

EL LENGUAJE PERIODÍSTICO CULTURAL: NUEVAS PLATAFORMAS, NUEVOS PARADIGMAS

Cultural journalistic language: new media, new paradigms

EVA ÁLVAREZ RAMOS
(Centro Internacional de Lexicografía,
Universidad de Valladolid, España)

RESUMEN

Los cambios producidos en el periodismo por el nacimiento y el rápido desarrollo de los medios digitales y el protagonismo adquirido por los lectores, han llevado a modificar los parámetros tradicionales de la redacción periodística. En este artículo analizamos cuáles son esas mudanzas, qué causas las han provocado y cómo se han adaptado los medios culturales a su existencia digital.

Palabras clave: lenguaje periodístico – redacción periodística – cibermedios – escritura digital – medios culturales.

ABSTRACT

Changes produced in journalism because of the birth and fast development of digital media and the main role acquired by the readers, has led to modify the traditional parameters of journalistic writing. In this paper we will analyze what are these moves, what have produced them and how the cultural media has adapted to his digital existence.

Keywords: journalese – journalistic writing – cybermedia – digital writing – cultural media.

1. Introducción

Existen varios mimbres para denominar, en la actualidad, a la actividad informativa que tiene como soporte la web: periodismo electrónico, periodismo digital, ciberperiodismo, periodismo *online*, periodismo en internet... Desde que la revista valenciana *El Temps* pusiese en marcha una edición para Internet en 1994 (fue la primera publicación española en hacerlo), hasta ahora, la evolución de los medios digitales ha sido vertiginosa; muchos y rápidos cambios, si tenemos en cuenta que se acaban de cumplir 20 primaveras. La vorágine informativa les ha llevado a transformar el volcado de la información de las ediciones en papel, que se hacía en los albores de su nacimiento digital (muchas veces se hacía un simple pdf de la edición impresa), a un estadio en el que se crean contenidos específicos para la web, hasta llegar al extremo de la creación de géneros propios y exclusivos para este sistema digital. Del mismo modo y como consecuencia de todo lo anterior, el lector ha pasado a ser uno de los platos fuertes en este hecho comunicativo. Se apuesta fuerte por el uso de los recursos multimedia y por la interactividad y la participación activa de los receptores que, además de poder opinar, pueden convertirse, y de hecho así lo hacen, en gestores de contenido. Nace así el concepto de “prosumidor” para hacer referencia a este nuevo y activo lector, que consume pero también produce información.

La palabra prosumidor –en inglés, *prosumer*– es un acrónimo que procede de la fusión de dos palabras: “*producer*” (productor) y “*consumer*” (consumidor). El concepto fue anticipado por Marshall McLuhan y Barrington Nevitt, quienes en el libro *Take Today* (1972), afirmación que la tecnología electrónica permitiría al consumidor asumir simultáneamente los roles de productor y consumidor de contenidos¹.

Aunque el concepto de web 2.0 se remonta al año 2004, la prensa española no se hace eco de él hasta el año 2005, momento en el que, tras la asimilación de los cambios producidos en los medios de comunicación, las publicaciones impresas comienzan a separarse de las ediciones digitales y surgen y se asientan géneros propios como la entrevista de los lectores o las crónicas de urgencia, así como las retransmisiones digitales en directo. Los periódicos crean secciones destinadas únicas y exclusivamente a

¹ ISLAS, O., “La sociedad de la ubicuidad, los prosumidores y un modelo de comunicación para comprender la complejidad de las comunicaciones digitales”, en *Razón y palabra*, 65 (2008), s.p., disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/N/n65/varia/oislas.html>

los lectores: “Yo periodista” de *El País*²; los “Lectores corresponsales” de *La Vanguardia*³; o toda la serie de blogs creados por el grupo *Vocento*: blogs.diariovasco.com; blogs.elcorreo.com; blogs.larioja.com ... Según Guillermo López, la prensa española de este momento se caracteriza por:

La aparición de medios sociales que comienzan a hacerle la competencia a la prensa tradicional en diversos aspectos, particularmente en lo que concierne al periodismo de opinión, la homogeneización de las paginas web de los diarios en torno a modelos de diseño genéricos determinados por los principales grupos de prensa (como ocurre con los medios del Grupo *Vocento* o del Grupo *Prensa Ibérica*, por ejemplo), las amplias posibilidades de personalización de la información que otorgan los servicios de sindicación de contenidos mediante XML (a los que casi toda la prensa acaba asociándose) y, por último, la renuncia a conseguir ingresos mediante la suscripción de los lectores, que se ve sustituida por una estrategia más realista (y más a largo plazo) de apertura sistemática de los contenidos, al objeto de no perder totalmente en Internet la posición central que, en términos de audiencia, influencia y credibilidad, ostentas estos medios en los sectores tradicionales (prensa, radio y TV)⁴.

