

Nuevas tecnologías y procesos de lectura/escritura: panorama y aplicaciones¹

INÉS OLZA
GRADUN/ICS. Universidad de Navarra
iolzamor@unav.es

1. CANAL DIGITAL VS. COMUNICACIÓN DIGITAL

No es objetivo central de estas páginas subrayar, una vez más, lo que la experiencia cotidiana y otros estudios más especializados que este² vienen poniendo de manifiesto desde hace más una década: vivimos un momento —la llamada “era digital”— en el que casi todas las formas de acción e interacción humanas se han abierto a la posibilidad de ser mediadas e impulsadas por las nuevas tecnologías. Las progresivas tecnificación y digitalización han operado tanto en la vida diaria como en los ámbitos profesionales y las disciplinas científicas.

Dentro de estas últimas, las llamadas Humanidades Digitales han ido perfilándose como un lugar de encuentro entre especialistas de las ciencias humanas (Filología, Historia, Filosofía, etc.) y de la informática y las nuevas tecnologías; encuentro que fructifica en prácticas, proyectos, avances y actividades de naturaleza muy diversa. Así, en los foros específicos de esta nueva disciplina —revistas especializadas, congresos³— se advierte una cierta disparidad de enfoques, objetivos

¹ Trabajo inscrito en los Proyectos de Investigación “El discurso público: estrategias persuasivas y de interpretación”, desarrollado por el grupo GRADUN (Grupo Análisis del Discurso. Universidad de Navarra; <<http://www.unav.es/centro/analisisdeldiscurso>>) en el seno del ICS (Instituto Cultura y Sociedad) de la Universidad de Navarra; “Metodología del análisis del discurso: propuesta de una lingüística del texto integral”, subvencionado por el Ministerio de Ciencia e Innovación (ref. FFI2010-20416); y “Metadiscurso y lenguaje evaluativo: perspectivas teóricas y de análisis en el discurso periodístico”, subvencionado por el Ministerio de Economía y Competitividad (ref. FFI2012-3609).

² Se trata, como cabía esperar, de estudios, tan abundantes como dispares, que van desde las tempranas reflexiones de Bill Gates (1999) sobre el futuro digital de la economía hasta los más recientes compendios de Humanidades Digitales (Schreibman, Siemens y Unsworth, 2004), pasando por reflexiones sobre el medio cibernético inscritas en disciplinas humanas y sociales variadas: como simple botón de muestra, cf. Vives (2009) sobre la digitalización de patrimonio; Díaz Noci y Salaverría (2003) acerca de las formas emergentes de periodismo digital; o Martínez Sánchez y Prendes Espinosa (2004) sobre la reestructuración de las prácticas educativas propiciada por la generalización de las nuevas tecnologías.

³ En España, por ejemplo, se han organizado ya varios congresos internacionales explícitamente incardinados en las Humanidades Digitales (ver, entre otros, el HDH 2013 celebrado en A Coruña, <<http://hdh2013.humanidadesdigitales.org/>>; o el Congreso Internacional celebrado también en el año 2013 en la Universidad de Navarra, <<http://www.unav.edu/congreso/>>

y resultados de trabajo, que abarcan desde la digitalización masiva de contenidos originalmente producidos en el canal escrito tradicional hasta la implementación de herramientas informáticas que permiten innovar radicalmente en la metodología de las ciencias humanas.

En todos los casos, el común denominador de estos estudios es la atención al *canal digital* como herramienta y soporte para el trabajo con la materia prima básica de las Humanidades: los *textos*. Ahora bien, del mismo modo en que se acepta y subraya la omnipresencia del soporte digital en nuestras prácticas comunicativas y científicas, se observa, también, que existen reflexiones especializadas algo menos abundantes acerca del *impacto cognitivo y estructural* que este nuevo canal ha generado dentro de los hábitos y usos tradicionales de comunicación. Dicho de otro modo, parecen aún incipientes las vertientes de la Lingüística y el Análisis del Discurso dedicadas al examen sistemático de los parámetros que rigen esta nueva forma de comunicación, la digital, que, en muchos aspectos, parece apartarse del lenguaje transmitido por los canales orales y escritos tradicionales.

En las páginas que siguen, mi objetivo fundamental es el de ofrecer un recuento de diversos estudios que, dentro de la llamada *Lingüística de Internet*, también denominada por otros *Ciberpragmática* (cf. *infra* § 2), se han esforzado en caracterizar las nuevas formas de comunicación digital desde una perspectiva lingüística y filológica. La hipótesis central de la que parten estos trabajos —y que asumo yo también aquí— subraya que “lo digital” debe entenderse no tan solo como un mero soporte añadido para los mismos tipos de textos que existían antes de la “revolución tecnológica”, sino, más bien, y ante todo, como un medio, un canal que *condiciona y da forma* a nuevos tipos de textos y formas de comunicación. En este sentido, el impacto del canal digital puede rastrearse, como se verá, tanto en los procesos de *producción y escritura* (cf. § 2) como en los procesos de *recepción y lectura* (cf. § 3) de los discursos digitales, que, a su vez, se construyen y enjuician de acuerdo con nuevos parámetros de adecuación y eficacia comunicativas (cf. el concepto de *usabilidad* que se abordará en § 4).

