¿TODOS PERIODISTAS? EL CIBERPERIODISMO, LOS BLOGS Y SU EXPLOTACIÓN EN LA CLASE DE E/LE

VICTORIA BÉGUELIN-ARGIMÓN
Université deLlausanne (Suiza)

1. INTRODUCCIÓN

Estos últimos años, la prensa digital ha cobrado una importancia capital pues, como sostienen Rojo y Sánchez (183), "Internet no es un medio de comunicación más [sino que] es el medio a través del cual, actualmente, llegamos a los demás medios tradicionales" incluida la prensa. Para los profesores de español que vivimos en lugares geográficamente alejados de España o de Latinoamérica, la lectura de la prensa hispánica en pantalla se ha convertido en un hábito cotidiano y atrás han quedado las dificultades para conseguir un periódico en papel. De nuestro ciberperiódico favorito sacamos material para las clases pero lo usamos, con gran frecuencia, de manera muy parecida –sino igual– a como lo hacíamos hace unos años cuando recortábamos, pegábamos y fotocopiábamos para todos los alumnos un artículo interesante descubierto en la versión papel del diario. Sin embargo, las características específicas de la prensa digital –tanto desde el punto de vista del propio soporte, obviamente, como también de todos los recursos empleados para transmitir sus contenidos, entre los que destaca la lengua– merecen ser tomadas en consideración a la hora de utilizar este material en clase. Efectivamente, la prensa en red puede explotarse de manera distinta a la prensa en papel, e incluso los objetivos didácticos

que nos fijamos pueden variar según empleemos uno u otro soporte. Algo tan fundamental como la interactividad del periodismo en línea tiene que ser aprovechado a modo de poderoso acicate comunicativo.

Mi artículo tiene como objetivo principal ofrecer unas breves pinceladas sobre el llamado ciberperiodismo y sugerir algunas pistas para su explotación en la clase de E/LE. Pasaré revista a las particularidades que caracterizan al periodismo en línea y presentaré los géneros periodísticos que han surgido al calor de los medios digitales, deteniéndome especialmente en los blogs o bitácoras de prensa. Basándome en la especificidad de estos blogs, esbozaré algunas actividades para facilitar la creación de un blog de prensa en clase.

2. CARACTERÍSTICAS GENERALES DEL CIBERPERIODISMO

Algunas palabras clave nos permitirán resumir las características que distinguen el ciberperiodismo de la tradicional prensa en papel:

1. *Gratuidad* de la prensa digital, al menos para buena parte de sus contenidos.
2. *Carácter global* de la prensa digital, que puede llegar a cualquier rincón del mundo.
3. *Actualización constante de los contenidos*, no sometidos al ritmo de publicación cotidiana del periódico.
4. *Interactividad*, por la posibilidad que tienen los usuarios de generar contenidos –a diferentes niveles– y participar así en la construcción del mensaje periodístico, estableciendo un diálogo con los periodistas o con otros usuarios[1]. Recordemos que en la prensa en papel los intercambios entre periódico y lectores son muy limitados al no haber cauces previstos que los hagan posibles, salvo en casos muy precisos como pueden ser las cartas al director. La interactividad de la prensa digital se caracteriza por la inmediatez de la interacción entre dos o más personas, que puede ser sincrónica (simultánea) o asincrónica (diferida), y oral o escrita.

[1] La posibilidad de interacción ha llevado a algunos analistas del discurso ciberperiodístico (M. López López y P. Bolaños 2003) a modificar la tradicional división de los géneros periodísticos en tres grupos (informativos, interpretativos, argumentativos), añadiéndoles los de carácter dialógico (*apud* Mancera Rueda, *¿Cómo se habla*… 93).