2. Características de los textos digitales

El periodismo *online* combina algunas características propias de los tres soportes tradicionales (radio, prensa y televisión) con otras exclusivas de este nuevo medio. Autores como Casasús⁵, Salaverría⁶ y Díaz Noci⁷ se han preocupado por definir las características del periodismo digital:

1. Hipertextualidad necesaria para contextualizar o ampliar la información y que contribuye a que la lectura digital sea al gusto, es decir, el lector decidirá los caminos de su lectura, no habrá nunca dos lectores que lean siguiendo el mismo camino. Cada

² <http://www.elpais.com/yoperiodista/>

³ <http://www.lavanguardia.com/participacion/lectores-corresponsales/index.html#>

⁴ LÓPEZ GARCÍA, G., *Los cibermedios valencianos: cartografía, características y contenidos*, Valencia, Servei de Publicacions de la Universitat de València, 2008, p. 13. Disponible en <http://www.cibermediosvalencianos.es/cibermedios.pdf>

⁵ CASASÚS GURI, J. M., “Nuevos conceptos teóricos para la investigación en periodismo digital”, en *Las tecnologías periodísticas desde el ayer al mañana*, Sevilla, Sociedad Española de Periodística, 2005, pp. 168-182.

⁶ SALAVERRÍA, R., *Cibermedios. El impacto de Internet en los medios de comunicación en España*, Sevilla, Comunicación Social, 2005.

⁷ DÍAZ NOCI, J., “Definición teórica de las características del ciberperiodismo: elementos de la comunicación digital”, en *Doxa Comunicación: revista interdisciplinar de estudios de comunicación y ciencias sociales*, 6 (2008), pp. 53-91.

lector decidirá la profundidad que le quiere dar a cada información, puesto que la hipertextualidad posibilita estructurar la información⁸.

2. Entorno multimedia que permite la convivencia de formatos: texto, imagen, audio, vídeo, gráficos... y accesibles todos, desde una misma página.
3. Inmediatez que difunde al instante nuestros escritos. Para Guillermo López García: “el desfase temporal en la emisión de contenidos que requiere la prensa y, en ocasiones, la televisión (no así la radio) queda reducido al mínimo en los medios digitales. Los contenidos enviados a internet quedan publicados en el soporte digital de inmediato”⁹.
4. Interactividad con la que el lector deja de ser un mero sujeto pasivo y puede convertirse en un gestor de contenidos, el usuario digital no pasa desapercibido, se implica.
5. Y finalmente la vigencia que concede a las noticias de los cibermedios una prolongada vida que supera a las de sus hermanas en papel, de vida corta y efímera. Toda noticia que es sustituida por otra más reciente no se deshecha, pasa a formar parte del repositorio digital que configura el contexto del nuevo suceso.

Todas estas características están al servicio de los usuarios: redactores, blogueros, escritores, críticos..., pero su uso ha de estar supeditado a ciertos criterios de usabilidad, que no es más que la facilidad de uso de una página y por extensión la facilidad de lectura de la misma, así como su sencillez, escaneabilidad y poder de atracción. El orden, la jerarquía y el aspecto de los elementos afectan también al ámbito textual. Hay que cuestionarse, entonces, sobre a qué criterios responde el nuevo estilo de escritura en Internet.

Las modificaciones derivadas del cambio de formato afectan en un primer estadio a la lectura en pantalla. Dicha lectura no se produce de manera lineal, como sí se hace con la lectura en papel. En la red, saltamos de párrafo en párrafo tras la búsqueda de algo que nos interese.

