LAS POSIBILIDADES DEL PERIODISMO DIGITAL COMO FUENTE DE MATERIAL DIDÁCTICO PARA EL AULA DE ELE

RAQUEL PINILLA GÓMEZ
Universidad Rey Juan Carlos (Madrid)

1. Introducción

Mi acercamiento al tema de esta comunicación, *Las posibilidades del periodismo digital como fuente de material didáctico para el aula de ELE*, surge de un doble interés profesional. Por un lado, como profesora de una Facultad de Comunicación, me siento en la necesidad de indagar los caminos de un ya no tan nuevo soporte para el periodismo: Internet[1]; por otro, como profesora de español para extranjeros, me encuentro siempre en busca de aquellos materiales didácticos que hagan más eficaz y significativo el proceso de aprendizaje del alumno, conduciéndolo hacia el desarrollo real y total de una competencia comunicativa que le permita una comunicación auténtica y satisfactoria, tanto en el aula como fuera de ella.

En esta búsqueda constante e infatigable de materiales útiles para la clase, que nos caracteriza y deforma profesionalmente a todos los profesores de lenguas, llegué hasta el periodismo digital –o ciberperiodismo– y decidí indagar en qué medida podíamos aprovecharlo en nuestro quehacer docente. A priori, parecía que las oportunidades eran muchas y, efectivamente, como veremos a continuación, así sucede. Si bien es cierto que las nuevas tecnologías han abierto un camino repleto de recursos pedagógicos para la enseñanza y el aprendizaje de lenguas, también lo es el hecho de habernos visto desbordados, en un corto espacio de tiempo, tanto profesores como estudiantes, por un aluvión ingente de páginas *web*, enlaces y recursos electrónicos, directorios en la red, bibliotecas virtuales, *webquests*, bitácoras –o *blogs*, en inglés–, etc., en el que, sinceramente, a veces resulta fácil perderse.

Con el ánimo de no sentirnos perdidos y el objetivo de seguir investigando para llevar materiales útiles y motivadores al aula, vamos a centrarnos en uno de los muchos recursos que nos ofrecen las nuevas tecnologías: los periódicos[2] digitales –o electrónicos– en español.

Analizaremos, a grandes rasgos, cuáles son las principales características del periodismo digital, qué ventajas y desventajas presentan los diarios digitales como material didáctico para la enseñanza de ELE y qué tiene de singular la lengua empleada en los periódicos electrónicos, frente a la utilizada en los medios impresos.

2. Las características del periodismo digital

La lengua española es la que posee, después del inglés, el mayor número de ediciones digitales de periódicos, desde los realizados en España e Hispanoamérica hasta los que se componen en Estados Unidos, donde, no olvidemos, hay ya más de 40 millones de hispanohablantes. El año de nacimiento de las primeras experiencias de prensa digital en España es 1994[3], y al año siguiente, se lanzan las primeras ediciones digitales de periódicos impresos: *Avui*, *El Periódico*, *La Vanguardia*, *Sport* y *El Mundo*.

En enero de 2005, en el interesante trabajo coordinado por Ramón Salaverría, se publican los datos del primer censo general sobre los medios en Internet en España –no en español– y se cifran en 1274 –sin contar los *blogs* y los boletines empresariales–, de los cuales 150 correspondían a diarios. Es interesante destacar el dato de que sólo el 21% de los medios digitales ha nacido directamente en Internet (como *elconfidencial.com* o *libertaddigital.com*), el resto tiene su origen en los medios de comunicación

[1] Este trabajo se enmarca dentro de las líneas de investigación del Proyecto *Lengua, comunicación y nuevas tecnologías: la lengua en el periodismo digital*, de la Universidad Rey Juan Carlos [Referencia: URJC-CM-2006-CSH-0645].

[2] Hemos observado que el término *periódico*, al hablar del periodismo digital, se suele utilizar para referirse al que aparece todos los días, es decir, propiamente un *diario*; aunque también lo hemos encontrado para denominar a todos los medios digitales que aparecen con una periodicidad distinta a la diaria. Sin entrar en precisiones terminológicas, en este trabajo utilizaremos indistintamente *periódicos* y *diarios* para referirnos a los medios digitales que salen diariamente y que son los que más suelen consultar los usuarios de Internet.

