.

El chat tiene una estructura material y una de uso. Esa "estructura de uso" en tanto pragmática es la que nos interesa analizar en relación con el discurso juvenil.

Así, el chat es la conversación establecida entre potenciales y múltiples usuarios utilizando Internet, donde la intención comunicativa es oral y la forma es escrita. Es decir, se habla con el teclado, algo que hubiera parecido un oxímoron hace algunas décadas. Hablar escribiendo o escribir hablando. Una conversación escrita, contradicción que se resuelve apelando a múltiples recursos verbales y no verbales (gráficos, simbólicos, gestuales, etc.).

Del desconcierto ante esta hibridez derivan -entendemos- las diversas críticas al género que tienen que ver con la "falta de": ortografía, puntuación, ajuste a las normas escritas, etc. que son sólo una apreciación superficial y sintomática de un fenómeno mucho más complejo, que no tiene en cuenta las variadas y a veces complejas competencias comunicativas que deben desplegarse para su comprensión y su uso adecuados.



4.2. Algunas características del chat

Antes de continuar con esta exposición, quisiéramos aclarar que, a partir de este momento, tomaremos conceptos que ya fueron presentados en diversas publicaciones sobre el tema (Palazzo, 2003, 2004, 2005).

Lo que llamamos *rasgos mínimos* del chat pueden enmarcarse en la *variedad coloquial*, y, dentro de ésta, de lo *coloquial escrito* (Briz, 2002: 23): [+ relación de proximidad], [+ saber compartido], [+ cotidianidad]. Con respecto a la planificación, notamos una diferencia entre el *chat* y otros modos de realización de lo coloquial escrito (como la carta familiar, o su versión electrónica -el e-mail-): en nuestro caso, la planificación es mínima, ya que se cuenta con que hay un interlocutor esperando la respuesta.

A esto podemos añadir rasgos pragmático-discursivos tales como: escritura oralizada, privilegio del entorno conversacional, co-presencia virtual de los hablantes, antinormatividad, contextualización construida desde el discurso, frecuente uso del paralenguaje e incorporación de iconos (emoticones), entre otros.

Liu (1999) y Rintel y Pittam (1997) mencionan los siguientes rasgos propios de la conversación *online*:

a) Número significativo de usuarios; b) Participación estable en un período de tiempo razonablemente largo; c) mensajes con tendencia a la interactividad; d) cualidad intersubjetiva; e) uso de apodos que remiten a una identidad virtual; f) La interacción ocurre en forma textual; g) es anónimo; h) la interacción se lleva a cabo en canales; i) el punto de convergencia no es geográfico sino textual (electrónico); j) es asincrónico en tiempo real; k); se pueden entablar múltiples interacciones; l) no es necesario conocerse previamente.

En el chat se establecen las relaciones sociales a través de un medio diferente, en un espacio social alternativo, que es también un espacio de juego social (Mead, 1963).

Por otra parte, si seguimos los postulados de Bajtín, diremos que el chat es un *género discursivo*, por cuanto es una de las tantas esferas del uso de la lengua que elabora unos tipos estables de enunciados que se manifiestan en tres aspectos: el contenido temático, el estilo y la composición.

4.3. La práctica del discurso juvenil en el chat

El uso de la lengua y el discurso está aquí en estrecha relación con el rol social del joven que se concibe como tal, que entre sus esparcimientos incluye esta práctica, pero que fundamentalmente puede acceder, no sólo a una computadora –sea personal o de un *cybercafé*- sino a las competencias para poder integrarse al grupo que desea y al género en el que quiere expresarse. Así también, es probable que el mero hecho de comunicarse por este medio sea una forma de reafirmar esa condición culturalmente aceptada de joven. Y ya que éste es un espacio de puesta en funcionamiento de la lengua sostenido por rasgos generales y específicos del tipo discursivo (Filinich, 2001 [1998]:31), entonces, es un discurso.