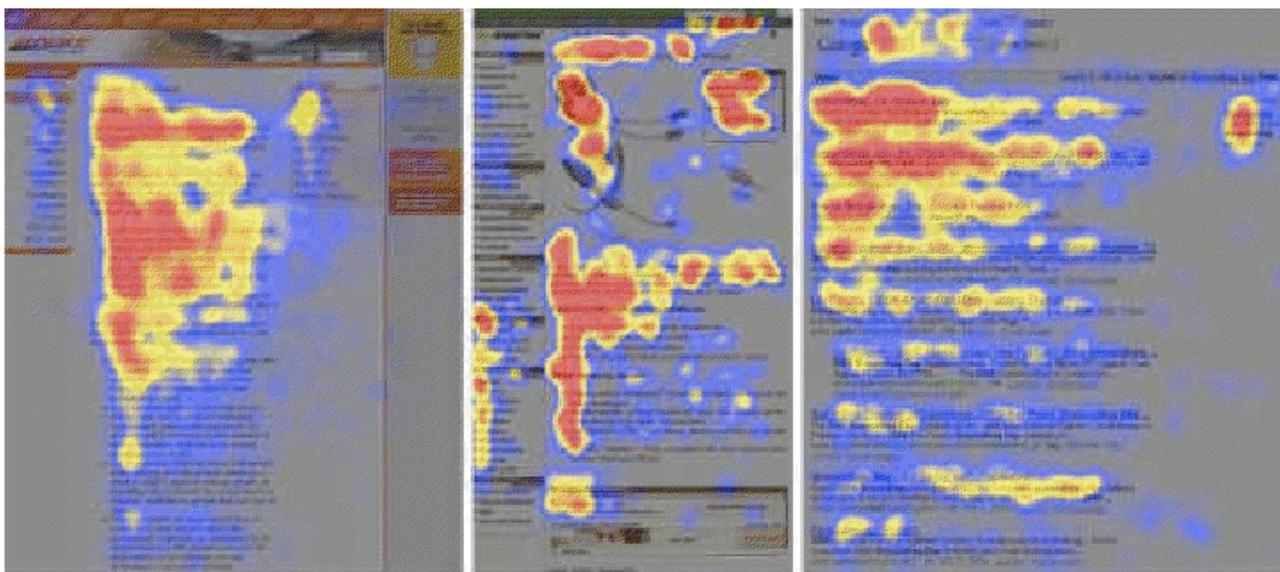
A diferencia de lo que acostumbra a ocurrir en las publicaciones impresas, los cibermedios no están diseñados primordialmente para una lectura consecutiva y lineal de sus contenidos, sino para su consulta libre y no lineal. Así pues, frente a un modelo que privilegia la lectura, cuyo paradigma podría ser el libro, en los cibermedios triunfa un

⁸ Cfr. PARRA VALCARCE, D. y ÁLVAREZ MARCOS, J., *Ciberperiodismo*, Madrid, Síntesis, 2004, pp. 105.

⁹ LÓPEZ GARCÍA, G., *Modelos de comunicación en internet*, Valencia, Tirant lo Blanch, 2005, p. 41.

modelo que invita a la navegación, donde el cibernauta elige su propio itinerario hipertextual¹⁰.

Los estudios de *eyetracking* realizados en occidente, demuestran, tal y como se puede apreciar en la imagen, que la lectura digital mantiene un patrón en forma de letra F. Se recomienda, entonces, colocar el contenido más importante en esas zonas, para que el lector vea rápidamente qué es y compruebe si le interesa.



Patrón de lectura en F¹¹

María Benito Llauradó de manera certera afirma que somos vagos, “no leemos porque sabemos que leyendo una parte ya nos imaginamos el texto completo, con una frase del párrafo ya sabemos de que va, y así seguimos navegando a toda velocidad hasta que encontramos algo que nos llega al corazón”¹²; y Enrique Arroyas lo desglosa así: “La mirada se concentra en títulos y párrafos. Si las primeras palabras no enganchan se pasa de largo. Se mira solo el primer par de palabras. Un titular tiene menos de un

¹⁰ SALAVERRÍA, R. y SANCHO, F., “Del papel a la Web. Evolución y claves del diseño periodístico en internet”, en LARRONDO, A. y SERRANO, A. (eds.). *Diseño periodístico en internet*, Leioa, Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco, 208.

¹¹ Imagen tomada de BENITO LLAURADÓ, M., “Adapta un texto al formato web I/II”, en Fundeu, *Estilo. Manual para nuevos medios*, edición digital. Disponible en: <http://www.fundeu.es/escribireninternet/adapta-un-texto-al-formato-web/>

¹² BENITO LLAURADÓ, M., “Características generales”, en TASCÓN, M., (Dir.), *Escribir en internet, Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, Barcelona, Círculo de Lectores, 2012, p. 66.

segundo de la atención del usuario. Se mira solo un tercio del párrafo que sigue a los titulares en las páginas de inicio”¹³.

3. Escribir textos para la web:

Si los parámetros de lectura se han visto modificados por el uso de nuevas plataformas de comunicación, la gestión de textos debe asumirse también, bajo ciertos cambios. Glosamos, a continuación, aquellos principios que han de ser tenidos en cuenta por cualquier redactor digital, (siempre que quiera ser leído):

- * Pon el contenido más importante al principio.
- * Rompe la uniformidad. Estructura el contenido mediante jerarquías de encabezados y párrafos que ayuden a romper la monotonía y la linealidad del texto en pantalla. Crea focos de atención que animen al usuario a seguir leyendo.
- * Usa negrita para resaltar términos o conceptos claves.
- * Evita las mayúsculas, son difíciles de leer.
- * Aprovecha las facilidades que te proporciona el entorno digital: enriquece la página con recursos multimedia que apoyen y contextualicen tu trabajo. Un audio, un esquema, un vídeo amplían tu información y contribuyen a distribuirla más fácil y distendidamente.
- * Usa los hiperenlaces que dan amplitud a tu mensaje lo concretan y matizan, sirven así mismo para aportar otras opiniones, dejan la puerta abierta a la dialéctica y ofrecen información relacionada. Lo enriquecen. El hiperenlace rompe la linealidad, ofrece al lector niveles de profundidad. Nos hace ganar espacio lineal al aportarnos profundidad. Los enlaces son vitales para los motores de búsqueda.
- * Facilita la lectura: no apabulles al lector con frases y párrafos largos. Economiza la verborrea de tu elocuencia. Guillermo Franco reconoce que “las frases largas obligan al usuario a establecer relaciones complejas entre las ideas y son difíciles de leer y entender”¹⁴. Los análisis relativos a la lecturabilidad recomiendan el uso de oraciones cortas que no superen las 20 / 30 palabras. No es necesario que todas tengan la misma longitud. Todo lo contrario. Variar el tamaño da viveza al texto y lo hace más atractivo a los ojos del lector.