5. *Uso de elementos multimedia* pues, para transmitir la información, se utilizan canales variados como pueden ser el texto, el sonido, la imagen fija y el vídeo.
6. *Integración de los enlaces hipermedia*, que están generalizados en la prensa digital y que permiten tanto establecer referencias cruzadas como acceder a documentos con los que se pueden ampliar conocimientos sobre un tema: se dispone así, con un simple clic, de un volumen de información considerable. Mediante el uso de las funciones hipermedia (hipertexto, hiperaudio, hipervisual) se construyen trayectorias de escritura y de lectura individualizadas y dinámicas, que rompen la linealidad secuencial. Su empleo permite asimismo la selección de los contenidos ya que el usuario puede limitarse a la lectura del texto escrito sin hacer uso de los hipermedia, utilizar solamente algunos de ellos o bien utilizarlos todos, según su intereses y necesidades.
7. *Posibilidad de realizar búsquedas* (por autor, tema, rúbrica, palabra clave, etc.).
8. *Posibilidad de manipular la noticia*, reenviándola, compartiéndola, guardándola, imprimiéndola, etc.

3. NUEVOS GÉNEROS DE LA PRENSA DIGITAL

El desarrollo de la prensa digital ha dado lugar al nacimiento de géneros novedosos entre los que destacan (Mancera Rueda, *¿Cómo se habla…*)[2]:

1. Los **blogs o bitácoras,** páginas albergadas en un periódico en línea a cargo de un periodista (blog individual) o de un grupo de periodistas (blog coral) en la que este/estos realizan una serie de *posts* o entradas, organizadas cronológicamente en orden inverso (la última aparece en primer lugar). La página contiene relatos de experiencias, consejos, reflexiones u opiniones sobre un tema más o menos general (acontecimientos locales, nacionales o mundiales) o

[2] Atendiendo a la definición de Yanes (19) de género periodístico –"los distintos modelos de mensajes periodísticos que encontramos en la prensa, y que se distinguen por su estructura formal, su estilo y sus fines"– se puede hablar aquí, sin duda alguna, de nuevos géneros de prensa.

profundiza en temas que interesan personalmente al periodista; están escritos a menudo con un estilo directo y expresivo. La interactividad del blog de prensa se construye gracias a diferentes recursos y los usuarios ya no desempeñan solamente el papel de lectores sino que pueden participar en la construcción de la página mediante una serie de acciones que vamos a comentar más adelante.

2. Los **comentarios enviados por los lectores** a las noticias, que suelen formularse a modo de reacción a la noticia o a modo de respuesta ante una aserción previa de otro usuario.
3. Los **chats o encuentros digitales** de los lectores con personajes de la actualidad en los que los usuarios pueden comunicarse con estos o bien de manera directa o bien mediante el envío anticipado de preguntas que deseen hacerle. Por lo general, estas preguntas son seleccionadas antes de la entrevista por un mediador, que suele ser un periodista de la plantilla del diario. De entre todos los géneros de la prensa en red, este es el más claramente interactivo.
4. Los ***live blogging*** **o crónicas en directo**, textos de breve extensión –de un párrafo a una línea– organizados cronológicamente, en los que se transmiten noticias de algún acontecimiento prácticamente en tiempo real. Estas crónicas no suelen permitir una participación directa de los usuarios pero en algunas ocasiones se autoriza la inclusión de hechos noticiosos por parte de cualquier persona que esté siendo testigo de ellos.

4. RELACIÓN CON OTROS GÉNEROS DE PRENSA

Mancera Rueda (*¿Cómo se habla*… 92) señala que estos formatos guardan una relación intertextual con otros géneros frecuentes en los media tradicionales pues, por un lado, el blog se asemeja en determinados aspectos a la crónica, al ensayo breve o a la columna de opinión por la gran libertad temática de todas estas formas, que pueden ir de los asuntos políticos a los consejos, pasando por los complementos a una noticia; los comentarios de los usuarios recuerdan en cierto modo a las cartas de los lectores; los encuentros digitales nos hacen pensar en la entrevista y las crónicas en directo, en las retransmisiones audiovisuales. El blog se relaciona, además, con otras formas textuales (Jesús Pérez García 324-25) pues se asemeja a los diarios íntimos y a las memorias,

