

Lengua, tecnología, periodismo digital y algunas preguntas

ARSENIO ESCOLAR

“El PSOE desbanca al PP como fuerza más votada en las europeas”, rezaba un titular reciente en uno de los principales diarios españoles. ¿Era del pasado 27 de mayo y daba cuenta del resultado de las elecciones celebradas el día anterior, el domingo 26? Pues no. Era de diez días antes, y en realidad se refería a una encuesta, pero ni en el titular ni en un antetítulo o un subtítulo bien visibles se le decía o se le insinuaba al lector que se hallaba ante una información sobre un sondeo. En el texto noticioso sí se le contaba, obviamente, pero como en la película *The Front Page* –dirigida en 1974 por Billy Wilder– le espetaba Walter Burns (Walter Matthau), director del *Chicago Examiner*, a su ágil reportero Hildebrand Johnson (Jack Lemmon): “¿Quién diablos te va a leer el segundo párrafo, Hildy?”.

De acuerdo, el pecado, aunque frecuente –lo cometen muchos periodistas y muchos medios–, es venial, el error es leve. Quien puso ese titular no tenía

intención alguna de engañar o de confundir. Todo lector mínimamente avisado sabía a mediados de mayo pasado que las elecciones europeas aún no se habían celebrado y que esa información probablemente se refiriera a una encuesta. Pero, ya que ni un antetítulo ni un subtítulo lo aclaraba de modo expreso, ¿no se debía haber usado en el titular el verbo en futuro –“desbancará”– o en condicional –“desbancaría”–, y no en ese contundente presente?

El periodismo y la prensa siempre han sido uno de los grandes factores aceleradores del desarrollo de un idioma y de la evolución lingüística. Quizás estemos ahora, con ejemplos como el arriba reseñado, ante un episodio nuevo de cambio. El presente histórico, que hasta ahora solo se usaba para eventos pasados, incluso remotos, para acercarlos y a veces enfatizarlos, lo utilizamos ahora para probables eventos ¡del futuro!

Decíamos antes que el lector de mediados de mayo pasado sabría de inmediato con ese titular que no se hallaba ante una crónica electoral, sino ante una información sobre una encuesta, porque era conocedor de que las elecciones europeas aún no se habían celebrado e iban a hacerlo el 26 de dicho mes. ¿Y el lector digital que muchas semanas o meses o años después se encuentre ese titular mediante una búsqueda en línea o por un enlace en alguna otra información también digital? ¿Sabría también a primera vista y antes de clicar en el titular que no se hallaba ante una crónica electoral, sino ante la reseña de una encuesta?

La revolución tecnológica y la transición digital están afectando a la prensa y al periodismo no solo en su modelo de negocio, en los perfiles profesionales que condena y que crea, en los ritmos y modos de producción de la información o en los hábitos de consumo de los lectores y usuarios... También lo hace en los usos lingüísticos de los textos periodísticos, y a esto último probablemente no se le esté dedicando ni en el mundo académico ni en las redacciones la atención, la investigación y la reflexión que merece. Son cambios en los usos lingüísticos que van mucho más allá de la datación temporal de las informaciones, de evitar un “ayer” o un “hoy” o un “mañana” en un texto digital, ya que nunca se sabe cuándo

lo encontrará en el océano de la red un lector, ni en qué lugar del planeta se hallará este.

La transformación digital ha multiplicado tanto el tiempo de vida útil cuanto el espacio geográfico disponible de la prensa y del periodismo. Los medios tradicionales tenían un tiempo y un espacio muy limitados, unas fronteras muy cercanas. En el tiempo, unas pocas horas de vida si se trataba de un diario, unos días si de un semanario, unas semanas si de un mensual. Tras esas intensas llamaradas de vigencia, del producto periodístico solamente quedaban algunos rescoldos en las bibliotecas y hemerotecas, a las que solo se asomaría algún día una parte minúscula del público. En el espacio, los límites de la ciudad o de la provincia si eras un pequeño medio local, los de una región si eras un medio regional, los de un Estado si eras un medio nacional...

En el mundo digital, el límite temporal es ninguno, eterno, infinito, pues prácticamente todo lo que se publica queda en la red y para siempre, y accesible y encontrable para absolutamente todos los públicos, y el límite espacial es solo el del idioma en que esté escrito o hablado el medio en cuestión. Las informaciones de un diario hiperlocal del barrio de Malasaña pueden ser consumidas con la misma instantanei-

dad por los vecinos de la zona o por los lejanísimos pobladores del Cono Sur argentino y chileno o por un empleado bancario hispanohablante en Tokio

Nuestro idioma, el español, es el segundo del mundo como lengua materna, el tercero en número total de hablantes, el cuarto en contenidos digitales... El 7,6% de la población mundial puede comunicarse en español. El espacio territorial del español es, por lo tanto, extensísimo, inmenso, global, luego las fronteras de la prensa digital en español son ninguna. No existen. En todos los puntos del planeta Tierra tenemos potenciales lectores.

Nuevo dilema, nueva reflexión: los medios que quieren jugar a ese mercado global, y ya hay varios que lo están haciendo, generalistas y especializados, ¿acabarán escritos y locutados en una especie de español neutro o cada uno de ellos se mantendrá en la variedad dialectal de su lugar de origen –peninsular de Castilla, andaluza, canaria, mexicana, centroamericana, caribeña, andina, chilena, rioplatense...–, conscientes de que esa peculiaridad es una virtud más del medio al ser la nuestra una lengua variada pero unida, no fragmentada, y cualquiera de sus variedades puede ser comprendida sin

apenas dificultad por hispanoleyentes e hispanoescuchantes de cualquiera de las otras?

Algunas preguntas más, nada retóricas. ¿Cómo será el español del periodismo digital global dentro de diez, 20 o 30 años? ¿Neutro universal? ¿Tendrá las variedades dialectales de ahora? ¿Algunas más, algunas menos? ¿Seremos los medios los aceleradores de la fragmentación del español o más bien lo contrario, los aglutinadores, los garantes de la unidad?

Y una más, de otro debate. Varios estudios sostienen que el próximo año, en 2020, habrá en el mundo más máquinas hispanohablantes que personas hispanohablantes. ¿En qué español hablarán esas máquinas, desde los asistentes tecnológicos personales –Siri, el asistente personal de los dispositivos de Apple, está en una veintena de idiomas, y en español en cinco variedades– a los locutores de televisión virtuales que ya se están creando mediante inteligencia artificial? ¿En un hipotético español neutro, en el de las diversas variedades dialectales de nuestro idioma antes citadas o en un pobre español traducido automáticamente del inglés, el idioma materno de las grandes compañías tecnológicas?