¹³ ARROYAS, E., *Cómo escribir en internet*. Disponible en: <http://es.slideshare.net/earroyas/escribir-en-la-web-presentation?related=1>

¹⁴ FRANCO, G., *Cómo escribir para la web*, Texas, Knight Center for Journalism in the Americas, 2008, p. 104.

- * Usa frases largas solo donde sea necesario. La frase larga puede evitarse: huye del queísmo, evita los paréntesis, elimina las explicaciones, no caigas en la enfermedad de la comitis.
- * Cuídate de los errores de concordancia, la frase larga es un terreno minado en las relaciones de sujeto y predicado. Minimiza la puntuación. Recorta las oraciones. Divídelas. Utiliza el punto.
- * Esquiva los párrafos largos, pesados, eternos, monótonos, aburridos. Todo es susceptible de ser dicho con menos palabras. Los hiperenlaces permiten que no se pierda contenido. Todo está ahí, ubicado en capas más profundas.
- * Estructura el contenido. Dale un inicio, un desarrollo y un fin.
- * Que Dios te guarde de escribir un mal título. Un buen título atrae lectores. Un título oportuno nos sitúa en las primeras entradas de los buscadores.
- * No seas pedante, ni enciclopédico. Escribe textos de lectura fácil.
- * No repitas, no seas redundante, no escribas frases de relleno, huecas y vacías de significado.

4. Prensa digital cultural

Las revistas digitales de contenido cultural han sufrido la misma evolución que los diarios. Muchas de ellas han mantenido el formato tradicional y continúan con el volcado completo de la edición en papel. No hay, pues, una adecuación a los entornos digitales. El trabajo de transformación recae simplemente en la subida de un archivo en formato pdf, o la utilización de algún visor que permite pasar las páginas para imitar así el formato de una publicación impresa tradicional. Así sucede, por ejemplo, con la revista *Bienes Culturales*¹⁵, no aprovecha, en absoluto, los recursos que ofrecen los cibermedios.

Otras, empero, dan buena cuenta de las nuevas plataformas y cumplen con los principios de usabilidad, convirtiendo los espacios en accesibles y atractivos. Hacen uso de los recursos multimedia, y rompen la linealidad textual mediante el empleo de imágenes y vídeos.

todos coincidimos en indicar que una de las características estrella de la web es su naturaleza multimedia. Sin embargo, parece que a la hora de crear un contenido aún no se tiene interiorizada del todo esa nueva gramática multimedia. Un vídeo, una infografía, una presentación, unas fotos, ilustraciones o cortes de audio a veces no son solo el perfecto

¹⁵ <http://www.mcu.es/patrimonio/MC/BienesCulturales/index.html>

compañero de un texto, sino que son, lisa y llanamente, la mejor manera de contar una información o de hacer llegar un contenido¹⁶.

En el panorama cultural digital cabe destacar el trabajo desarrollado por *Avión de papel*¹⁷, *Subverso*¹⁸ y *Revista de Libros*¹⁹.



Subverso



Avión de papel



Revista de Libros

El formato, de las publicaciones anteriores, está perfectamente jerarquizado; mediante la explotación de archivos multimedia, el uso de negritas y encabezados, parcelan el espacio de pantalla. Dicha parcelación permite encontrar en un rápido vistazo lo que el lector está buscando o elegir aquello que le resulte más atractivo. A través de la inserción de encabezados, en tamaños de letra superior al cuerpo del texto (tal y como sucede en la prensa escrita), se subordina y organiza la información, “una página sin ningún elemento destacado es como una gran mancha gris en la pantalla, estructurando el contenido mediante encabezados y párrafos ayudamos a romper esa «mancha visual» y a crear focos de atención que ayudan al usuario a seguir leyendo”²⁰. Para huir de esa gran mancha gris, se emplea la negrita que “crea focos de atención que ayudan al lector a localizar las palabras clave de la página”²¹.