textos con contenidos basados en la esfera personal. Si el diario es "autorreferencial" –pues el emisor es a la vez el destinatario del texto– y las memorias son públicas, el blog tiene una vocación privada y pública a la vez; y, como el diario, contiene información reciente. También se relaciona el blog con las cartas personales, las postales o los telegramas privados pues se concibe como una larga carta dirigida a los internautas con los que se busca una complicidad y, como se solía hacer en las antiguas epístolas, el bloguero trabaja cuidadosamente su lenguaje. Por otro lado, añade Mancera Rueda (*¿Cómo se habla…* 93), si los comentarios de los lectores suelen presentar un fuerte componente argumentativo y las crónicas en directo o los encuentros digitales se asimilan más bien a los géneros interpretativos, los blogs pueden poseer tanto componentes informativos como interpretativos y argumentativos. Pero, en cualquier caso, los nuevos géneros "constituyen modelos de enunciación específica de la interacción virtual" (Mancera Rueda *¿Cómo se habla…* 93), y podemos observar que todos basan su modo de funcionamiento en una intensificación clara de la interactividad, invitando al usuario a cooperar, a interactuar y a comunicar.

5. ORALIZACIÓN DE LOS NUEVOS GÉNEROS PERIODÍSTICOS

El carácter particularmente interactivo que presentan estos nuevos géneros periodísticos provoca la oralización de la lengua utilizada. Recordemos aquí que, según los postulados de Koch y Oesterreicher (26-33), para evaluar el carácter más o menos oral o escrito de una realización lingüística, no hay que basarse en la dicotomía del medio empleado –fónico o gráfico–, sino en las gradaciones que ofrecen los siguientes parámetros: 1. índole pública o privada de la comunicación; 2. familiaridad entre los interlocutores; 3. implicación emocional; 4. anclaje de los actos comunicativos en la situación o en la acción; 5. campo referencial; 6. inmediatez física de los interlocutores; 7. grado de cooperación; 8. grado de dialogismo; 9. grado de espontaneidad; y 10 fijación temática. Así, las realizaciones lingüísticas se encuentran entre dos polos: el que manifiesta la máxima distancia comunicativa y un alto grado de planificación (escrito) y el que encarna la máxima inmediatez comunicativa y un escaso grado de planificación (oral). Vamos a ver ahora cómo se manifiestan algunos de los parámetros que caracterizan la oralidad en uno de los nuevos géneros de la prensa en línea, el blog.

6. LOS BLOGS DE PRENSA

Aunque el blog es de índole pública por naturaleza, el ciberperiodista intenta asemejarlo a una comunicación privada, creando un clima de familiaridad con el destinatario. El ciberperiodista debe darse a conocer y para ello construye cuidadosamente su identidad, su *ethos* mediante: 1. un grafismo atractivo e individualizado de su página; 2. una presentación personal, en la que el autor se manifiesta con una voz propia, muy a menudo teñida de humor; 3. la inclusión de su fotografía y de su correo electrónico, clara invitación a un diálogo personal, directo y espontáneo con el lector; y 4 un breve resumen de la problemática abordada en el blog, de sus objetivos y de su funcionamiento expresados de manera subjetiva.

En las presentaciones personales, y con la intención de recrear un clima propio a la esfera privada, el ciberperiodista puede desvelar secretos de su vida íntima, hablar de su familia, sus amigos, su lugar de residencia, sus gustos y sus costumbres, o puede también expresar su interés personal por el tema tratado en el blog frente a un interés meramente profesional. Es lo que encontramos en la auto-presentación de Noelia Camacho en su blog "Emperrados", dedicado a los animales de compañía:

> Noelia Camacho. Suelo hacer reportajes y noticias de tráfico y seguridad vial en Informativos Telecinco. *Pero mis grandes pasiones son los perros y los viajes*, por este orden. Disfruto de mi pastor alemán desde hace 6 años, es adoptado y mestizo. Adora el parque y hace que *pase horas y horas en él*. Desde que vivimos juntos *tengo decenas de amigos perreros*. *Mi marido* dice que he convertido *el barrio* en un pueblo. ¡Pues qué bien! (http://blogs.elpais.com/emperrados/)

Todos los recursos son pocos para crear una complicidad con el lector, para animarle a conocer mejor al autor, para estimularlo a entrar en el blog y leer. Un poderoso gancho es que el lector sienta que el autor se dirige directamente a él lo que se consigue mediante la inserción del propio destinatario en el texto. Lo vemos en la presentación de Antonio Lorca, por ejemplo, en su blog "Primer aviso" cuando confía a sus lectores:

> Antonio Lorca es crítico taurino en El País. Amante del toro en el campo, en la plaza y en el plato. Hijo del Capitán Trueno, venera a los héroes de carne y hueso ya vistan de oro o plata, vayan a pie o a caballo. *Por favor, no le digáis a mi madre que soy periodista; ella, orgullosa de mí, cree que soy banderillero*... ("Primer aviso"), (http://blogs.elpais.com/toros/)

Mediante el uso del tuteo, el lector se ve reflejado en el texto en una relación simétrica, de igualdad con el periodista. Este intenta atrapar al lector fingiendo convertirlo en confidente.

El ciberperiodista usa a menudo un "lenguaje afectivo y un tono informal, individualista, inconformista y a veces sarcástico e insolente" (Jesús Pérez García 327) que tiene como objetivo implicar emocionalmente al lector. Así expresa Jaled Abdelrahim sus sentimientos antes de iniciar el descenso de la famosa Carretera de la Muerte en Bolivia.

> .Tampoco es que quisiera tirarme a lloriquear al suelo con eso de 'mamá, por favor ven y sácame de ésta', pero bueno, reconozco que quizás sí que estaba algo inquieto. Las bicis alineadas en el extremo alto del Camino de los Yungas (Bolivia), popularmente conocido como la Carretera de la Muerte. A primera vista, lo que queda claro es que el escaso saliente de firme horizontal que hay entre la pared de la montaña y el abismo no es firme.(http://blogs.elpais.com/kilometro-sur/)

Otro poderoso gancho en los blogs periodísticos es sentir que el autor invita a los lectores a participar en la construcción de la página mediante:

1. el envío de preguntas, propuestas y noticias que orientarán los nuevos contenidos;
2. el envío de textos –cuya publicación o no decide el responsable de la página–;
3. el registro de comentarios a las entradas, que los lectores pueden escribir libremente, sin ningún control por parte del responsable de la página.

En la página del blog "Ayuda al estudiante" se invita a los usuarios a enviar textos para la sección "El mejor profesor de mi vida", dando unas normas muy precisas. Carlos Arroyo, autor del blog, selecciona los textos recibidos y publica los que considera particularmente interesantes:

> .ánimo a todos los lectores, y también a los jóvenes que aún están a diario en el aula, a enviarme sus textos. Las normas son muy simples:- Identificar al autor y al profesor con nombres y apellidos.- Extensión: 500-1.000 palabras.- Ubicación: ciudad actual del autor y ciudad en la que se produjo el encuentro con el profesor. Espero nuevos testimonios. Creo que el reconocimiento a los grandes profesores es nuestra deuda moral como estudiantes y nos ennoblece

> como sociedad. Que falta nos hace. (http://blogs.elpais.com/ayuda-al-estudiante/)

El blog "De papas & de mamas" instaura un claro diálogo con los usuarios y facilita la comunicación entre estos mediante la siguiente invitación:

> Participa en los comentarios o a través del correo demamasdepapas[arroba]gmail.com […] ¡Participa! ¿Tienes dudas sobre cuestiones de crianza? ¿Quieres compartir alguna experiencia o proyecto interesante? ¿Conoces algún plan interesante para ir con niños? Escríbenos aquí. (http://blogs.elpais.com/mamas-papas/)

7. ¿POR QUÉ UTILIZAR LOS BLOGS DE PRENSA?

El potencial poder de enganche de los blogs de prensa a través de los recursos presentados hasta aquí debería bastar para incitarnos a explotarlos en nuestras clases de español. Pensemos en:

1. el modo de presentar y tratar los temas, a menudo anclados en la esfera de lo personal, y el lazo afectivo que el autor crea con el lector. Recordemos que, para un alumno alófono, la entrada en la clase de temas relacionados con la esfera privada y el recurso al componente afectivo facilita su aprendizaje de la lengua extranjera;
2. el estrecho vínculo que crea el periodista con el usuario y que repercute en un aumento de la motivación del alumno para la lectura y la escritura;
3. el marcado carácter interactivo que fomenta la participación en las actividades de lectura y de escritura y que, por ende, facilita el aprendizaje;
4. el uso de hipermedia que permite ampliar los conocimientos de manera autónoma y por distintos canales, lo que lleva al alumno a su mejor comprensión. En este sentido, hay que tener en cuenta que el material filtrado por un periodista de calidad evita el propulsar al aprendiz hacia un océano de información incontrolable, minimizando así los efectos de la *infoxicación* o intoxicación por exceso de información (Yus 80);