2. NUEVOS PROCESOS DE ESCRITURA

2. 1. Ciberhabla y ciberpragmática

Las primeras referencias de impacto internacional en el estudio lingüístico-discursivo de la comunicación digital y de Internet se identifican con los trabajos de David Crystal⁴ (2001, 2011), pionero en el análisis de los géneros discursivos emergentes en lo que él ha dado en llamar *netspeak* (‘habla en la red’, ‘ciberhabla’). En efecto, la comunicación mediada por el soporte digital constituye, de acuerdo con Crystal (2001), una nueva forma de habla (más o menos) espontánea, definible de

[humanidades-digitales/>](http://www.humanidades-digitales.org/)). También se cuenta ahora con una Sociedad de Humanidades Digitales Hispánicas (HDH, <<http://www.humanidadesdigitales.org/>>), y se han consolidado, igualmente, revistas —como la que acoge este trabajo— cuyas líneas temáticas se abren expresamente a esta disciplina (cf., por ejemplo, el panorama que Rojas Castro (2012) ofreció recientemente en *Janus*).

⁴ Catedrático emérito de la Universidad de Reading (Reino Unido), y autor de innumerables trabajos especializados en Lingüística General y Lingüística Inglesa, David Crystal es actualmente uno de los mayores divulgadores sobre lengua(s) y lenguaje del mundo (más información en <<http://www.davidcrystal.com/>>).

acuerdo con los mismos parámetros que se han tomado como referencia para la caracterización de la comunicación *prototípicamente oral* y *prototípicamente escrita*⁵. Observemos, en esta línea, el esquema que sigue, en el que Crystal (2001: 47) acota los rasgos básicos de la *ciberhabla*:

| | Web | Blog | E-mail | Chat | Mundo virtual | SMS |
|--------------------------------|------------------------------|----------------------------------|--------------------------------|-----------------------------|-----------------------------|---|
| Limitado en el espacio | sí, con opciones adicionales | sí | sí, pero limitaciones obviadas | sí, pero con restricciones | sí, con restricciones | sí, pero navegación rápida en la pantalla |
| Constreñido | sí | variable | variable | no, aunque con adaptaciones | no, aunque con adaptaciones | no |
| Visualmente descontextualizado | sí, pero con adaptaciones | sí | sí | sí | sí, con adaptaciones | sí, excepto con el uso de cámaras |
| Estructura elaborada | sí | variable | variable | no | no | no |
| Comunicativo en la práctica | sí | sí | sí | variable | sí, pero con adaptaciones | variable |
| Permanente-mente revisable | sí | variable | variable | no | no | no |
| Gráficamente rico | sí, pero en modos distintos | no, pero con opciones crecientes | no | no | sí, pero en modos distintos | no |

Figura 1. Aplicación a la ciberhabla de los criterios definitorios de la escritura⁶.

No resulta extraño que, en la Figura 1, los parámetros empleados en la caracterización de la ciberhabla sean los que el propio Crystal (2001: cap. 2) define para la materialidad escrita. En este sentido, puede apreciarse globalmente que:

1) como forma emergente de comunicación, el *netspeak* comparte —según cabía esperar— algunos rasgos con la escritura tradicional, si bien en muchas ocasiones los articula *de modo novedoso*: véase, por ejemplo, cómo se articulan la riqueza gráfica y la contextualización visual (es decir, el contacto entre emisor y receptor) en los distintos géneros analizados en la Figura 1. En cambio, en otros niveles la distancia con el canal escrito es mucho más significativa: pensemos, entre otros aspectos, en la menor elaboración estructural de muchos textos digitales, lo que los acerca a la falta de planificación y desarrollo interno que caracteriza a la lengua prototípicamente oral; o en los hábitos de revisión (mucho más escasos) que se aplican sobre los géneros de la ciberhabla. En la línea de lo sugerido por la mayoría de los autores (cf., como botón de muestra, López Alonso y Séré, 2003), puede afirmarse, por tanto, que la materialidad digital da cabida a géneros discursivos

⁵ Véanse, entre otros, Ong (1982) y Oesterreicher (1996). Este último contempla definir lo oral y lo escrito —la oralidad y la escritura— como canales de comunicación (punto de vista *medial* sobre estos conceptos), y también —esto es lo que interesa aquí— como formas básicas de comunicación de diferente naturaleza (es decir, como tipos distintos de comunicación desde el punto de vista *concepcional*). Según lo reflejado en la Figura 1, esta distinción concepcional entre lo oral y lo escrito sirve como punto de partida a autores como Crystal (2001, 2011) para definir los parámetros de comunicación que operan en la *esfera de interacción digital*.