Lo que no acaban de compartir estas páginas son los preceptos básicos de todo redactor digital que pueden resumirse en una sola palabra: “brevedad”. Todas las recomendaciones sobre la ciberredacción: uso de oraciones cortas, párrafos cortos (a ser

¹⁶ GONZÁLEZ FERRÁN, J., “La gramática multimedia”, en TASCÓN, Mario, (Dir.), *Escribir en internet, Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, op. cit., pp. 325-326.

¹⁷ <http://www.aviondepapel.tv>

¹⁸ <http://www.subverso.es>

¹⁹ <http://www.revistadelibros.com/index.php>

²⁰ PÉREZ VICENTE, A., “Usabilidad. Qué debo tener en cuenta al escribir para web”, en TASCÓN, M., (Dir.), *Escribir en internet, Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, op. cit., p. 72.

²¹ IBÍDEM, p. 73.

posible destinados al tratamiento de una sola idea y de unas cinco o seis líneas), textos breves (unos cinco párrafos máximo) parecen difuminarse bajo las teclas de los redactores.

Todo texto periodístico y, por extensión, los relativos al ámbito cultural, han de gestarse a golpe de frase corta, eludiendo las larguísimas oraciones compuestas subordinadas y relativas. Lo que importa es hacer fácil la lectura: “las frases largas obligan al usuario a establecer relaciones complejas entre las ideas y son difíciles de leer y entender”²².

Una gran redacción de frase corta la encontramos en “Sobre antihéroes y tumbas, o por qué Bolaño es grande” del escritor Andrés Ibáñez:

La enfermedad. La literatura española tiene una enfermedad. Se llama barroco. Pero esa enfermedad tiene cura. Se llama Roberto Bolaño.

El primer encuentro. Recuerdo bien mi primer enfrentamiento con la literatura de Bolaño. Se trataba de *La literatura nazi en América*. El libro me interesó mucho, pero no me apasionó. Era una serie de biografías falsas de autores latinoamericanos nazis, seminazis, algo nazis o de meras tendencias nazis, escrita con una imaginación enorme y exuberante pero, me pareció a mí entonces, con un lenguaje demasiado austero y poco «literario». Casi parecían entradas de una enciclopedia. Veinte años han pasado, y el misterio del estilo de Bolaño, quizá la principal razón de que escriba este artículo, sigue fascinándome.

El estilo de Bolaño. Busca, por todos los medios y con todas sus fuerzas, evitar el ornato, la vaguedad, lo difuso. Evitar el adorno, el ripio, el relleno. No hablemos ya del tópico o del lugar común. Cuando Calderón comparaba el agua con cristales, la metáfora ya era un cliché rancio. Cuatrocientos años han pasado y nuestros novelistas siguen empeñados en comparar el agua con cristales. No es que en Bolaño no haya metáforas, no es que no haya poesía: las hay, y a veces de agonizante intensidad, pero es una poesía moderna, no decorativa, no predecible. Tensa como un cable²³.

En contraposición a esta redacción paradigmática, el lector digital ha de enfrentarse a textos, en los que las oraciones superan la medida recomendada; en las

²² FRANCO, G., *Cómo escribir para la web*, op. cit., p. 104.

²³ IBÁÑEZ, A., “Sobre antihéroes y tumbas, o por qué Bolaño es grande”, en *Revista de Libros*, 8 de enero de 2014. Disponible en: <http://www.revistadelibros.com/ventanas/sobre-antiheroes-y-tumbaso-por-que-bolano-es-grande>

que los párrafos se convierten en un fárrago de oraciones que desconciertan al lector digital:

En la obra de Haruki Murakami hay una persistente alternancia entre novelas largas y ambiciosas y otras más cortas y de vocación menor. Después de *El fin del mundo y un despiadado país de las maravillas*, de 1985, una asombrosa odisea posmoderna que mezclaba ciencia ficción, género negro y literatura fantástica, apareció la realista y sentimental *Tokio Blues (Norwegian Wood)*, que convirtió a su autor en una superestrella de las letras niponas, a pesar de ser uno de sus trabajos menos recomendables; después de la demasiado larga y desorientada *Baila, baila, baila* (1988), la breve y tersa obra maestra *Al sur de la frontera, al oeste del Sol*; después de la majestuosa e imprescindible *Crónica del pájaro que da cuerda al mundo* (1995), la deliciosa *Sputnik, mi amor*; después de *Kafka en la orilla* (2002) –probablemente su mejor obra, junto con *Crónica del pájaro que da cuerda al mundo*–, la intrascendente *After Dark*. Ahora se publica en español, con enorme celeridad tras su aparición en Japón, *Los años de peregrinación del chico sin color*, que sucede a la monumental novela en dos volúmenes *1Q84*, la cual, ¡ay!, terminaba por resultar fallida, a pesar de que la primera parte contenía algunos de los momentos, ideas y atmósferas más fascinantes de toda la obra de Murakami²⁴.