5. el cuidado formal de la lengua del blog: esta se presenta así como un ejemplo y agudiza las destrezas lingüísticas (Jesús Pérez García 328). Es evidente que la participación del alumno en un foro público de hispanohablantes lo motiva a usar una lengua lo más adecuada y correcta posible;
6. la participación del alumno en un foro público de hispanohablantes, que valora sus propios conocimientos lingüísticos. En un blog el alumno interviene en un acto de comunicación real, de ámbito público y con unos destinatarios reales;
7. y, por último, los materiales y temas, muy diversos, que son *input* cultural, filtrado por las exigencias de periodistas profesionales[3].

8. CREACIÓN DE UN BLOG DE PRENSA

Tarea final

Objetivos principales	1. Crear un blog de prensa en grupos de dos/tres alumnos sobre un tema de interés personal; 2. Invitar a los demás compañeros a participar en el propio blog mediante actividades, preguntas o comentarios; 3. Participar en el blog de los demás.
Tiempo	1h 30 por semana, de tres a seis meses
Nivel	desde B1
Dinámica	Trabajo individual, en parejas, en grupo

El material funciona como *input* para la práctica de las cuatro destrezas. Las tareas intermedias (facilitadoras) son actividades guiadas que sirven de base para poder realizar la tarea final de manera autónoma. El docente empieza presentando la tarea final, sus objetivos y la manera en cómo se va a trabajar.

3 El periódico *El País* ofrece, por ejemplo, en la página "Un país de blogs" (http://elpais.com/elpais/blogs.html) más de 150 blogs sobre temáticas que van de la política a la economía pasando por la sociedad o la cultura.

Tarea facilitadora 1

Objetivo principal	Familiarizarse con los blogs de prensa
Objetivo secundario	Familiarizarse con los nombres de los blogs, el tono de los textos en los perfiles de los autores y el tono del texto en las presentaciones del blog
Material:	Fotocopias en papel de las introducciones de 8 blogs elegidos por el profesor en las que figuran: el título del blog; la presentación del autor con la fotografía; la descripción del blog. Se recortan por separado el título, la presentación del autor con su fotografía y la descripción del blog. Se distribuye el material a los alumnos, que trabajan en parejas.

Actividades:

* Emparejad los títulos del blog con las presentaciones.
* Buscad quién puede ser el autor de cada uno de los blogs a partir de las presentaciones y las fotografías.
* Buscad en el periódico en línea los títulos de los blogs y comprobad si vuestras hipótesis son correctas.
* Entre estos blogs, escoged dos que os gustaría seguir y explicad por qué. ¿En qué medida os ha influido el texto de presentación, el tono, la foto del autor, la manera en cómo se presenta, etc. en vuestra elección? * Comentadlo con vuestro compañero.
* Buscad ahora, individualmente, a otra persona de la clase que se interese por el mismo tema que vosotros. Con ella trabajaréis durante tres/seis meses, siguiendo las novedades de los blogs escogidos, participando con introducción de comentarios y/o generando contenidos.

Tarea facilitadora 2

Objetivo principal	Familiarizarse con el blog de prensa escogido y participar en él con comentarios, noticias, preguntas y envío de textos.
Objetivo secundario	Decidir la temática del blog periodístico que se desea crear y escribir la presentación (título, objetivos, perfil de los autores).
Actividades: * Explorad los artículos aparecidos en el blog que habéis escogido * Pensad en una temática sobre la que os interesaría crear un blog de prensa. * Dadle un título provisional * Redactad los objetivos * Redactad vuestro perfil personal. * Para inspiraros, podéis utilizar como modelos los textos empleados en las actividad de la tarea 1.	