[3] Para ampliar esta información, puede consultarse la Introducción del libro coordinado por R. Salaverría (2005). Dicha Introducción, "Diez años de cibermedios", está disponible en formato *pdf* desde su propia página de Internet: http://e-periodistas.blogspot.com/2005/11/se-publica-cibermedios-un-repaso-diez.html

tradicionales (periódicos como *El Mundo –elmundo.es–*, *El País –elpais.com–*, *La Vanguardia –lavanguardia.es–*, *Clarín* –de Argentina, *clarin.com–*, *El Comercio* –de Perú, *elcomercio.com–*; emisoras de radio como *Onda Cero Radio –ondacero.com–* o *Cadena Ser –cadenaser.com–*; o canales de televisión como *Canal Sur* –canal autonómico andaluz, *canalsur.com–*, que a través de su página web *informativos.canalsur.es* ofrece todo tipo de información local, autonómica, nacional e internacional.

Señalan G. Arrate y J. I. Sánchez de Villapadierna (2000) que "desde hace años, quienes se preocupan por la innovación en el campo de la didáctica de lenguas (y también de otras disciplinas) son conscientes del potencial que brinda Internet como fuente de información, como canal de comunicación y como medio de enseñanza y aprendizaje". Esta es una afirmación que a todos nos convence, sin duda, pero no podemos dejar de preguntarnos si los profesores de lenguas estamos realmente preparados para aprovechar todos esos recursos que nos brinda la Red y más aún, si lo estamos para enseñárselo a nuestros estudiantes.

Las actuales políticas educativas –a nivel nacional e internacional– y los planes curriculares más recientes[4] realzan la necesidad de desarrollar no sólo los conocimientos, sino las competencias –capacidades, habilidades y destrezas– de los que aprenden y esto, en relación con los medios de comunicación digitales, nos lleva a planteárnoslos no sólo como una valiosa fuente de información, sino también como un recurso más –tanto práctico como didáctico– que el estudiante debe aprender a manejar y entender, y nosotros, como profesores, debemos estar preparados para guiarlo. En este sentido, como afirma Mª. A. Pérez Rodríguez (2004):

> La integración de los medios y tecnologías de la información y comunicación como tema transversal a lo largo de todo el currículum sería quizás el marco más razonable para lograr el desarrollo de la competencia comunicativa que es deseable en el entorno social que nos envuelve […] Todos, y cada vez más, somos conscientes de que la percepción del mundo se realiza en buena medida a través de los medios y tecnologías de la información y de la comunicación: prensa, radio, televisión, Internet…, provistos de nuevos códigos, nuevos lenguajes […] En consecuencia, es necesario, más bien imprescindible que las instituciones educativas asuman la tarea de alfabetización en estos nuevos lenguajes. Más aún, desde las áreas más directamente vinculadas a la comunicación y a las lenguas.

Así pues, no debemos ver la utilización de los medios digitales sólo como una herramienta de enseñanza o una fuente de documentación ya que una parte de nuestra labor como formadores de las competencias procedimentales de los estudiantes consiste en desarrollar sus habilidades comunicativas en este terreno: el estudiante debe llegar a saber gestionar la información que le proporciona un periódico digital. ¿Para qué? Para conocer de primera mano la realidad sociocultural de los pueblos que hablan español. ¿Cómo? Desarrollando sus destrezas selectivas e interpretativas de las informaciones que le proporcionan los diferentes códigos del medio electrónico, enseñándole que el tipo de lectura no es el mismo en el texto digital que en el texto impreso, y mostrándole las muchas posibilidades de interactividad que le permiten estos materiales.

En líneas generales, todos los especialistas señalan tres características básicas de los medios digitales: a) *el hipertexto*, b) *el formato hipermedia* y c) *la interactividad*.

a) El *hipertexto*, definido en el DRAE como "texto que contiene elementos a partir de los cuales se puede acceder a otra información", posibilita una red de conexiones con otras fuentes de información –en algunos medios, incluso en otros idiomas–, que ayudan al lector a contextualizar la noticia y a buscar información complementaria para su mejor comprensión[5]. El hipertexto conduce al lector de la noticia a un tipo de lectura no lineal, como sí lo es, en cambio, la del texto impreso, mediante los *saltos* que los enlaces –*links*, en inglés– suponen en la pantalla del ordenador. Las siguientes palabras de M. J. Casals (2006) resumen muy bien la dimensión que ha adquirido el hipertexto en Internet:

> La red nos ha venido a mostrar que el conocimiento no es lineal y que la comunicación tampoco puede serlo. El camino del conocimiento crea redes, como las ha creado el mundo digital. La posibilidad de los hipervínculos y enlaces ha puesto en evidencia que la comunicación ha dejado su linealidad para ser más parecida a la mente humana: una gran red de relaciones casi infinitas.

b) El *formato hipermedia* permite, además del texto, el acceso a la imagen –fija (las fotos) y en movimiento (los vídeos)– y al sonido. Es innegable que la comprensión del texto, en la noticia digital, se ve reforzada por la posibilidad de ver fotos y vídeos relacionados, así como de ser escuchada[6], aunque

[4] En el caso de ELE, nuestra obligada referencia es el *Plan Curricular del Instituto Cervantes* (2006), Madrid: Editorial Biblioteca Nueva.
[5] Si se desea ampliar información sobre las posibilidades didácticas que ofrece el hipertexto en la enseñanza de ELE, se puede consultar el artículo de M. La Rocca (2005): "La creación de hipertextos en la clase de ELE", disponible en la dirección http://www.mec.es/redele/revista3/rocca/shtml
[6] Por ejemplo, la versión digital del diario El Mundo (http://www.elmundo.es) ofrece escuchar las noticias a través de su servicio en pruebas de lectura automatizada: *Rosa, la locutora de elmundo.es*

hay algunos especialistas que no se muestran tan optimistas ante la *euforia* despertada por este formato multimedia de Internet. En este sentido, dice J. I. Armentia (2005):

> A pesar de todas las aseveraciones que se han venido lanzando sobre el carácter multimedia de la red, lo cierto es que al día de hoy el ciberperiodismo es básicamente texto […]. Lógicamente, todavía existen razones técnicas que justifican este hecho. El vídeo de calidad necesita un gran ancho de banda, que todavía no está al alcance de la mayoría de la población […]. Por otro lado, hay que tener en cuenta que la actualización continua de las páginas se realiza fundamentalmente mediante texto[7], mientras que los vídeos que se ofrecen son generalmente material ya emitido por televisión, lo que hace que su carácter novedoso y su valor informativo añadido sean escasos.

A pesar de estas opiniones, es innegable la gran ayuda que para la comprensión del texto supone la aparición de los otros códigos audiovisuales.

c) La *interactividad* de los medios digitales confieren al lector un papel productivo, y no sólo receptivo, al darle la posibilidad de interaccionar tanto con el emisor como con el mensaje. Reconocemos, por supuesto, que la lectura del texto impreso no es un proceso pasivo, ni mucho menos, –igual que no lo es la destreza de comprensión auditiva–, pero es evidente que no ofrece al lector la capacidad de interacción del texto electrónico. En la lectura de una noticia digital, el lector tiene la posibilidad de rectificación: por error ortográfico, por la información del artículo, para completar el contenido del artículo, para opinar sobre el artículo o de acuerdo con otros motivos que le parezcan convenientes. Se puede, asimismo, votar por la noticia y contribuir, por tanto, a que forme parte de las diez noticias más leídas del periódico, lo cual puede dar *pista*" a otros lectores sobre los temas que están despertando mayor interés. Incluso es posible enviar esa misma noticia a otra persona –a través del correo electrónico– cuando se siente la necesidad de compartirla, por el motivo que sea.

3. El periodismo digital como fuente de material didáctico

Después de haber analizado y rastreado las características del periodismo digital en los diarios electrónicos, estamos convencidos de que es un material muy valioso tanto para el proceso de enseñanza por parte del profesor, como para el proceso de aprendizaje que lleva a cabo el alumno, y esto responde a su doble funcionalidad: el profesor encuentra en los textos de los periódicos digitales un material que se presta a su explotación didáctica –ya sea directa o como pretexto para crear actividades–; mientras que el alumno encuentra una fuente de información inagotable sobre la realidad de los países donde se habla español que le motiva a acercarse a ellos por su actualidad y su accesibilidad y por el hecho de poder hacerlo *en español*.