En la reseña anterior sobre *Los años de peregrinación del chico sin color* de Haruki Murakami, Ismael Belda construye una oración empleando alrededor de 130 palabras. Daniel Samper Pizano considera que la frase larga es “enemiga de la buena lectura”; que “resulta difícil seguir una frase de más de 30” y por ende, que “resulta casi imposible mantener la claridad de una frase cuando excede de las 55 palabras”²⁵. Los problemas gramaticales derivados del uso de frases largas se suman a la dificultad de comprensión del lector. Cuando se opta por el uso de construcciones muy cargadas sintácticamente, el redactor se convierte en un acróbata funámbulo deambulando por el delgado cable de la rectitud gramatical y en cualquier momento puede caer en el error: dificultades de concordancia, uso abusivo del ‘que’, anacolutos y excesivo empleo de las comas (no siempre utilizadas de manera certera).

²⁴ BELDA, I., “Nostalgia de un país perdido”, en *Revista de Libros*, 5 de enero de 2014. Disponible en: <http://www.revistadelibros.com/resenas/nostalgia-de-un-pais-perdido>

²⁵ Todas las citas pertenecen a un memorando interno a la redacción de *El Tiempo*, escrito por el periodista Daniel Samper Pizano, “La frase corta alarga la vida laboral del redactor”. Tomado de FRANCO, G., *Cómo escribir para la web*, op. cit., 105.

El tamaño también afecta a los párrafos. La lectura se agiliza si nos enfrentamos a párrafos de 5/6 líneas. De entrada, a primer golpe de vista, el lector reconoce como más apetecible un texto de pocos párrafos y pocas líneas. Es duro enfrenarse a un terreno minado de letras y oraciones, sin espacio entre ellas, que se adueña de la pantalla y elimina cualquier viso de darte un respiro. El lector parece estar sentado ante las puertas danteanas del infierno escuchando: *Lasciate ogni speranza, voi ch'entrate*²⁶.

Marcus Versus Salem

por JESÚS ZALAMA el 11 nov 20, 2014 - 18:22

No hay comentarios

Una vez más, los amantes de la poesía disfrutaron en el bar 'Desierto Rojo'

Volvía Carlos Salem a Valladolid el pasado viernes y lo hacía acompañado. En principio, solo de su editor, amigo y compañero poeta **Marcus Versus**, pero siempre en estas situaciones se presentan sorpresas. La de la noche del pasado viernes fue **Sara Gallardo**, quien también recompensó a los asistentes con sus versos.

El hieló fue roto por Marcus Versus, quien desde un principio estuvo especialmente efusivo para con Carlos Salem en lo que a **cómplices ataques** se refiere. Fuera del recital poético, esa fue la tónica dominante de la velada. El poeta madrileño hizo una lectura sentida y apasionada de varios de sus mejores poemas.

Él, como editor del propio Carlos Salem y fundador de la editorial **Ya lo dijo Casimiro Parker**, dio paso al gran artista de la noche. El periodista argentino accedió para presentar la reedición de su primer libro de poemas **Si Dios me pide un bloody mary**. Desde la reciente reformulación de la editorial, este es el primer poemario de Salem que sale a la luz, ya que lo bueno siempre puede ser nuevo otra vez.



Desde sus poemas más conocidos a otros que no son del gusto de la mayoría pero que igualmente agradaron al público, Carlos Salem estuvo entregado a su público tanto en la recitación como en las peticiones del mismo. Entre gracias y ataques a su editor, el argentino regó la noche de algunos **versos de genial elocuencia, sonoros y con mucha verdad**. Entre otros de **cargada sensualidad y sexualidad**, se coló aquel que da nombre al libro. En él, en forma de verso, se cuenta un sueño en el que Dios visitaba el bar en el que el propio Salem trabajaba.

Sara Gallardo se coló en medio del aquello virgine poética para regalar a los asistentes algunos de sus poemas. Con un **estilo menos carnal y más figurado** que el de sus antecesores sobre la tarima, la berlinesa arrancó de igual manera los aplausos de un público que debió guardar un silencio más profundo en algunos momentos del recital.

Como colofón, los agradecimientos de todos los participantes, los poemas de Salem a peticiones expresas y la posterior firma de ejemplares. De nuevo, el **'Desierto Rojo'** fue un vergel de poesía, una isla de versos en Valladolid que se rodeó de buenos corsarios.



Es en este espacio íntimo donde suceden los deseos de abrazar: "Humeando en el territorio donde caen las manos cansadas./ y también las ociosas./ por el difícil callejón/ que es besarse siempre sin contentos" (7), por retener "en la investidura perdida de tu boca" (27); de besar: "Pero aún no has besado/ esta sombra que soy/ más allá de tus labios" (15); de recordar: "Si ella estuviera aquí/ desatada en la altura./ si estuviera a mi lado/ construyendo minutos con mis manos/ solo con un rizo de su sombra/ cayendo numerosos sobre mi nombre" (21). La presencia tanto onírica como física de la amada se representa en varios poemas por la sinédoque del "cabello": metonimia del cuerpo erótico-erotizado y símbolo de la intimidad, pero también del paso del tiempo, la pérdida de ese ser y su añoranza: "Tu cabellera aparece y desaparece/ como un lento río" (29).