⁶ La traducción del original inglés es mía.

sivos *híbridos*, que se mueven en la tensión generada por los polos de la oralidad y la escrituralidad prototípicas;

2) por otra parte, lejos de constituirse como un soporte homogéneo de textos, el medio digital da cabida a géneros discursivos que poseen divergencias sustanciales entre sí: puede observarse, como ejemplo, la distancia existente entre la comunicación que se da en las páginas web (más cercana a la escritura tradicional) y, claro está, los géneros que se acercan en un grado mucho mayor al diálogo espontáneo propio del medio oral⁷ (los chats, sobre todo).

En consecuencia, además de configurarse como un entorno de comunicación de rasgos novedosos, la ciberhabla se presenta como una esfera difícilmente reducible a unos pocos rasgos transversales: estamos, más bien, ante un conjunto de nuevos géneros discursivos que siguen definiendo aún sus reglas internas de funcionamiento.

Con todo, en los últimos años se han realizado esfuerzos muy fructíferos por empezar a sistematizar los principios pragmático-discursivos que rigen el empleo del lenguaje en los medios digitales. En esta línea, pueden destacarse los trabajos que, dentro de la Lingüística de Internet (Crystal, 2011), han comenzado a definir los límites de una nueva subdisciplina —o, si se quiere, de una vertiente especial de la Pragmática lingüística—: la *Ciberpragmática* (Yus, 2010, 2011). Algunos de los objetivos y logros de esta subdisciplina —no pretendemos ser exhaustivos— se cifran, por una parte, en aplicar al análisis de la comunicación en Internet diversos métodos y teorías —sobre todo, la Teoría de la Relevancia (Sperber y Wilson, 1986) y las aproximaciones desde la Cortesía (Brown y Levinson, 1987)— que han probado su eficacia como modelos pragmáticos de estudio de la interacción comunicativa; y, por otro lado, en proponer y caracterizar otras categorías que operan de modo *transversal* en la construcción discursiva en la red: a este respecto, Yus (2011: cap. 2) aporta, por ejemplo, reflexiones de mucho interés sobre las formas de articulación del *yo* (como identidad personal) en el espacio comunicativo digital.

2.2. Nuevo canal, nuevos retos de descripción

Hasta ahora, la Lingüística de Internet se ha centrado, pues, esencialmente en definir el lugar de los discursos digitales en el *continuum* oralidad-escritura asumido tradicionalmente, y, una vez definido este espacio, en aplicar a su análisis diversos modelos empleados usualmente en el examen científico de textos de los mencionados canales oral y escrito. A mi entender, todavía deben seguir sumándose esfuerzos en el estudio de otras características que vertebran de modo peculiar el lenguaje digital, y que todavía constituyen un reto importante para su descripción; entre otras:

1) lo que propongo denominar "*hipergrafismo*" digital, como paso más allá del *grafocentrismo* habitual en las culturas letradas. En efecto, le *centralidad de la*

⁷ Para no extendernos demasiado, no incluimos aquí la tabla, paralela a la reflejada en la Figura 1, en la que Crystal (2001: 46) coteja estos mismos géneros del *netspeak* con los rasgos prototípicos del lenguaje oral.

escritura en la valoración intuitiva de las prácticas comunicativas⁸ se agudiza en el entorno digital, en el que de modo muy frecuente se busca trasponer en la escritura el lenguaje más prototípicamente oral —dicho en términos más ilustrativos, en la red, lo oral se transforma también en escrito—. De esta forma, el código escrito se “recicla”, se remotiva para desempeñar nuevas funciones⁹;

2) la *multimodalidad* o transmisión simultánea de contenidos verbales, visuales y sonoros (cf. Kress, 2010; y cf. también *infra* § 3), que, aunque no es exclusiva del medio digital, sí adquiere en él un papel preponderante y decisivo, toda vez que su flexibilidad permite al hablante/escritor experimentar con nuevas combinaciones semióticas de palabra, imagen y sonido;

3) o, por último, desde la perspectiva socio-semiótica, la proyección como *discurso público* que posee una buena parte de la comunicación mediada por las nuevas tecnologías. En este sentido, la generalización del empleo de herramientas digitales entre los hablantes-usuarios (cf. *infra* § 4) ha ido de la mano con una progresiva proyección y exposición pública del *yo* (cf. *supra* y Yus, 2011): nunca antes habíamos leído y escrito tanto como ahora; y, sobre todo, nunca antes habíamos podido moldear y proyectar nuestra imagen pública como podemos hacerlo en la actualidad. Vivimos, por tanto, en la era de los nuevos “hablantes públicos”, de los nuevos “oradores” en la arena social.