Tanto para el profesor como para el alumno de ELE, los periódicos digitales presentan una serie de ventajas, que exponemos a continuación:

- *La actualización*. Se trata de un material constantemente actualizado, rompe las barreras temporales y se hace eco de las noticias minuto a minuto. Frente a los métodos y manuales impresos, el profesor y el alumno siempre encuentran noticias de interés actual, en tiempo real, y en el contexto sociocultural en el que se han originado. Esto no significa que podamos compensar el desfase cronológico de las noticias publicadas en los libros de textos impresos con su sustitución por noticias digitales –que volverían a quedarse anacrónicas en un corto espacio de tiempo–, sino que, de acuerdo con un esquema de explotación didáctica ya elaborado, manejemos diferentes noticias digitales mientras impartimos cada uno de nuestros cursos.
- *La variedad de contenidos*. El periódico digital, al igual que el impreso, tiene una serie de secciones (nacional, internacional, local, económica, deportiva…) donde resulta casi imposible no encontrar alguna noticia que se adecue a las necesidades, intereses y nivel de los estudiantes –quizás este último sea el aspecto menos evidente ya que el periodista digital no escribe, lógicamente, pensando en el estudiante extranjero, aunque para eso están las estrategias de adaptación del profesor con cada grupo.
- *La autenticidad*. Los periódicos digitales son materiales auténticos –*realia*– y, como tales, añaden a las características anteriores la motivación que para el estudiante supone trabajar con textos reales ya desde las etapas iniciales de su proceso de aprendizaje de ELE, con los mismos textos que escriben y leen los hablantes nativos –periodistas y lectores–.
- *La fácil accesibilidad*. Hoy en día, casi todos los estudiantes –salvo aquellos casos, lógicamente, en que la economía del país no ha permitido el desarrollo de las nuevas tecnologías ni el acceso más rudimentario a Internet–, en cualquier parte del mundo, pueden teclear la dirección de un diario en español y trasladarse –de forma gratuita, salvo excepciones–, casi por arte de magia, al rincón más alejado

[7] No olvidemos que el texto periodístico sigue siendo la máxima expresión de la noticia, y esto se acrecienta con las posibilidades de recrear mejor la noticia que ofrecen los enlaces hipertextuales: a otros textos, a fotos, a vídeos, etc.

del planeta. Esta ruptura de barreras espaciales y temporales supone un acercamiento a la noticia y al lugar donde se produce, se esté donde se esté. El estudiante de español en situación de lengua extranjera se convierte por unos momentos casi en un estudiante en situación de segunda lengua porque se sumerge en el contexto real donde se produce la noticia, la cual se traslada a su ordenador en forma de mensaje y texto periodístico.

- *La velocidad de transmisión de la información.* Señala I. de Moraes (2006) que

> la velocidad es importante porque la terminología contemporánea cambia rápidamente, tanto en términos técnicos como en jergas y expresiones locales. El acompañamiento más cercano de esa terminología (a través de los periódicos electrónicos) facilita la constante y veloz actualización. Respecto a esto, el proceso de recogida, traducción del vocabulario y publicación requiere un tiempo, y en el momento en que podemos llevar estos artículos a la clase ya han perdido el impacto que produce la actualidad candente.

Se refiere esta autora a que los textos digitales nos permiten ver nacer y crecer a los nuevos términos y expresiones de la lengua, sin tener que esperar a que se impriman en un libro de texto para ser llevados al aula.