En el plano del erotismo, son notorias la intensidad lúdica, por ejemplo, en "El bromeador": "A media luna/ se abre mi corazón de torero./ y no puedo evitar la faena/ que tú me das en cada noche [...]. Detrás de mi oreja tu beso/ a la mitad del fuego/ y en mi espalda el mito del frío/ tu saliva/ estocada ante mi vida" (33-4); la exaltación del cuerpo femenino en "Genio del laberinto": "Me entregas tus caderas tan solas./ que se van yendo como el aire/ acariciado de una mujer" (23); y la invitación a la complicidad en medio de la ciudad y la noche: "No./ no nos miremos aquí/ en esta estación/ tan escondida del olvido/ Démosle a nuestra piel/ el viaje de los tactos" (35); esa invitación que, "Cuando me acaricias/ me vuelvo del tamaño de tus manos./ me vuelvo cómplice de tu tiempo" (37), solo puede terminar en una "Devoración nocturna". La vivencia íntima de la regeneración del ser, el tiempo y cosmos a través del erotismo es así, que llega a evocar el simbolismo cíclico de la tumba vegetal: esa muerte que en el ser amado-amante se transmuta en vida: "Sé que algún día/ la naturaleza arderá/ con su recia llama verde/ ya sola entre tu boca" (11). El amor como fuerza cósmica y sincronía de los seres con lo trascendental da espacio también a revelaciones cotidianas, puesto que lo misterioso se devela en lo circunstancial que puede ser desde un abrazo: "El mundo es un cuerpo/ que nos abraza/ y nos hace firmes/ desgarradores de universo. [...] El mundo necesita los cuerpos/ los necesita volando/ Ellos son la materia exquisita donde algún dios/ se llena de deber y escalofrío" (7-8); una constatación: "Quedarme contigo" —tal vez un poco resfriado— porque el abrazarnos desnudos/ siempre participa un poco de frío" (8); el juego a escondidas que recuerda la inocencia y la entrega de los niños a los asombros espontáneos y naturales: "Amor mío, escondete/ yo cuento hasta diez y te busco/ pero no te buscaré/ por tu huida cabellera/ sino por tu sangre/ y solo son indivisibles" (12); el abordaje de un autobús: "Porque los buses no esperan a los besos/ y solo son pasajes abiertos al destino" (36); el encontrarse ante el espacio vasto: "Quiero que seas/ esa sílaba de polen/ que cae secretamente desde la tierra/ hasta el diminuto/ amanecer de mi costado" (19); inclusive, la simple compra de folios ha de convertirse en "La forma indescribible" en una especie de arte poética, pues dichas hojas de papel se le muestran de repente al sujeto lírico como esas "orillas" donde "se inventan las palabras./ ahí está la certeza de la sangre./ la persistencia del hombre/ fugándose hacia el centro/ desahogado del ángel" (9). En "Apología de un desierto", se reafirma esta arte poética con la definición de cuanto es un poeta: "Es que soy infinito hasta tu sombra./ Esto te lo digo porque el poeta/ es una interminable huida/ que nace desde su boca" (25). En fin, amor y erotismo se (con)funden en Cartas para inventarnos del poeta castañoleño Pablo Navaril, con el fin de ofrecer una poesía con un ritmo particular, una lírica que tensa lo tradicional y lo moderno, escrita desde la perspectiva trascendentalista que permite al sujeto lírico trascender la contingencia y presentarse al lector esos instantes mostradores y epifánicos de la imaginación y ensoñación poéticas.

*Subverso*²⁷

*Subverso*²⁸

El párrafo es un elemento más que ayuda a la jerarquización de la información y que contribuye a eliminar la gran mancha gris en la que puede convertirse una pantalla, tal y como puede comprobarse en el ejemplo de la izquierda. El párrafo ayuda a romper la uniformidad, hay que evitar los bloques de textos demasiado grandes. Leer en papel es más descansado que leer en un ordenador o una tablet, de ahí que tengamos que descargar a los textos de contenido. Reducir nos lleva a eliminar todo lo superfluo, a huir

²⁶ [Los que aquí entráis, perded toda esperanza]. ALIGHIERI, D., *Inferno, Divina Commedia*, III-9.