3. NUEVOS PROCESOS DE LECTURA

Se han expuesto hasta aquí los argumentos que permiten defender que un *nuevo soporte material del lenguaje* —con el consiguiente surgimiento de nuevos géneros discursivos— se ha consolidado en nuestros días. No en vano, parece razonable añadir un tercer componente a la clásica oposición entre el lenguaje prototípico del canal oral y el prototípico del canal escrito. Así, siguiendo a diversos autores (cf., entre otros, Crystal, 2001: 272), podemos llegar a hablar del trío lengua oral¹⁰-lengua escrita-lengua mediada por ordenador.

Este nuevo canal de comunicación —el canal digital— manifiesta sus peculiaridades en los procesos de *producción* del discurso (cf. todo lo expuesto en § 2 sobre las nuevas formas de escritura), y también, como se explicará ahora, en los de la *recepción* discursiva. Aunque el foco de muchos estudios sobre el lenguaje

⁸ En efecto, si bien la práctica central —cuantitativamente mayor— de nuestra comunicación cotidiana es la conversación espontánea, los hablantes atribuimos un papel cognitivo y social más destacado y, sobre todo, evaluativamente más positivo a la escritura. Por ejemplo, resulta habitual que lo escrito se relacione con lo verdadero, lo exacto, lo que permanece, lo que almacena conocimiento, frente a lo oral, que resulta —nuevamente desde esta perspectiva intuitiva o “ingenua”— imperfecto, inexacto, perecedero, poco denso en cuanto a contenido, etc. (cf. Ong, 1982; Olza y González Ruiz, 2008).

⁹ Básicamente, esta readaptación del código escrito obedece a la necesidad de reflejar visualmente diversos rasgos exclusivos del lenguaje oral. Piénsese, a este respecto, en la reinterpretación de diversos elementos ortotipográficos que se lleva a cabo en los géneros de comunicación digital que más se aproximan a la lengua hablada (mensajes instantáneos, correos electrónicos informales, chats, etc.): mayúsculas como índice de énfasis comunicativo; multiplicación de signos de interrogación y exclamación y empleo de emoticonos como reflejo de actitudes de enunciacón, etc. Para una caracterización más precisa de estos nuevos códigos gráficos, cf. Crystal (2008).

¹⁰ El lugar que ocupa aquí el lenguaje o canal *signado* es el mismo que el del canal oral, pues ambos son canales *primarios* de comunicación (la escritura y la comunicación mediada por tecnologías pueden venir o no después).

digital se ha puesto, fundamentalmente, en las nuevas rutinas de escritura, pueden describirse, también, importantes transformaciones en los hábitos tradicionales de lectura. De hecho, según se va a ver, los procesos de recepción de los discursos digitales no se limitan, en la mayor parte de ocasiones, al solo acto de *leer*, sino que abarcan también el *escuchar* y, sobre todo, el *mirar*.

3.1. Lectura hipertextual

En la definición de las nuevas formas de lectura preponderantes en el medio digital, existe consenso en señalar que la recepción *lineal* tradicional ha dado paso a la llamada *lectura hipertextual* (cf., entre otros, Bonilla, 2006; Lamarca Puente, 2006; Cruz Piñol, 2009; Cassany, 2012):

Una página-Web (*sic*) invita a dos lecturas: por un lado, la vista recorre los renglones, palabra por palabra, al igual que lo hace ante las líneas de un libro impreso; pero Internet también brinda la posibilidad de otra lectura, paralela a la lineal-secuencial, que se basa en enlaces entre textos. Es conveniente distinguir entre estos dos tipos de recepción de la lengua escrita, pues las denominadas “estrategias descodificadoras” que desarrollará el aprendiz de español ante un hipertexto diferirán a veces de las que intervienen en la recepción de un texto lineal (Cruz Piñol, 2009: 27).

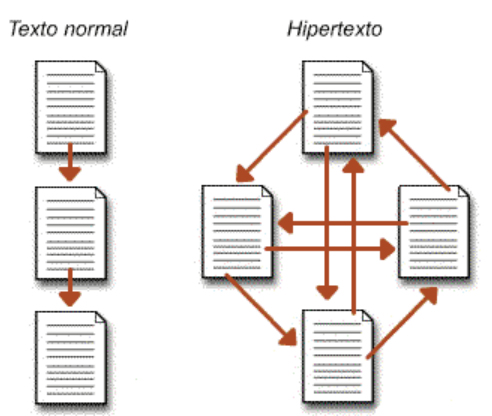


Figura 2. Lectura lineal frente a lectura hipertextual (gráfico de Lamarca Lapuente, 2006).

