



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

ESCUELA
HUMANIDADES
20 AÑOS

LICH
Laboratorio de Investigación
en Ciencias Humanas



PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS HUMANAS

El discurso de la información en tiempos de plataformas. Interferencias y polifonías

Cristian Secul Giusti

Universidad Nacional de La Plata. Facultad de Periodismo y Comunicación Social.

Centro de Investigación en Lectura y Escritura (CILE).

cristiansecul@gmail.com

Resumen

En la era de las redes sociales, el capitalismo de plataformas y la retórica multi-mediática, el discurso informativo construye su mapa de acontecimientos con una mirada posada en narrativas digitales que surgen de las prácticas usuarias en *Netflix* y *Spotify*, entre otros.

Desde ese plano, los usos periodísticos de palabras en inglés incluyen transformaciones en los modos de referir, de nombrar y configurar consumos de los usuarios en los entornos virtuales. Así, la dialogicidad presente en, por ejemplo, *La Nación* y *Clarín* construyen sentido y forjan un entramado de conceptos que son amplificadas como quehaceres cotidianos y culturales.

En esa línea, la irrupción de interferencias idiomáticas (spoiler, streaming, ondemand o playlist) abordan modos de aprehender productos de la industria cultural. Por tanto, y a fin de relevar la integración de las plataformas en el discurso mediático, se subrayarán aspectos polifónicos de esa digitalización en titulares de *La Nación* y *Clarín*.

Palabras clave: discurso de la información; plataformas; *Spotify*; *Netflix*; interferencia

Introducción

En la actual llamada “era de las redes sociales”, el capitalismo de plataformas y la retórica multimediática se encuentran vigentes en el discurso de la información. A partir de ahí, su presencia construye un mapa de sucesos y acontecimientos con una mirada



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

ESCUELA
HUMANIDADES
20 AÑOS

LICH
Laboratorio de Investigación
en Ciencias Humanas



PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS HUMANAS

posada en las narrativas digitales que surgen de las prácticas usuarias en *Netflix* o *Spotify*, por ejemplo.

Dichas plataformas virtuales operan de acuerdo al conjunto de información relativa que les provee el algoritmo (el responsable de direccionar el tráfico), sumado a los recorridos y los diferentes rendimientos del producto, a fin de ser recogidos por máquinas, ingenieros y técnicos. El monitoreo que presentan esos entornos virtuales contribuyen a un marcado ajuste entre oferta y demanda. Esos datos constituyen una serie de consumos y prácticas que se van instalando en la cotidianidad y forman parte de la realidad transitable de los usuarios.

La cobertura periodística de la relación entre los públicos y las plataformas como *Netflix* o *Spotify* también precisan nuevos léxicos e interferencias del idioma inglés que operan en lo cotidiano. Así, palabras como spoiler, streaming, on demand o playlist construyen una comunidad de gustos, hábitos y modos de interpretar productos de la industria cultural que expone usos y apropiaciones distintivas en la discursividad.

En palabras de Patrick Charaudeau (2009), la comunicación es un instrumento clave en el mundo político-mediático. En el discurso periodístico, la información no es fiel a los hechos, ni tampoco es neutral o transparente por el proceso de transacción en el que hay un saber que circula. Es decir que hay un saber que alguien transmite a otro que lo recibe, lo interpreta, modifica sus conocimientos y que, sin dudas, va a tener una reacción posible.

Desde esta perspectiva, Teun Van Dijk (1995) entiende que el rol de los medios y sus mensajes presentan disposiciones y habilidades que se vinculan, de una manera bidireccional, con las instituciones y la audiencia: “El contenido y forma de un encabezado en la prensa puede influenciar sutilmente la interpretación y así los efectos persuasivos de los reportes noticiones entre los lectores” (p. 5).

En este escenario actual, la confluencia de discursos digitales en la cosmovisión informativa genera secuencias, en este caso léxicas, que legitiman el contenido de las plataformas y provocan una competencia comunicativa que altera el lenguaje. Por este motivo, cabe preguntarse si las instancias lingüísticas se ven afectadas por la convivencia enunciativa y si ellos son permeables a las modificaciones que esta puede generar en el contexto periodístico.

Interferencia integrada



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

ESCUELA
HUMANIDADES
20 AÑOS

LICH
Laboratorio de Investigación
en Ciencias Humanas



PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS HUMANAS

Con el propósito de relevar la integración de conceptos propios de las plataformas y la modalización propuesta por los medios en su función comunicacional, la ponencia ejemplificará vinculaciones presentes en notas periodísticas a partir de interferencias y polifonías en el lenguaje informativo.