²⁷ ZALAMA, J., "Marcus versus Salem", en *Subverso*, 20 de noviembre de 2014. Disponible en: <http://www.subverso.es/?p=3220>

²⁸ ADMIN, "Esas cartas para inventarnos", en *Subverso*, 3 de diciembre de 2014. Disponible en: <http://www.subverso.es/?p=3248>

de lo redundante y, quizá, nos ayude a eliminar del lenguaje esos usados y reiterados pleonasmos (asomarse al exterior, aterido de frío, bifurcarse en dos direcciones, casualidad imprevista, divisas extranjeras, falso pretexto, participación activa, prever con antelación, progresar hacia adelante, utopía inalcanzable, etc.)²⁹, que andan en boca de cualquier persona (no se salvan, tampoco, redactores y periodistas).

Si llegado el momento le es imposible reducir la información, manténgala completa, pero distribuida en frases cortas y párrafos breves. Facilite la lectura mediante la inclusión de palabras o sintagmas en negrita (ayudan, una vez más, a romper la indeseada uniformidad); divida la información en subtemas, no tenga miedo a multititular; o, aproveche al máximo los recursos digitales: use los hiperenlaces para insertar la información eliminada.

Es quizá el uso de este recurso digital el que más se echa en falta en las publicaciones culturales. Los redactores no optan por enlazar contenidos, parece ser que existe un miedo injustificado (incluso, tremebundo) a abrir la puerta al lector para salir de la página. Un enlace no representa echar al lector, si lo sabe hacer, los lectores fieles siempre vuelven. Enlazar equivale a enriquecer, es muy adecuado el uso de enlaces para aportar otro tipo de información y para dar profundidad al tema tratado:

Muchas veces, la insistencia con la que se recalca que los textos para la web deben ser mucho más breves que para papel puede hacer creer que internet se queda en la superficialidad de los asuntos, o que no es lugar para un análisis detallado de los temas, y no es así. Lo que sucede es que ahora se dispone de nuevas herramientas para ofrecer este análisis detallado³⁰.

Anselmo Lucio nos indica cuáles son las principales funciones de los enlaces de un texto:

Identificación: Los enlaces son muy útiles para acceder al perfil profesional o biográfico de un sujeto, o para llevar al lector a la página web de una empresa o institución.

Información de contexto: Los enlaces se emplean mucho para referirse a los antecedentes, información de contexto y demás documentación de un tema determinado.

²⁹ Cfr. GÓMEZ TORREGO, L., *Hablar y escribir correctamente. Gramática normativa del español actual*, Madrid, Arco/Libros, 2007, pp. 386-387.

³⁰ GONZÁLEZ FERRÁN, J., "La gramática multimedia", en TASCÓN, Mario, (Dir.), *Escribir en internet, Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, op. cit., p. 325.

Validación y contraste de fuentes: Los enlaces pueden remitir a páginas o informes que reafirmen o contradigan lo que manifiesta una fuente. En estos casos es muy importante que el sitio adónde conduce el hipervínculo tenga la mejor reputación posible.

Arma dialéctica: Los enlaces se pueden emplear para apoyar afirmaciones, hipótesis, interpretaciones o argumentos propios.

Contacto: Los enlaces pueden remitir a una dirección de contacto o de conversación con los lectores: Blog, página en Facebook, buzón de sugerencias...

Difusión y recomendación: Los enlaces se utilizan también para compartir y recomendar sitios interesantes, blogs amigos, vídeos, música, etcétera.

Actualización: Los enlaces ayudan a mantener actualizado un tema, añadiendo novedades o reacciones posteriores.

Transparencia: El buen uso de los enlaces aumenta la transparencia de un texto, artículo o información al permitir al lector acceder a documentos y fuentes originales, y darle más oportunidades de profundizar y contrastar lo que se dice.

Calidad: Los enlaces adecuados otorgan calidad y valor añadido al texto en sí. Por eso Jeff Jarvis dijo aquello de que «un contenido sin enlaces no tiene valor».

Visitas: Como se dijo al principio, los motores de búsqueda como Google, Yahoo! o Bing tienen muy en cuenta los enlaces de una página a la hora de rastrear, por lo que el uso de enlaces mejora la posición de esta en los resultados de búsqueda y en definitiva aumenta las visitas de los internautas³¹.

Los medios digitales culturales se están adaptando progresivamente al nuevo formato, pero todavía les queda camino por recorrer para llegar al nivel que ya ha alcanzado la prensa cibernética. Los artículos, escritos la mayoría de las veces no por redactores, sino por escritores, críticos o investigadores, se siguen pareciendo a sus familiares de la edición impresa. Carecen, sobre todo, de brevedad y en internet el tamaño sí importa. Les falta además saber aprovechar los recursos que ponen a su alcance los entornos digitales como la hipertextualidad y los recursos multimedia. No son muchos los cambios necesarios para que se conviertan en miembros natos de los entornos digitales.

³¹ LUCIO, A., "El valor de los enlaces en un texto", en TASCÓN, Mario, (Dir.), *Escribir en internet, Guía para los nuevos medios y las redes sociales*, op. cit., pp. 68-69.