Las palabras arriba citadas (Cruz Piñol, 2009) y el esquema proporcionado en la Figura 2 ponen de manifiesto que la recepción discursiva en el medio digital debe entenderse como un mecanismo más amplio que añade a las formas habituales de lectura secuencial —que no se suprimen o dejan de lado— *trayectos adicionales* que relacionan diversos textos entre sí. En otras palabras, la estructuración hipertextual que predomina en el entorno digital combina textos y documentos que podemos procesar linealmente con *engranajes* —los *enlaces*— dentro de esos textos que, en muchas ocasiones, dejan en suspenso la lectura secuencial iniciada y “abren puertas” a la lectura (también secuencial) de otros textos que,

a su vez, también pueden estar enlazados entre sí. Asimismo, el camino que emprende el lector al cruzar hacia otros textos puede adoptar una trayectoria de retroceso en la que se llegue a completar la lectura íntegra de los documentos dejados en suspenso.

La lectura hipertextual ha sido definida en no pocas ocasiones como una lectura "imperfecta", superficial o de mero rastreo de información, lo cual desvirtúa su potencial para la construcción de un rico *puzzle* informativo, de un mosaico textual que el receptor va conformando durante su navegación. Este proceso de "lectura creativa" está guiado por la *visibilidad* y, sobre todo, la *relevancia* (cognitiva, informativa, emotiva, visual, etc.) de que logre dotarse a los elementos que componen el lenguaje hipertextual —básicamente, los enlaces, que pueden ser más o menos eficaces en su labor de atraer la atención del receptor, y lograr que este "dé el salto" a otro texto o documento—.

3.2. Procesamiento multimodal

Además de imprimir trayectorias distintas de lectura, el medio digital favorece, según se señaló anteriormente (cf. § 2.2), que los discursos se nutran de *modos* (verbales, visuales, sonoros) diversos de comunicación, esto es, que la *multimodalidad* prime en ellos (cf. Kress y van Leeuwen, 2006; Kress, 2010).



Figura 3. Multimodalidad: texto e imagen.



Figura 4. Multimodalidad: lo verbal y lo audiovisual.

Ejemplos cotidianos de páginas web como los incluidos en las Figuras 3 y 4 reflejan esta convivencia —crecientemente sofisticada— de subcanales de transmisión de contenido, que interactúan en varias direcciones. Por ejemplo, en esta convivencia, el texto “imita” en muchas ocasiones las propiedades visuales de la imagen no verbal (véase el juego de tipografías aplicado al sintagma *Green Learning* de la Figura 3); y resulta, también, regla habitual que las páginas principales de los sitios web —en la Figura 4, páginas web de información— incorporen una red compleja de contenidos verbales (titulares y textos breves), visuales (imágenes, animaciones, acceso a fotogalerías) y audiovisuales (vídeos, publicidad), todos ellos articulados por un denso engranaje de enlaces.

La multimodalidad de los medios digitales conlleva, asimismo, de acuerdo con lo sugerido anteriormente (cf. § 3), que el receptor sea, además de lector, *espectador* y *analista de imágenes*. Básicamente, el *leer* de los textos tradicionales se conmuta aquí por el *mirar* (textos, imágenes), de modo que, para garantizar, por ejemplo, la eficacia de un discurso (cf. también *infra* § 4), se hace necesario tener en cuenta cuáles son los procesos habituales de *barrido visual* que llevamos a cabo al enfrentarnos a un producto digital o, mejor dicho, a la pantalla en que aparece dicho producto. Al examen específico de esta operación de barrido se ha dedicado un buen número de estudios de *eye-tracking* (cf., entre otros, Duchowski, 2007) o seguimiento de los *movimientos oculares* —también llamados, en un sentido más amplio, *movimientos sacádicos*— que realizamos con el objetivo de procesar materiales visuales de diferente naturaleza.

Sin ánimo de abordar aquí cuestiones especializadas que exceden los objetivos de este trabajo, sí podemos mencionar que estas líneas de análisis poseen aplicaciones directas en la mejora de las estrategias de diseño y construcción de los discursos digitales.



Figura 5. Resultados en eye-tracking de página de Facebook.



Figura 6. Eye-tracking y Golden Triangle.



Figura 7. Duplicación de espacios de publicidad en Google.

Las Figuras 5 y 6 muestran, a través de la superposición de zonas sombreadas, los lugares de las páginas web que, en un barrido espontáneo, reciben un número mayor de fijaciones oculares. Dicho en otras palabras, el *eye-tracking* permite detectar qué lugares de la pantalla reclaman de modo natural nuestra atención. Y, en este sentido, no resulta de extrañar que nuestra mirada se intensifique en el *margen superior izquierdo* de la pantalla, que constituye el punto de intersección de las dos trayectorias principales de escritura-lectura: la que progresa de izquierda a derecha y la que avanza de arriba hacia abajo¹¹.