Una cuestión a considerar es la presentación de los hablantes en el chat. El chat es un territorio virtualmente construido y simbólico, metáfora del espacio público –un bar, una reunión de amigos- o del privado.

Los lugares sociales que ocupan los participantes en cualquier actividad de interacción son determinantes a la hora de comprender sus enunciados. En la conversación virtual entre jóvenes puede decirse que, si bien las posiciones sociales –que dependen de un estrato socioeconómico- no son simétricas, los roles¹ sociales (Goffman, (op. cit.: 27) de los hablantes como jóvenes se acercan más a la simetría. Una consecuencia significativa es el particular uso del lenguaje en este contexto, en consonancia con la construcción identitaria y generacional.

4.4. A modo de síntesis

a) Si bien la conversación es un género que acompaña al hombre desde siempre, su forma mediada por Internet es una práctica comunicativa, discursiva y social que surgió -en su estructura, estilo y uso- en el ciberespacio. De allí sus características de género híbrido donde se mixtura lo oral, lo escrito, visual, simbólico, etc.

b) Es fundamental comprender que el chat, como todo género, mantiene ciertas constantes de otros géneros como la conversación en presencia o por teléfono, pero también es un género nuevo donde la escritura es vehículo de la palabra hablada (entre otras funciones), y responde a necesidades interactivas diferentes.



c) Entre los jóvenes esta práctica está ampliamente difundida, principalmente, por los principios de antinormatividad y transgresión que se asocian con las cohortes juveniles; por ser un espacio practicado desde la libertad normativa y léxica. Esto no niega que haya que ajustarse a nuevas normas de uso, sin las cuales sería imposible la comunicación.

5. Conclusiones generales

El ciberespacio es un entorno alternativo de interacción *online* en el que tienen lugar prácticas discursivas diversas, entendiéndolas como usos particulares del lenguaje en un contexto específico que generan representaciones del mundo.

Por eso, siguiendo a Castells (2001) diremos que el carácter distintivo y unificador de todas las prácticas discursivas analizadas (versiones electrónicas de revistas de actualidad política, periódicos digitales y conversaciones *online*) se halla inmerso en el contexto en el que se inscriben, es decir, en la Sociedad Red. El ciberespacio representa, en consecuencia, el corazón y base material de este nuevo paradigma sociotécnico, que constituye y condiciona nuevas formas de relación e interacción, de trabajo y de comunicación.

¹ El empleo de la palabra virtual conlleva "una serie de implicaciones que desaconsejan su utilización como concepto analítico y descriptivo. Por un lado, está la tendencia a vincular la idea de lo virtual dentro de un tipo de tecnología para la diversión y el entretenimiento que lo trivializan. Por otro, existe en los usos populares de la palabra y en referencia precisamente a productos como internet, los ordenadores y los videojuegos, una vinculación directa a la palabra real. De hecho, real funciona como lo que podríamos llamar su opuesto semántico pragmático, aunque Lévy demuestre etimológicamente que esta oposición no es tal. Quiere decir esto que, en los usos cotidianos y de sentido común, la palabra y la idea de lo virtual se empareja con su opuesto pragmático que es lo real" (Mayans i Planells, 2002: 233-234). En consecuencia, el término "virtual" difícilmente pueda dejar de evocar una noción de irrealidad y evasión, por lo que consideramos que tiene una marcada connotación peyorativa que obstaculiza la descripción de las prácticas discursivas surgidas a partir del advenimiento de Internet.

² El Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), en su versión online define el vocablo cibernética como: (Del fr. *cybernetique*, este del ingl. *cybernetics*. 1. f. Estudio de las analogías entre los sistemas de control y comunicación de los seres vivos y los de las máquinas; y en particular, el de las aplicaciones de los mecanismos de regulación biológica a la tecnología. // cibernético, ca. 1. adj. Perteneciente o relativo a la cibernética. 2. adj. Dicho de una persona: Que cultiva la cibernética. U. t. c. s.