- *La hipercontextualización*. El hipertexto y el formato hipermedia ya han sido señalados en el apartado anterior como características generales del periodismo digital, pero no es posible dejar de mencionar ahora las grandes ventajas que suponen para la utilización didáctica de los periódicos digitales. La posibilidad de contar con la imagen, el sonido, el vídeo o los enlaces a otras noticias relacionadas ofrece al estudiante una suma de informaciones que, sin duda, le van a facilitar el proceso de comprensión global del texto: por fin, la noticia verdaderamente contextualizada. Esta confluencia de códigos en un mismo soporte permite al profesor, asimismo, trabajar más fácilmente en la línea de la *integración de destrezas*, materializándose, en este sentido, el carácter eminentemente funcional de la lengua.
- *La familiaridad previa con los medios digitales*. Normalmente, cualquier estudiante de ELE ha leído o suele leer periódicos u otro tipo de prensa digital en su propio idioma materno. Después de una década de periodismo digital, raro es el caso de un estudiante de lenguas extranjeras que no conozca el soporte y los medios en alguna de sus formas y no maneje básicamente Internet, por lo que, en líneas generales, podemos decir que no se sienten intimidados por un tipo de texto o formato desconocido y ajeno a su realidad más inmediata.
- *El acceso rápido y directo a las variedades diatópicas del español*: el español de España, el español de Chile, el español de Texas, el español de Argentina, etc., en las ediciones digitales de los periódicos realizados en cada país. La propia comparación de una noticia en alguno de estos periódicos, a través del vocabulario utilizado, es en sí misma una explotación didáctica para la enseñanza de las distintas variedades geográficas del español. Los periódicos en español nos ofrecen una oportunidad magnifica para ver los rasgos lingüísticos de cada variante diatópica en contexto, aunque no debemos olvidar que, en determinadas secciones –como la internacional o la económica– las noticias pasan directamente de la agencia de prensa a los diferentes periódicos, sin el filtro lingüístico que sí puede tener una sección como la de las noticias locales o nacionales.
- *La posible personalización de los contenidos*. Es una opción de los diarios digitales de mayor difusión el ofrecer al lector la personalización del formato y de la selección de las noticias a las que va a acceder, en función de sus gustos, preferencias y necesidades. Este *periodismo a la carta* es un aliciente más para consultar los periódicos digitales ya que, desgraciadamente, y más que nunca, en nuestra sociedad actual el tiempo es oro, y tendemos a detenernos sólo en aquello que más nos interesa.

No nos parece adecuado finalizar este apartado sin señalar el hecho de que algunos autores mencionen ciertos rasgos de los periódicos digitales que pueden plantear algunos problemas al lector. En nuestra opinión, no se trata en ningún caso de obstáculos insalvables que desaconsejen la utilización de estos textos, ni mucho menos. Son básicamente cuestiones relacionadas con el diseño de los periódicos digitales, que pueden ser solventadas con alguna breve explicación por parte del profesor antes de trabajar con estos materiales, en la fase de preparación de la actividad.

En líneas generales, el formato de los periódicos digitales es muy homogéneo (la presentación, el diseño, el tipo de letra, el aspecto de los textos…) y existe una gran uniformidad entre ellos en cuanto a la excesiva verticalidad en la estructuración de las noticias. Señala J. I. Armentia (2005) que “esto plantea, desde el punto de vista de la percepción del lector, varios problemas”: a) desconocer a priori la longitud del texto “ya que el lector sólo ve lo que entra en la pantalla y hasta que no recurre a la barra de desplazamiento –o *scroll*– no conoce hasta donde va a bajar el texto. Ello hace que el acto de leer en la *web* no sólo sea una tarea visual, sino también manual (es preciso manejar el ratón, mover el *scroll*, etc.)”; b) no existir una jerarquización informativa de las noticias, ya que casi todos los textos tienen una configuración similar en la página –por ejemplo, el ancho de cada columna–, lo cual dificulta buscar las

noticias más importantes; y c) la reducción de nuestro campo de visión a la pantalla del ordenador, lo que "supone un esfuerzo para contextualizar las informaciones".

Ante estos factores, sería suficiente, como hemos señalado, una breve aclaración del profesor antes de realizar la explotación didáctica de la noticia. Para que los estudiantes lo entiendan bien, podría acompañar su explicación con un sencillo gráfico sobre cómo se estructura la información en una página de un diario digital (habitualmente, bloque central informativo de una o dos columnas, rodeado por una columna izquierda, en la que se da cuenta del menú detallado de navegación; y una columna derecha donde se activa la parte más comercial de la página: publicidad, servicios y promociones), del tipo de la que propone J. I. Armentia (2005):

<table>
<tr><td colspan="4">MENÚ GENERAL DE NAVEGACIÓN</td></tr>
<tr><td>Menú detallado de navegación</td><td>Noticia secundaria importante</td><td>Noticia principal</td><td rowspan="2">Publicidad
Servicios
Promociones</td></tr>
<tr><td>Servicios varios</td><td>Enlaces a otras noticias</td><td>Otra noticia importante</td></tr>
<tr><td colspan="4">Publicidad Servicios Promociones</td></tr>
</table>

Gráfico 1. Estructuración de la información en una página de un diario digital

Una sencilla actividad didáctica basada en este esquema, que reforzará su competencia discursiva con este tipo de textos, consiste en que el estudiante, una vez que lo haya analizado con el profesor –en una fase más dirigida–, busque cómo llenarlo de contenidos en una página real de un periódico digital –fase más libre–, llegando incluso a proponer él mismo, en un último paso, su propia página –no sería necesario hacerla en formato *html*, aunque también es cierto que, en la actualidad, existen programas de edición y generación de páginas web cada vez más sencillos de utilizar.