Es más, adaptándose a la observación de esta pauta de comportamiento, los estudios de diseño digital orientados al *marketing* denominan *Golden Triangle* ('triángulo de oro') a este espacio de intersección (cf. *supra* la Figura 6), pues, en principio, las informaciones y los estímulos que se colocan allí son los que se perciben o leen *primero y de modo más intenso*. Algunos cambios recientes en el diseño de la interfaz de Google responden, de hecho, a la importancia atribuida a este *Golden Triangle*: en la Figura 7 se aprecia que el espacio publicitario de este buscador se ha duplicado, ocupando la franja habitual (margen derecho, de arriba hacia abajo) y *también* el espacio específico de este triángulo.

4. APLICACIONES: ¿QUÉ ES LA USABILIDAD?

Las reflexiones incluidas en § 3 han ido apuntando hacia diversos rasgos que los discursos digitales deben presentar para garantizar su óptima recepción: por ejemplo, buen manejo de hipertextos, coordinación adecuada de los distintos modos de comunicación, aprovechamiento de lugares de especial visibilidad, etc. En realidad, estos apuntes corroboran lo expuesto también en § 2 acerca de las condiciones especiales de producción y recepción que el canal digital impone a la ciberhabla o lenguaje de Internet. Así, se aprecia, fundamentalmente, que las propiedades o juicios de aceptabilidad propios de los discursos escritos y orales tradicionales —por ejemplo, la corrección idiomática, la congruencia, la adecuación pragmática, etc.— se completan aquí con otros rasgos relacionados con la *estructuración* y el *manejo de los nuevos códigos* de la comunicación digital.

Esta matriz de rasgos ha recibido habitualmente el nombre de *usabilidad*, traducción —más o menos afortunada— del término inglés *usability* (cf. Shackel, 1991; Hornbæk, 2006; y los múltiples trabajos no académicos de Jakob Nielsen disponibles en <<http://www.nngroup.com/>>). La *usabilidad* puede definirse como la capacidad o facilidad ofrecida por un objeto —en este caso, un texto digital— para ser usado de modo sencillo y eficaz por el ser humano (Shackel, 1991). El salto que se produce al hablar de *usabilidad de un discurso digital* es a todas luces importante, pues implica algo más que recibirlo y procesarlo en su forma y contenido básicos¹²: se espera que el receptor (*inter*)actúe con el discurso, de ahí que el metalenguaje común relacionado con la usabilidad emplee términos como *usuario* —en lugar de lector o receptor— o *manejo y navegación* en la web. Esta

¹¹ Estas dos trayectorias se corresponden con los hábitos de escritura y lectura latina u occidental, sobre los que se ha realizado la mayor parte de los estudios de *eye-tracking*. Existen trabajos que se han aproximado a las diferencias de comportamiento observables a este respecto entre los lectores occidentales y los no occidentales (cf., entre otros, George, Anwar y Jeyasekhar, 2011).

¹² Con todo, no puede negarse que este concepto es un correlato en el medio digital de la *reader-friendliness* o legibilidad (cf., por ejemplo, De Jong y Lentz, 2007) que habitualmente se ha recomendado en la construcción de textos del canal escrito tradicional.

interacción del usuario no alude únicamente a las posibilidades que ofrece la web 2.0 de relacionarse —con mensajes, comentarios, votaciones, etc.— con quien ha emitido el texto, sino, de modo más fundamental, a las opciones y acciones que se espera que el receptor lleve a cabo al enfrentarse a cualquier discurso digital: rastreo y búsqueda de información; selección de contenidos para una lectura verbal atenta; acceso a contenidos audiovisuales; salto a otros discursos digitales a través de enlaces; etc.

A la luz de lo expuesto hasta ahora acerca de las peculiaridades de emisión y recepción de los discursos digitales, ¿qué reglas generales conviene seguir, entonces, para la divulgación de las Humanidades en el entorno de la ciberhabla o del ciberdiscurso¹³? ¿Cómo puede garantizarse la usabilidad de este tipo de discursos? Con vistas a ofrecer un balance que pueda cerrar este artículo, mi propuesta aquí —muy esquemática, desde luego— sería la de prestar atención a *tres principios globales* del manejo del lenguaje en la red, que formulo como recomendaciones.

1) *Asegúrese de que aquello que quiere resaltar comunicativamente sea accesible y ocupe el lugar correcto.* Este principio incide directamente en la *visibilidad* de los contenidos digitales, entendida esta propiedad en dos sentidos complementarios: el primero, el más habitual, como accesibilidad en los rastreos automáticos que pueden aplicarse a la materialidad digital; y el segundo, en la línea de lo explicado en § 3.2, como accesibilidad visual y cognitiva dentro del diseño multimodal que posee cada pantalla concreta.

