Presentación

Autor(en): **Eberenz, Rolf**

Objekttyp: **Article**

Zeitschrift: **Boletín hispánico helvético : historia, teoría(s), prácticas culturales**

Band (Jahr): **- (2008)**

Heft 12

PDF erstellt am: **24.05.2024**

Persistenter Link: https://doi.org/10.5169/seals-1047356

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Inhalten der Zeitschriften. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern.
Die auf der Plattform e-periodica veröffentlichten Dokumente stehen für nicht-kommerzielle Zwecke in Lehre und Forschung sowie für die private Nutzung frei zur Verfügung. Einzelne Dateien oder Ausdrucke aus diesem Angebot können zusammen mit diesen Nutzungsbedingungen und den korrekten Herkunftsbezeichnungen weitergegeben werden.
Das Veröffentlichen von Bildern in Print- und Online-Publikationen ist nur mit vorheriger Genehmigung der Rechteinhaber erlaubt. Die systematische Speicherung von Teilen des elektronischen Angebots auf anderen Servern bedarf ebenfalls des schriftlichen Einverständnisses der Rechteinhaber.

Haftungsausschluss

Alle Angaben erfolgen ohne Gewähr für Vollständigkeit oder Richtigkeit. Es wird keine Haftung übernommen für Schäden durch die Verwendung von Informationen aus diesem Online-Angebot oder durch das Fehlen von Informationen. Dies gilt auch für Inhalte Dritter, die über dieses Angebot zugänglich sind.

Ein Dienst der *ETH-Bibliothek*
ETH Zürich, Rämistrasse 101, 8092 Zürich, Schweiz, www.library.ethz.ch

http://www.e-periodica.ch

Presentación.

Rolf Eberenz *Université de Lausanne*

Los textos que se ofrecen a continuación fueron leídos en las Jornadas Hispánicas de Lausana (2007), dedicadas al estudio de la prensa desde las perspectivas de la crítica literaria y de la lingüística.

Las relaciones entre literatura y publicaciones periódicas han sido estrechas casi desde la creación de este medio de difusión. Pero fue en el siglo XIX cuando se intensificó la colaboración entre prensa y creadores de la palabra. En los primeros decenios de esa centuria era frecuente que una misma persona llevara la gestión económica de un periódico y publicara en él tanto artículos de información como textos de creación, según demuestra el caso de Larra. Más tarde, al convertirse la edición de diarios y revistas en una empresa compleja, que requería abundantes capitales y ejércitos de profesionales especializados, tales relaciones se fueron consolidando, aunque cambiaron de cariz. Por un lado, los periódicos empezaron a difundir, a través de sus páginas, ciertos géneros literarios que constituían las lecturas preferidas de la sociedad de la época, como el cuento, el artículo de costumbres o la crónica de viaje. Por otro, tiene mayor protagonismo la figura ejemplar del periodista capaz de pergeñar con todo rigor los textos de información más variados y de superar, en algunos de ellos, el carácter efímero, meramente utilitario de la escritura periodística corriente, para dar a sus artículos una mayor trascendencia social.

Desde 1945, los relatos breves y las novelas por entregas han ido despareciendo de los grandes diarios. En cambio, ha cobrado mayor relieve, si cabe, el periodista creador que consigue no sólo cubrir una actualidad multiforme y enigmática sino interpretarla

© *Boletín Hispánico Helvético*, volumen 12 (otoño 2008).

de manera creíble. Este autor cuida cada vez más, e imprimiéndoles su sello personal, ciertas clases de textos tradicionales de la prensa que antes no se habían destacado demasiado por su cualidades formales: la crónica, el reportaje, la entrevista, los artículos sobre temas de sociedad, algunos de ellos ilustrados por fotografías artísticas. En las últimas décadas se produce, pues, una revaloración estética de estos géneros tradicionales del periodismo, muy especialmente del reportaje. Así, los textos de algunos grandes reporteros se han convertido en *bestsellers*, y sus autores, desde Ernest Hemingway hasta Oriana Fallaci, Peter Scholl-Latour o Manuel Vicent, han accedido al círculo restringido de los escritores ampliamente reconocidos. Al mismo tiempo, las grandes plumas de la literatura ficcional firman con frecuencia artículos de opinión sobre temas de política o de sociedad, fenómeno quizás más acusado en España que en otros países.