Por último, indicaremos que algunos aspectos del diseño digital sí favorecen la mejor comprensión del texto a los estudiantes, como, por ejemplo, los destacados en negrita, que favorecen la estrategia interpretativa de selección de las informaciones clave del texto.

4. La lengua empleada en el periodismo digital

Hemos visto hasta ahora que el formato hipermedia de los periódicos digitales facilita la introducción de códigos no verbales, tales como la imagen en movimiento, que contribuyen, sin duda, a una recreación más fiel de la noticia[8]. A pesar de ello, el texto, el código lingüístico verbal, sigue siendo el protagonista por excelencia, tanto de la noticia como de las actividades de explotación didáctica en el aula: análisis de los niveles morfosintáctico y léxico, consolidación de características gramaticales, caracterización discursiva del texto, estructura de la información, etc.

No debemos olvidar tampoco que el lenguaje de los periódicos digitales es lenguaje periodístico, en un soporte electrónico, pero periodístico al fin y al cabo, y esto supone no perder nunca de vista las características lingüísticas de un código tan complejo y rico como el del periodismo, del que destaca R. Sitman (2003) que "no cabe duda de que se trata de un género que, por su claridad, concisión, brevedad, actualidad y proximidad a la oralidad, entre otras muchas cualidades, es idóneo para su explotación en una clase de lengua".

A diferencia de lo que sucede en los medios impresos,

> la lengua en Internet, en tanto se trata de lengua joven e internacionalmente difundida, no es estable ni específica. El lenguaje virtual no se ha formado de la nada, sino a través de transiciones más o menos directas desde otros contextos lingüísticos preexistentes, como los de la imprenta, el diseño gráfico, la conversación oral o la televisión (Gomes y De Almeida, 2006).

Por limitaciones de espacio y porque no es nuestro objetivo primordial, no podemos realizar en este trabajo un estudio exhaustivo de las características formales de la lengua en el periodismo digital, aunque sí nos gustaría resaltar algunos aspectos generales del uso de la lengua en este soporte. Hemos de señalar que, para sorpresa nuestra y en contra de lo que esperábamos hallar en la bibliografía consultada para realizar esta investigación, apenas hemos encontrado trabajos en los que se profundice, tras un análisis significativo de una selección de ejemplos, en las características del lenguaje en estos contextos digitales,

[8] Por ejemplo, en los periódicos digitales españoles del 20 de septiembre de 2007, se ofrece la noticia de la presentación de la infanta Sofía ante la Virgen de Atocha por parte de sus padres, los príncipes de Asturias –Felipe y Letizia–, acompañada en todos los casos por el vídeo correspondiente. Al tratarse de un acto protocolario, en el entorno de la familia real española, el propio carácter social de la noticia hace que el interés mayoritario de los lectores radique, más que en el texto –suficientemente claro y explícito en los titulares–, en las imágenes y, si pueden ser en movimiento, mejor que estáticas: cómo iba vestida la princesa, si la niña lloró o no, la emoción reflejada en el rostro de los padres, etc.

por lo que consideramos que constituye una vía abierta de investigación sobre la que todavía hay mucho que decir; nuestra intención, al menos, es seguir haciéndolo en futuros trabajos.

Lo cierto es que, tras nuestro propio análisis de textos periodísticos digitales –y sus correspondientes versiones impresas–, podemos concluir que apenas hay diferencias formales significativas entre la lengua empleada en los textos impresos y los textos digitales, por lo que consideramos que este aspecto no les va a suponer una dificultad añadida a nuestros estudiantes extranjeros: lo que expliquemos sobre el lenguaje periodístico, en general, podremos también aplicarlo al lenguaje periodístico en los medios digitales, con el cambio evidente que supone el soporte informático.