2) *En el diseño arquitectónico de su discurso, calcule las características y el peso de las estructuras.* Se pone énfasis aquí en la combinación adecuada y significativa de texto e imagen, en la construcción de una interfaz ligera y en la búsqueda de proporción entre los distintos modos de transmisión de información. Un ejemplo muy claro de mala praxis en este nivel es la inclusión en los discursos digitales de mensajes verbales excesivamente extensos, que exceden en su tamaño los límites de la pantalla y requieren, por tanto, que el usuario tenga que desplazarse en exceso hacia abajo (la réplica crítica a este tipo de prácticas vendría dada por el principio “evite que el usuario tenga que recurrir al *scroll-down* más de lo conveniente”).

3) *Perfeccione su uso del lenguaje hipertextual.* De acuerdo con lo indicado en § 3.1, la ciberlectura adopta una estructura hipertextual que exige, en consonancia, que quien diseña este tipo de discursos haga explícitos —además, de manera constante y coherente— los vínculos que articulan estas redes de textos/páginas, y facilite, de este modo, el acceso por parte del receptor a la constelación de discursos que puede llegar a abrirsele en su aproximación a cada pieza de discurso digital¹⁴.

5. BIBLIOGRAFÍA

Bonilla, Sebastián, “Lingüística y nuevos medios digitales de comunicación”, en *Análisis del discurso: lengua, cultura, valores. Actas del I Congreso Internacio-*

¹³ Con intención algo más divulgativa, Jakob Nielsen (cf. *supra*) ofrece también diversos repertorios de “reglas” o consejos para construir páginas web “usables” (ver, por ejemplo, <<http://www.nngroup.com/articles/top-10-mistakes-web-design/>>).

¹⁴ En este nivel de usabilidad, recomiendo vivamente el MOOC “Redacción en Internet”, lanzado recientemente (2013) por Ramón Salaverría, y que aborda en detalle —entre otros aspectos— el manejo adecuado del lenguaje de vínculos (ver <<http://bit.ly/1gBeUHb>>).

- nal, Manuel Casado Velarde, Ramón González Ruiz y M^a Victoria Romero Gualda (eds.), Madrid, Arco/Libros, 2006, vol. I, pp. 93-100.
- Brown, Penelope y Levinson, Stephen C., *Politeness. Some Universals in Language Use*, Cambridge, Cambridge University Press, 1987.
- Cassany, Daniel, *En_línea. Leer y escribir en la red*, Barcelona, Ariel, 2012.
- Cruz Piñol, Mar Cruz, *Enseñar español en la era de Internet. La www y la enseñanza del español como lengua extranjera*, Barcelona, Octaedro, 2009.
- Crystal, David, *Language and the Internet*, New York, Cambridge University Press, 2001.
- Crystal, David, *Txtng: The Gr8 Db8*, Oxford/New York, Oxford University Press, 2008.
- Crystal, David, *Internet Linguistics*, London, Routledge, 2011.
- De Jong, Menno y Lentz, Leo, "Professional Writers and Empathy: Exploring the Barriers to Anticipating Reader Problems", en *Proceedings of the IEEE International Professional Communication Conference. IPCC 2007*, Seattle, IEEE Explore, 2007, <<http://ieeexplore.ieee.org/xpl/articleDetails.jsp?arnumber=4464058>>, [3/2/2014].
- Díaz Noci, Javier y Salaverría, Ramón (coords.), *Manual de redacción ciberperiodística*, Barcelona, Ariel, 2003.
- Duchowsky, Andrew, *Eye Tracking Methodology: Theory and Practice*, London, Springer, 2007.
- Gates, Bill, *Business at the Speed of Thought*, New York, Warner, 1999.
- George, Remya P., Anwar, Rasiya y Jeyasekhar, Sunitha, "Visual Reading Patterns on Arabic Interfaces: Insights from Eye Tracking", *Journal of Computing*, n^o 3/11 (2011), pp. 109-114.
- Hornbæk, Kasper, "Current Practice in Measuring Usability: Challenges to Usability Studies and Research", *International Journal of Human-Computer Studies*, vol. 64, n^o 2 (2006), pp. 79-102.
- Kress, Gunther, *Multimodality: A Social Semiotic Approach to Contemporary Communication*, London, Routledge, 2010.
- Kress, Gunther y Van Leeuwen, Theo, *Reading Images: The Grammar of Visual Design*, London, Routledge, 2006.
- Lamarca Puente, M^a Jesús, *Hipertexto. El nuevo concepto de documento en la cultura de la imagen*, Tesis Doctoral, Universidad Complutense de Madrid, 2006, <<http://www.hipertexto.info/>>, [10/1/2014].
- López Alonso, Covadonga y Séré, Arlette (eds.), *Nuevos géneros discursivos: los textos electrónicos*, Madrid, Biblioteca Nueva, 2003.
- Martínez Sánchez, Francisco y Prendes Espinosa, M^a Paz (coords.), *Nuevas tecnologías y educación*, Madrid, Pearson Educación, 2004.
- Olza, Inés y González Ruiz, Ramón, "Fraseología metafórica de contenido metalingüístico en español: aproximación a las unidades basadas en el plano gráfico", en *Lenguaje figurado y motivación*, María Álvarez de la Granja (ed.), Frankfurt am Main, Peter Lang, 2008, pp. 221-238.
- Ong, Walter J., *Orality and Literacy: The Technologizing of the Word*, London, Routledge, 1982.