El discurso de la información impone, decide, establece, impugna, cristaliza sentidos sobre nuestras prácticas, saberes e intereses cotidianos a partir del empleo de lexemas en inglés. Dentro de los estudios del lenguaje, la interferencia es un término que implica la vinculación entre lengua materna y lenguas extranjeras (Sánchez, 2000, pp. 159-173). La interferencia se hace visible mediante cambios lingüísticos de cualquier nivel, sea entre dos lenguas o dos registros dentro de una misma lengua y de aparición imprevista hacia una concepción no aleatoria o sistemática que obedece a reglas precisas. A tales efectos, las interferencias léxicas se advierten a partir de una ruptura semántica con el estilo de un determinado discurso y producen efectos de sentido (Souilla y Secul Giusti, 2012, p. 2621).

La interferencia léxica en idioma inglés, relacionadas al uso de *Spotify* y *Netflix* y presentes en el discurso periodístico, pueden considerarse, según Dominique Maingueneau (1980), como préstamos diatópicos (palabras que no tienen la misma área de utilización y los lexemas pertenecientes a lenguas extranjeras). Dicha interferencia incluye transformaciones en los modos de referir, de nombrar y configurar consumos e interpretaciones de los usuarios en esos entornos virtuales.

Ambos servicios de distribución de productos culturales de contenido audiovisual y musical conforman universos que se insertan en las narrativas mediáticas. Con la implementación de un sistema de licencias de pago, *Netflix* y *Spotify* son, actualmente, una referencia que reproduce vía web y en tiempo real una alta cantidad de archivos digitales sin la necesidad de descarga de los mismos.

Al respecto, la potencia de su presencia digital radica en la constitución de un nuevo modo de distribución y de una multiplicidad de soportes para su distribución, sumado al “uso de recursos formales y estéticos propios del cine, la diversidad temática, estructuras narrativas cada vez más complejas y la figura del espectador-programador” (Castillo y Herrera, 2019).

A modo de ejemplo



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

ESCUELA
HUMANIDADES
20 AÑOS

LICH
Laboratorio de Investigación
en Ciencias Humanas



PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS HUMANAS

La intertextualidad generada por los relatos mediáticos construye sentido y forja un entramado de conceptos que son amplificadas y destacados como quehaceres cotidianos y culturales de los últimos tiempos. En la interferencia diatópica subrayada en el discurso de la información, se filtra una selección voluntaria que no es fruto de la casualidad, sino que “depende de patrones ideológicos que el mismo marco enunciativo permite u obliga a que estén presentes” (Fernández y Pendones, 1996, pp. 91-92).

Desde ese plano, la presencia de las palabras inglesas “spoiler”, “streaming”, “on demand” y “playlist” en ciertos titulares de los dos diarios de más circulación y presupuesto de la Argentina, *La Nación* y *Clarín*, evidencian un tratamiento de consumos y prácticas que tienen como base la relación entre usuarios y plataformas. En este caso, los entornos de *Spotify* y *Netflix*. En este sentido, la revisión realizada en este artículo es de aproximación y breve, vinculada a una observación que contextualiza mínimamente la aplicación de la palabra, solo a los efectos de exponer el diálogo y la presentación de una mecanización de la cotidianidad ligada a los usos de la digitalización.

El término “spoiler” significa contar o desvelar el final o una parte importante sobre un libro, una película, una serie o un juego. Este anglicismo está muy presente en los relatos sobre *Netflix* y, de hecho, ya ha construido una temática de sobresalto e intensidad. Por ejemplo, *Clarín* publicó un artículo con el titular “¡Alerta Spoiler! Netflix traerá esta semana una nueva temporada de una aclamada serie” (30/09/2019) para reforzar el anuncio de la nueva temporada de la serie inglesa “*Peaky Blinders*” y el documental sobre Cambridge Analytica: “Nada está oculto”. Por su parte, *La Nación* divulgó una nota en la que se revaloriza la intención de narrar una historia ya vista, pero desde el mecanismo de la venta y la interpelación: “Dilema spoilers: no siempre resulta odioso que nos anticipen la trama” (02/04/2019).

La palabra “streaming” se utiliza para hablar de toda aquella emisión de contenidos audiovisuales realizada a través de Internet. La existencia de este concepto está presente en distintas plataformas y ha dado forma a modelos de negocio relacionados con el entorno audiovisual. El discurso de la información no solo lo refiere, sino que también lo ubica como lugar de satisfacción e insatisfacción para los usuarios, según las circunstancias. Por ejemplo, en *Clarín* se sostiene que: “La ‘angustia’ del streaming: por qué elegir una serie o un disco puede causar frustración” (27/04/2019). Asimismo,



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

ESCUELA
HUMANIDADES
20 AÑOS

LICH
Laboratorio de Investigación
en Ciencias Humanas



PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS HUMANAS

en *La Nación* se destaca que el término construye un escenario para la redirección de actos y prácticas: “La canasta del streaming: lo que tenés que tener y cuánto te va a costar” (25/08/2019).

El concepto de “On demand” remite a un servicio que siempre está disponible y se utiliza en su debido momento, cuando el usuario lo precisa y decide. Este punto es reflatado por *La Nación* como un aspecto positivo: “Cultura on-demand. Del espectador pasivo al usuario protagonista” (02-03-2019). Del mismo modo, el propio periódico centenario focaliza en la práctica de cuidado del cuerpo y la retórica del streaming: “Gimnasios on demand. El fitness en la era de Netflix” (22/09/2018).