³ electrónica. (De electrónico). 1. f. Fis. y Tecnol. Estudio y aplicación del comportamiento de los electrones en diversos medios, como el vacío, los gases y los semiconductores, sometidos a la acción de campos eléctricos y magnéticos. 2. f. Aplicación de estos fenómenos// electrónico, ca. (De electrón). 1. adj. Fis. Perteneciente o relativo al electrón. 2. adj. Perteneciente o relativo a la electrónica.

3. m. y f. Especialista en electrónica.

⁴ telemática. (Del ingl. *telematics*, acrón. de *tele-* e *informatics*, informática). 1. f. Telec. Aplicación de las técnicas de la telecomunicación y de la informática a la transmisión a larga distancia de información computarizada. // telemático, ca. (De telemática). 1. adj. Telec. Perteneciente o relativo a la telemática.

⁵ digital. (Del lat. *digitalis*). 1. adj. Perteneciente o relativo a los dedos. 2. adj. Referente a los números dígitos y en particular a los instrumentos de medida que la expresan con ellos. Reloj digital. 3. f. Planta herbácea de la familia de las Escrofulariáceas, cuyas hojas se usan en medicina. 4. f. Flor de esta planta.

⁶ Este apartado fue desarrollado por Claudia Carina Albarracín, a partir de conclusiones parciales que conforman su investigación de tesis doctoral titulada "El discurso de las revistas de actualidad política en Argentina: ideología y poder", bajo la dirección de la Dra. María Soledad Atonso de Ruffolo.

⁷ El DRAE define la expresión red como: (Del lat. *rete*). 1. f. Aparejo hecho con hilos, cuerdas o alambres trabados en forma de mallas, y convenientemente dispuesto para pescar, cazar, cercar, sujetar, etc. 10. f. Conjunto de ordenadores o de equipos informáticos conectados entre sí que pueden intercambiar información. (La negrita es nuestra).

⁸ internet. 1. amb. Inform. Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación. ORTOGR. Escr. t. con may. inicial.

⁹ web. (Del ingl. *web*, red, malla). 1. f. Inform. Red informática. V. página web // página web. Documento situado en una red informática, al que se accede mediante enlaces de hipertexto.

¹⁰ El estudio de este fenómeno es el eje de la investigación de tesis doctoral de Julio César Sal Paz, que lleva por título "Discurso periodístico en Internet: Producción y Consumo en San Miguel de Tucumán", bajo la dirección de la Dra. Elena M. Rojas Mayer. Varios aspectos desarrollados en esta exposición son extractos de comunicaciones a congresos o han sido recogidos parcialmente en artículos publicados a la fecha (Sal Paz, 2003, 2004, 2005, 2006).

¹¹ Bajo esta denominación englobamos a todos aquellos sitios web de publicaciones periodísticas, independientemente de que tengan correlato en soporte papel; es decir, tanto los derivados de ediciones impresas como los exclusivamente concebidos para el ciberespacio.

¹² El ejemplo de la Revista Noticias abordado en el apartado anterior por Albarracín, se encontraría en esta etapa.

¹³ El tema del chat es uno de los ejes de investigación desarrollados por María Gabriela Palazzo en su tesis doctoral titulada "La juventud como construcción discursiva en Tucumán a comienzos del siglo XXI", bajo la dirección de la Dra. Elena Rojas Mayer.

¹⁴ Es pertinente hablar de rol en su sentido de papel dentro de un juego, ya que el chat es un género propicio para concebir las relaciones sociales en forma lúdica. En muchos casos se actúa, se representa un papel, se discursiviza una identidad idealizada.

ALBARRACÍN, Claudia Carina - U.N.T.

PALAZZO, María Gabriela - U.N.T.

SAL PAZ, Julio César - U.N.T.

INSIL - Facultad de Filosofía y Letras