- Oesterreicher, Wulf, "Lo hablado en lo escrito. Reflexiones metodológicas y aproximación a una tipología", en *El español hablado y la cultura oral en España e Hispanoamérica*, Thomas Kotschi, Wulf Oesterreicher y Klaus Zimmermann (eds.), Madrid/Frankfurt, Iberoamericana/Vervuert, 1996, pp. 317-339.
- Rojas Castro, Antonio, "Las Humanidades Digitales: principios, valores y prácticas", en *Janus*, nº 2 (2012), pp. 74-99.
- Schreibman, Susan, Siemens, Ray y Unsworth, John, *A Companion to Digital Humanities*, Malden, Blackwell, 2004.
- Shackel, Brian, "Usability—context, framework, definition, design and evaluation", en *Human Factors for Informatics Usability*, Brian Shackel y Simon Richardson (eds.), Cambridge, Cambridge University Press, 1991, pp. 21-38.
- Sperber, Dan y Wilson, Deirdre, *Relevance. Communication and Cognition*, Oxford, Blackwell Publishers, 1986.
- Vives, Josep, *La digitalización del patrimonio: archivos, bibliotecas y museos en la red*, Barcelona, UOC, 2009.
- Yus, Francisco, *Ciberpragmática 2.0: nuevos usos del lenguaje en Internet*, Barcelona, Ariel, 2010.
- Yus, Francisco, *Cyberpragmatics*, Amsterdam/Philadelphia, John Benjamins, 2011.



RESUMEN

En este artículo se presenta un panorama de los estudios que, en los últimos quince años, han examinado el impacto de las nuevas tecnologías en los procesos tradicionales de lectura y escritura. Se prestará atención particular a las implicaciones en la estructuración y el procesamiento de la información que se han subrayado en estas investigaciones recientes y, con base en ellas, se propondrán algunas líneas generales de cultivo de la escritura digital en el ámbito de las Humanidades.

Palabras clave: nuevas tecnologías, comunicación digital, lectura, escritura, Lingüística, Humanidades Digitales.

ABSTRACT

This article presents an account of recent research conducted on the impact of new technologies in the traditional process of reading and writing. I pay especial attention to the repercussions in discourse structure and processing highlighted by this body of research. On this basis I finally propose some general guidelines for the improvement of digital writing within the Humanities fields.

Keywords: New Technologies, Digital Communication, Reading, Writing, Linguistics, Digital Humanities.

INÉS OLZA

Inés Olza es doctora en Filología Hispánica por la Universidad de Navarra (2009), donde trabaja actualmente como Investigadora Contratada del Instituto Cultura y Sociedad (ICS). Es coordinadora del Proyecto "Discurso público" del mencionado instituto y miembro del Grupo de Investigación de Análisis del Discurso de la Universidad de Navarra (GRADUN) y del Red Hen Lab for Multimodal Communication. Asimismo, imparte docencia de Comunicación y Análisis del Discurso como Profesora Asociada en la Universidad de Navarra (nivel de grado y máster), y docencia de Lingüística General como Profesora Tutora en la Universidad Nacional de Educación a Distancia (UNED-Pamplona). Ha sido investigadora visitante en las universidades de Santiago de Compostela, Amberes (Bélgica), Bergen (Noruega) y Birmingham (Reino Unido). En fechas próximas se trasladará a Luxemburgo como Visiting Scholar del Programme de Gouvernance Européenne y la Chaire UNESCO en Droits de l'Homme de la Universidad de Luxemburgo.

La investigación de Inés Olza se ha centrado, principalmente, en tres vertientes. Por una parte, se ha dedicado al análisis semántico-pragmático de la fraseología (del español y de otras lenguas), terreno sobre el que ha publicado y coordinado múltiples artículos y volúmenes. Su segunda vertiente de trabajo la han ocupado los usos figurados del lenguaje, tratados desde la Lingüística Cognitiva y la teoría del embodiment. Por último, su investigación en el grupo GRADUN se ha enfocado más específicamente en el empleo de la fraseología y el lenguaje figurado en los discursos públicos. Dentro de esta línea, sus trabajos se han sumado recientemente a las corrientes de Análisis Multimodal de los Discursos, con una atención especial a la articulación de gesto y palabra.