Es de suponer que a todos estos cambios no fue ajena la transformación del paisaje mediático en la segunda mitad del siglo XX. La competencia de los medios audiovisuales, mucho más rápidos en la difusión de hechos e imágenes, pero culpables de una creciente jerarquización manipuladora de la actualidad, ha modificado profundamente el papel de la prensa. Ésta se enfrenta ahora a la erosión de los ingresos publicitarios y a la deserción de los lectores, para quienes la lectura y el tiempo que ésta requiere se convierten cada vez más en un lujo. No es un secreto para nadie que la prensa de calidad, ese espacio –también– literario, está seriamente amenazada.

Como soporte de textos muy variados, el periódico debería evidentemente interesar a los lingüistas. Sin embargo, no siempre fue así. En realidad, los especialistas del lenguaje tardaron bastante en descubrir la prensa como objeto de estudio. Hasta hace pocas décadas, prevaleció entre los lingüistas de todos los países europeos la idea de que los periodistas estropeaban la lengua, por lo que no merecía la pena ocuparse de sus escritos. Jesús Tusón recuerda en un libro reciente el tópico según el cual "los jóvenes hablan mal y los periodistas escriben mal", lugar común que se manifiesta también en el término peyorativo *Zeitungsdeutsch* del alemán. Han sido ciertas orientaciones de la lingüística reciente, como el análisis del discurso, la tipología de los discursos o el estudio de la creación léxica, las que han permitido abordar los lenguajes de la prensa de forma realmente desapasionada y científica. Hoy en día, nos hemos acostumbrado a investigar los rasgos léxicos, morfológicos y sintácticos así como las estructuras discursivas de las distintas

clases de artículos para comprender la intención de sus autores y su manera de lograr el impacto social que pretenden.

Como se ve, la pragmática ocupa una posición clave en la nueva corriente de estudios lingüísticos sobre la prensa. Esta última aspira a ser una fuente de información autorizada a la vez que manifestación de una conciencia colectiva ilustrada, pero a nadie se le oculta que un periódico es también un producto comercial que debe generar beneficios, lo que puede poner en entredicho su independencia. De ahí la importancia de la función persuasiva que cumplen los textos periodísticos. Ahora bien, esta afirmación parece contradecirse con el principio de objetividad que reivindica el periodismo de calidad para sus artículos de información; principio que lo llevó a establecer una clara distinción, incluso en la presentación tipográfica, entre textos informativos y textos de opinión. Sin embargo, los lingüistas objetarán que en materia de discurso no existe la objetividad absoluta, puesto que todo texto constituye una representación selectiva de la realidad. Más bien diríamos que esta pretensión de objetividad debe interpretarse precisamente como una de las múltiples estrategias persuasivas del periodismo moderno. Otra consiste en que las publicaciones periódicas gustan de presentarse como autoridades en las diferentes materias tratadas. A ello contribuye, por supuesto, el profesionalismo de los reporteros, corresponsales y redactores, el diseño de las páginas, pero también un lenguaje especial que inspira confianza y autoridad. Forman parte de este lenguaje la abundancia de términos técnicos, una sintaxis de cierta complejidad y una organización del discurso que recuerda a los documentos de las instituciones oficiales (políticas, administrativas, científicas, etc.). De hecho, muchos rasgos lingüísticos de la escritura periodística tienen una patente función ritual, destinada fundamentalmente a subrayar la credibilidad de la instancia enunciadora.

Todo ello justifica, sin duda alguna, el interés que actualmente están suscitando entre los lingüistas los productos del periodismo. No obstante, para los hispanistas hay otro motivo, peculiar de la prensa española: nos referimos a la publicación por los grandes diarios nacionales de sus libros de estilo, moda iniciada por la agencia estadounidense Associated Press en 1977 y que en España ha cundido mucho más que en otros países occidentales. Es cierto que los libros de estilo responden a una demanda social de orientación lingüística, sobre todo en lo relativo a los neologismos, problema del que han tardado en ocuparse la Real Academia y las grandes empresas lexicográficas. Pero más interesante resulta ser

el que la prensa española ocupa aquí un terreno simbólico de gran trascendencia, que realza eficazmente el papel de autoridad que pretenden asumir los diarios.

Los siguientes artículos contienen una serie de acercamientos a la escritura periodística española –y, en cierta medida, al mundo de los *media*– encaminados a mostrar la variedad de enfoques críticos que permiten estos textos, enfoques que convierten la prensa en objeto de estudio privilegiado para los especialistas en lengua y literatura.