El término “playlist” puede ser traducido en español como lista de reproducción. No obstante, en los medios de comunicación y en el lenguaje cotidiano y en programas de informática, es cada vez más frecuente su uso. En el diario *Clarín* se refuerza la presencia de las “playlist”, destacando su función, por ejemplo, romántica: “Le declaró su amor con títulos de canciones en Spotify” (06/08/2019). En *La Nación*, por su parte, se hizo hincapié en la función de vinculación presente en una de las plataformas y se puntualizó en la creación de playlist: “Spotify: descubrí si tenés compatibilidad musical con tu pareja” (15/09/2019).

Consideraciones finales

Los medios de comunicación tienen un factor dominante en la sociedad. Están intrínsecamente relacionados con el devenir de los conflictos sociales y las interrelaciones sociales. A su modo, tanto *La Nación* como *Clarín* construyen una “vivencia cotidiana” que se expresa en un discurso hecho de enunciaciones y estrategias. La utilización de distintas fuentes y unidades de información se erigen como los elementos diferenciadores en cuanto a estrategia informativa y construcción discursiva del mismísimo medio de comunicación.

En efecto, el discurso de la información está inmerso en una lógica de comercio que se retroalimenta de las disposiciones presentes en la industria cultural. En esa línea, la irrupción de la interferencia léxica destaca también una habilidad de marketing que conforma un mapa de constante referencia de plataformas.

Además de ser las más populares, *Netflix* y *Spotify* son también las plataformas mejor valoradas de acuerdo a rankings y apreciación de suscriptores. A partir de la fluidez de



PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS HUMANAS

su streaming y la cantidad, calidad y variedad de su catálogo, se erigen como las más exitosas actualmente. En función de ello, las prácticas vinculadas a su uso se instalan a menudo como una referencia ineludible, aún en aquellos destinatarios que no cuentan con estos entornos virtuales.

El relevamiento breve de la aparición de los conceptos “spoiler”, “streaming”, “on demand” y “playlist” en titulares de *La Nación* y *Clarín*, permite reconstruir un diálogo de consumo que, a partir de un lenguaje interferido, potencia una noción de mercado y de intervención de lo digital en la vida cotidiana. Asimismo, esto no sucede únicamente por obra y gracia de estos medios, pero sí se articula en una trama que refuerza un punto clave en este escenario de capitalismo de plataformas: el discurso de la información, en su divulgación y asimilación de prácticas, se vuelve un aliado importante para imponer hábitos y desempeños pretendidamente individuales.

Referencia bibliográficas

- Castillo, J. I., & Herrera, G. (2019). La ficción seriada Black Mirror: la construcción narrativa de las redes sociales. Una exploración en el marco del discurso social actual Tesis de Grado. Universidad Nacional de Córdoba: Argentina. Recuperado de: <https://rdu.unc.edu.ar/bitstream/handle/11086/12849/LA%20FICCI%c3%93N%20SERIADA%20BLACK%20MIRROR.pdf?sequence=1&isAllowed=y>
- Cingolani, P. (2016). “Capitalismo de plataforma: nuevas tecnologías de la comunicación e internacionalización del trabajo”. En *Boletín Onteaiken*. España.
- Charaudeau, P. (2009). “Análisis del discurso e interdisciplinariedad en las ciencias humanas y sociales”. En Puig, L. (ed.) *El discurso y sus espejos*. Universidad Nacional Autónoma de México. México. Recuperado de <http://www.patrick-charaudeau.com/Analisisdel-discursoe.html>
- Fernández Sánchez, E. (2000). “Transferencias e interferencias en el aprendizaje de una segunda lengua”. En Jornadas de la Universidad Nacional de Córdoba. Argentina.
- Fernández Lagunilla, M., & Pendones, C. (1996). Discurso reproducido y juegos de palabras en los títulos de prensa. Universidad Nacional Autónoma de México,



UNIVERSIDAD
NACIONAL DE
SAN MARTÍN

1949-2019
70 AÑOS DE
GRATUIDAD
UNIVERSITARIA

ESCUELA
HUMANIDADES
20 AÑOS

LICH

Laboratorio de Investigación
en Ciencias Humanas



PRIMER CONGRESO INTERNACIONAL DE CIENCIAS HUMANAS

Colegio de Ciencias y Humanidades, Unidad Académica de los Ciclos Profesional y Posgrado.

- Maingueneau, D. (1989). *Introducción a los métodos de análisis del discurso*. Buenos Aires, Argentina: Hachette.
- Souilla, S. I., & Secul Giusti, C. (2012). "Análisis de las voces en la construcción discursiva". En Congreso CIL. Facultad de Filosofía y Letras. Universidad de Buenos Aires.
- Van Dijk, T. (1995). *Prensa y Poder*. México: Universidad Iberoamericana.