Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales

Mario Tascón (dir.) Marga Cabrera (coord.)

Fundación del Español Urgente. Galaxia Gutenberg

Barcelona, 2012

510 pp.

ISBN: 978-84-15472-08-7

El día 20 de septiembre de 2012 se presentaba en la Real Academia Española la obra *Escribir en Internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* dirigida por el periodista Mario Tascón, en colaboración con la Fundéu. En ella, más de cuarenta expertos trabajan sobre los nuevos retos y problemas teóricos que surgen, a diario, al usuario habitual de la red.

Convencidos, como señaló McLuhan, de que el medio es el mensaje, nadie puede dudar de la oportunidad de este trabajo en el que el lector encontrará una serie de “recomendaciones, que no normas”, que permitirán el uso coherente de nuestro idioma. Ya al comienzo del libro, Joaquín Müller responde al porqué de la necesidad de una obra como esta: “El español que se use en la red debe ser un buen español” y la Fundéu está convencida “de que es en internet donde se juega el futuro de la lengua”.

La obra va dirigida a todas aquellas personas que usan el español en los nuevos medios, y no solo para los profesionales de la comunicación. Por eso hallamos dos partes bien diferenciadas: la primera se dirige a todos los que utilizan la red para un uso personal y cotidiano, y la segunda para aquellos que lo hacen de un modo profesional o semiprofesional.

En la primera parte, coordinada por el periodista Mario Tascón, se pone de manifiesto que los cambios que sufre nuestra sociedad, y la forma especial de comunicarnos, están dejando una profunda huella en el lenguaje. Los

conceptos, las palabras, vuelan con una rapidez entre los usuarios nunca vista hasta este momento. Por otra parte, esos mensajes llegan a muchas personas, lo que conlleva un fenómeno de globalización; podemos hablar de un lenguaje internacional –tal y como explican Alberto Gómez Font y Mercedes Sánchez– un español “neutro” con el que somos capaces de entendernos millones de hispanohablantes. Y esta globalización afecta no solo al uso de ciertos términos, sino también al empleo masivo de signos como los emoticonos y onomatopeyas, signos que tratan de suplir la expresividad que se da en el lenguaje oral y que apoyan unos mensajes caracterizados por la hiperevidencia. El uso de abreviaturas, el valor del hipertexto y el predominio de los enlaces serán marcas características de esta nueva manera de comunicarse que, en muchas ocasiones, exige de una técnica expresiva que no siempre se adecua a las normas académicas (es el caso de *twitter*, por ejemplo).

Por otro lado, el hecho de que nuestro mensaje pueda llegar a un público muy amplio supone tener que estar atentos a nuestros destinatarios y no olvidarnos de seguir un código de comportamiento –lo que Marga Cabrera denomina *netiqueta*–, sin descuidar por ello la lengua con la que nos expresamos: “Cada huella que se deja en la red dice algo sobre el autor, y por eso es importante saber emplear el lenguaje con propiedad en cada situación”.

Los textos en los nuevos medios no siguen las mismas pautas que en la escritura en papel: los usuarios no leen linealmente, ni tienen todo el texto íntegro y, además, tienen la posibilidad de participar de forma activa. Se ha roto la comunicación unidireccional y la jerarquía informativa, propia de los medios tradicionales. Esto quiere decir que hay que adaptar la forma de escribir al formato web.

Por eso, en la segunda parte de la obra, coordinada por la doctora en Comunicación Audiovisual, Marga Cabrera Méndez, hallamos un repaso de las cuestiones técnicas de la escritura en Internet, conscientes de que “si se quiere comunicar en la red de manera profesional es recomendable dominar los lenguajes específicos de cada canal”.

En este apartado, el lector podrá hallar información sobre la organización de la información digital, los formatos multimedia, los procesos de maquetación en los nuevos medios, o los elementos esenciales para estructurar debidamente los contenidos en una página web. Así mismo hallaremos recomendaciones para saber editar los textos de forma metódica y evitar errores en el uso de la lengua, ya sean ortográficos, gramaticales, de estilo u ortotipográficos.

Por último, encontramos un acercamiento a aquellos aspectos jurídicos que, como usuarios, no debemos olvidar si queremos evitar “sustos en la red”.

Concluye esta obra con un amplio glosario de voces cuyo conocimiento y uso se hace imprescindible para todos los que nos acercamos, de un modo u otro, a Internet.

Escribir en Internet se constituye, de este modo, en una verdadera guía para los nuevos medios y las redes sociales. Podemos afirmar que logra su propósito de “convertirse en un centro de análisis y un referente desde el punto de vista idiomático”. A lo largo de sus quinientas páginas, el lector podrá encontrar desde las acertadas pautas que nos describen cómo poder movernos entre los entresijos de la red, hasta consejos y reflexiones sobre las repercusiones que estos tienen en el uso cotidiano del lenguaje.

Somos conscientes de que los nuevos medios están creando un lenguaje que valora más el contenido que el continente: las prisas, el costo, o la evidente dificultad que trae consigo escribir en el teclado de un móvil, así lo propician. Por otro lado, lo que antes era un lenguaje textual, se convierte ahora en un lenguaje audiovisual. Escribir en pantalla exige unos nuevos criterios que el usuario, en general, y el profesional, en particular, deben conocer (hay que pensar en el público potencial, saber captar la atención del lector, etc.)

Sin embargo, no podemos excusarnos en esta realidad cambiante para descuidar el uso correcto de nuestra lengua. Como Xosé Castro afirma: “no es el medio el que empeora el lenguaje, sino el hablante que no es capaz de cambiar de registro”.

No debemos olvidar que el español ocupa el tercer lugar en la lista de las lenguas más usadas en Internet y tenemos la obligación, como usuarios y como profesionales, de cuidarlo y respetarlo.

Pilar Fernández Martínez
Universidad CEU San Pablo

Fundamentos de la eficacia publicitaria y el retorno de la inversión

Fernando Rodríguez Varona, Carmen Llorente Barroso y María Luisa García Guardia

Delta Publicaciones

Madrid, 2012

218 pp.

ISBN: 978-84-92954-60-5

La obra *Fundamentos de la eficacia publicitaria y el retorno de la inversión* es producto de un proyecto de investigación realizado de manera conjunta por la OTRI-UCM y Optimedia (Zenith Optimedia Group).

Los autores de este libro, Fernando Rodríguez Varona, Carmen Llorente Barroso y María Luisa García Guardia, quieren dar difusión a un conjunto de conocimientos y principios básicos sobre una de las áreas que más importancia ha adquirido en el ámbito de la publicidad: la eficacia. De esta manera, intentan despertar un interés académico por un tema central en el campo profesional, considerando la necesidad de abordar la eficacia publicitaria en los estudios superiores de comunicación.

En la obra, los autores consideran tres pilares fundamentales para abordar el objeto de estudio, al ser absolutamente determinantes en la medición de la eficacia publicitaria: 1) la comunicación publicitaria; 2) el