Quizás el aspecto en el que se ha producido una mayor evolución, al pasar a trabajar en el medio digital, ha sido el de los géneros periodísticos tradicionales, tanto informativos como de opinión. Éstos han debido adaptarse al nuevo canal como resultado de la toma de palabra por parte del lector, el cual, interactuando en la red, se ha convertido en un nuevo protagonista del medio. También han nacido nuevos géneros, así,

> el periodismo digital, al igual que la radio y la televisión, tiene un género propio: el foro o entrevista *on-line*. La peculiaridad de este género reside en que desaparece la intermediación del periodista y las preguntas son formuladas directamente por el público. Otro género que puede proliferar en el periodismo digital es el debate sobre temas de interés entre personas especializadas o de diferentes niveles de especialización (Moreno Espinosa, 2006).

Así pues, ante la pregunta: ¿Ha forjado el periodismo digital un nuevo lenguaje?, no nos atrevemos a dar una respuesta tajante, ni afirmativa ni negativa, ya que, si bien es cierto que el medio digital ha traído una reformulación de los géneros periodísticos, una nueva forma de redacción y un nuevo estilo, más ágil y sencillo, las características formales de la lengua apenas se alejan de las que observamos en el medio impreso.

Señalaremos, a continuación, los principales rasgos del lenguaje del periodismo digital, algunos de los cuales lo distinguen sutilmente del periodismo impreso, tal y como acabamos de precisar:

- Coincide con el lenguaje periodístico del texto impreso en aplicar los criterios de claridad, concisión, naturalidad y captación del lector, propios del lenguaje informativo.
- Es un lenguaje múltiple, caracterizado por la presencia de diferentes códigos y la introducción de los soportes audiovisuales junto con el texto.
- Es un lenguaje de producción colectiva, en el que el texto pasa por muchas manos y, a diferencia de las noticias y los reportajes en el texto impreso, no aparece firmado –también es cierto que, en muchos casos, se reproducen literalmente los textos de la edición impresa o, incluso, de las agencias de prensa nacionales o internacionales que han difundido la noticia.
- Al disponer de un espacio menor que las noticias impresas, el lenguaje, si cabe, es más claro y sencillo. Se suelen utilizar más los recursos de abreviación, condensación de información e, incluso, se observa una menor presencia de la redundancia –que, sin embargo, resulta muy útil para el estudiante extranjero– y de las repeticiones innecesarias. Los textos deben ser más breves que en las ediciones impresas.
- El mensaje se estructura en párrafos generalmente más cortos que en la versión impresa, de acuerdo con las limitaciones de espacio ya comentadas en el punto anterior.

Aparte del lenguaje, no querríamos terminar esta presentación sin hacer una breve mención de otro de los aspectos que ya ha aparecido en este trabajo: la idea de que una de las metas del profesor en el aula es ayudar al estudiante a ser un buen lector, desarrollando en él las habilidades y estrategias de comprensión lectora adecuadas, por ejemplo, en el caso concreto del periodismo –en general, no sólo del digital–, la importancia de poder llevarle a *leer entre líneas*, por el componente ideológico de cualquier periódico y la dificultad que esto supone para él.

El texto digital no se lee como el texto impreso. Dice L. Gutiérrez (2003) que el mismo proceso de lectura al que conduce el texto en línea es, por índole, distinto al proceso lector de un texto impreso puesto que “el texto digital entra en una dinámica red de palabras e imágenes que supone movimiento y transición y cuyo ambiente rechaza cualquier lectura detenida de una sola página”. En este sentido, el texto digital, en palabras de este autor, es “una entidad distinta”.

Desde un punto de vista pedagógico, lo que a los profesores nos interesa de esta peculiaridad es resaltar el hecho de aquellas estrategias interpretativas que se acentuarán con este tipo de lectura, y que no serán necesariamente las mismas que las utilizadas en el proceso de lectura del texto impreso.

5. Conclusión

Tras analizar las características del periodismo digital, a través de las más recientes investigaciones realizadas por especialistas de la materia –algunas de las cuales se recogen en la bibliografía de este

trabajo– y de las propios periódicos digitales, podemos afirmar que en esta última década se nos ha abierto una nueva y nada desdeñable vía para desarrollar material didáctico en el aula de ELE.