Tarea facilitadora 3

Objetivo principal	Profundizar en el conocimiento de los blogs periodísticos y de los variados textos que se encuentran en ellos para poder construir el blog propio.
Objetivos secundarios	Comprender globalmente el mensaje del texto periodístico (lectura lineal). Ser consciente de las características pragmáticas, discursivas, estructurales, léxicas y semánticas de cada uno de los textos seleccionados (qué quiere hacer el autor –informar, convencer, dar consejos, compartir una experiencia– y cómo lo hace). Relacionar los elementos extralingüísticos (fotografías, por ejemplo) con el texto. Explorar los enlaces hipermedia y ver qué complementos aportan a la información escrita. Escribir textos similares o fragmentos de textos similares a los propuestos. Reaccionar a los textos leídos con comentarios, noticias o preguntas en línea.

El abanico de actividades en esta parte es, por supuesto, infinito y corresponde a actividades generales de explotación de la prensa tanto a nivel de la lectura como de la escritura.

CONCLUSIÓN

Hemos defendido en esta comunicación la conveniencia de abrir la puerta del ciberperiódico en la clase de E/LE presentando, en la primera parte, sus características. Los textos de prensa en la red son gratuitos, accesibles desde muchísimos rincones del planeta y actuales; invitan a la interactividad, integran soportes multimedia –permitiendo así el trabajo con todas las competencias– y se sirven de hiperenlaces que fomentan la ampliación de conocimientos. Los nuevos géneros de prensa nacidos al calor de Internet –blogs, comentarios de los lectores, encuentros digitales y crónicas en directo– son particularmente valiosos en nuestras clases por las posibilidades de interacción que ofrecen. Proponer algunas actividades que faciliten la exploración de los blogs de prensa con nuestros alumnos para que puedan comunicar, leyendo, escribiendo, escuchando, hablando y aprehendiendo contenidos socioculturales de actualidad ha sido el objetivo de la segunda parte de la comunicación.

BIBLIOGRAFÍA BÁSICA

Arroyo, Antonio (coord.). *La lengua española en los medios de comunicación y en las nuevas tecnologías*. Madrid: Ediciones del Laberinto S.L., 2008.

López López, Manuel y Pau Bolaños. "Géneros dialógicos: la entrevista y otros". *Manual de redacción ciberperiodística*. Eds. Javier Díaz Noci y Ramón Salaverría. Barcelona: Ariel, 2003. 495-524.

Mancera Rueda, Ana. *'Oralización' de la prensa española: la columna periodística*. Berna: Peter Lang, 2009.

------- ¿Cómo se habla en los cibermedios? *El español coloquial en el periodismo digital*. Berna: Peter Lang, 2011.

Pérez García, Jesús. "El lenguaje y las nuevas tecnologías". *La lengua española en los medios de comunicación y en las nuevas tecnologías*. Coord. Antonio Arroyo. Ediciones del Laberinto S.L., 2008. 302-40.

Rojo, Guillermo y Mercedes Sánchez. *El español en la red*. Madrid: Fundación Telefónica / Barcelona: Ariel, 2010.

Yanes Mesa, Rafael. *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid: Editorial Fragua, 2004.

Yus, Francisco. *Ciberpragmática 2.0. Nuevos usos del lenguaje en Internet*. Barcelona: Ed. Ariel, 2010.

PÁGINAS EN LA RED

http://cvc.cervantes.es/aula/didactired/didactiteca
(se encuentra material para el uso de la prensa en clase)
Un país de blogs: http://elpais.com/elpais/blogs.html
"El País de los estudiantes": http://estudiantes.elpais.com/

BIBLIOGRAFÍA COMPLEMENTARIA

Grundy, Peter**.** *Newspapers*. Oxford: Oxford University Press, 1993.

Haunschmidt, Julia. "El artículo periodístico en la clase de español". *Recursos y técnicas*. AA.VV. Madrid: Sociedad General de Librería, 2002, 71-108.

Iglesias Casal, Isabel y María Prieto Grande. *¡A toda página! Taller de prensa para una enseñanza creativa del español mediante tareas*. Madrid: Edinumen, 2008.

Sanderson, Paul. *Using Newspapers in the Classroom*. Cambridge Handbooks for Language Teachers. Cambridge: Cambridge University Press, 1999.