Los periódicos digitales ofrecen a profesores y estudiantes un material actual, variado en los contenidos, capaz de mostrar las distintas variantes lingüísticas de una lengua tan extendida en su uso como el español, auténtico, accesible, hipercontextualizado, veloz en la transmisión de información, cercano a la realidad del estudiante en su lengua materna, con posibilidades de ser personalizado y de permitir interactuar al estudiante con el propio mensaje, el periodista, el medio digital y otros ciberlectores en cualquier parte del mundo.

Por todo ello, creemos que las posibilidades didácticas son muchas y les animamos a descubrirlo en esa inmensa red que supone Internet.

Bibliografía

ARMENTIA, J. I. (2005): "Los diarios digitales siguen buscando su propia identidad tras una década de existencia", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11, 9-22. http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm.

ARRARTE, G. y J. I. SÁNCHEZ DE VILLAPADIERNA (2000): "La prensa digital en el aula de español", *Quaderns digitals*, 25, *Monográfico sobre LE*, http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_id=235.

ARRARTE, G. y J. I. SÁNCHEZ DE VILLAPADIERNA (2001): *Internet y la enseñanza del español*, Madrid: Arco-Libros.

CASALS CARRO, M. J. (2006): "La enseñanza del periodismo y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12, 59-70. http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm.

CRUZ PIÑOL, M. Y R. SITMAN (2000): "Los diarios hispanos en la red: herramienta para el acercamiento cultural y lingüístico", Revista *Espéculo*, 15. http://www.ucm.es/info/especulo /ele/diariosf.html.

GOMES, R. Y M. DE ALMEIDA (2006): "La comunicación y el periodismo digital: estudio de caso del diario *lavanguardia.es*", *Análisis y propuestas en torno al periodismo digital*. Actas de VII Congreso Nacional de periodismo digital, Zaragoza: Asociación de la prensa de Aragón, 287-300.

GUTIÉRREZ, L. C. (2005): "(Con)textos: consideraciones pedagógicas sobre la enseñanza con el texto digital", *El español, lengua del futuro*, I Congreso Internacional de FIAPE. http://www.mec.es/redele/biblioteca2005/fiape/gutierrez_lance.pdf.

HERNANDO GARCÍA-CERVIGÓN, A. (2003): "La lengua en el periodismo digital", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 9, 177-187. http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm.

LÓPEZ GONZÁLEZ, A. M. (2003): "Los periódicos digitales hispanos: ejemplos de la unidad y diversidad de la lengua española", *Medios de comunicación y enseñanza del español como lengua extranjera*, Actas del XIV Congreso Internacional de ASELE, Universidad de Burgos [soporte en CD-Rom].

MORAES SARMENTO REGO (De), I. (2006): "Reflexión respecto al uso de periódicos electrónicos en la enseñanza del español como lengua extranjera: la enseñanza de la variedad chilena", Revista *REDELE*, 6. http://www.mec.es/redele/revista6/IzabeldeMoraes.pdf.

MORENO ESPINOSA, P. (2006): "Mass-media y mensajes en la aldea global. Los géneros del ciberperiodismo", *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 12, 379-392. http://www.ucm.es/info/emp/Portad_0.htm.

PÉREZ RODRÍGUEZ, Mª. A. (2004): "La integración curricular de los medios y tecnologías de la información y comunicación en la enseñanza de la lengua y la literatura", *Quaderns digitals*, 35, *Monográfico Educación y medios*. http://www.quadernsdigitals.net/index.php?accionMenu=hemeroteca.VisualizaArticuloIU.visualiza&articulo_,id=7910.

PLATÓN, M. (2001): "Lengua y periodismo en la era de Internet", *Actas del II Congreso Internacional de la lengua española*, Valladolid. http://cvc.cervantes.es/obref/congresos/valladolid//ponencias/nuevas_fronteras_del_espanol/3_la_universidad_e_internet/platon_m.htm.

SALAVARRÍA, R. (2005): *Redacción periodística en Internet*, Pamplona: EUNSA.

SALAVERRÍA, R. (coord.) (2005): *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

SITMAN, R. (2003): “Más allá de la información: la prensa en la enseñanza de E/LE”, *Medios de comunicación y enseñanza del español como lengua extranjera*, *Actas del XIV Congreso Internacional de ASELE*, Universidad de Burgos [soporte en CD-Rom].