

**TASCÓN, MARIO (DIR.). 2012. *Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales*. Barcelona: Galaxia Gutenberg. 510 pp.**

Reseñado por Elisa Narváez  
 Universidad Central de Venezuela  
 elisam.narvaez@gmail.com

En los últimos años hemos presenciado un cambio importante en la manera de comunicarnos y de relacionarnos. Internet y las redes sociales han pasado a formar parte de la rutina diaria personal y profesional de un gran número de personas. La Fundación del Español Urgente (Fundéu BBVA), consciente de estos cambios, se dio a la tarea de reunir a más de cuarenta expertos para la redacción de un manual de estilo para los nuevos medios. La obra que reseño ofrece una serie de recomendaciones destinadas a facilitar y mejorar el uso de la lengua en la red en aras de una interacción más efectiva.

Cuando escribimos en internet, nuestras palabras “toman una dimensión global” (p. 21), hay pues una serie de consideraciones que, particularmente como usuarios del español, la tercera lengua más usada en red (Instituto Cervantes (2012), debemos tomar en cuenta a la hora de escribir en la web. En este libro, Fundéu BBVA llama la atención sobre el hecho de que los hablantes del español de este y del otro lado del océano Atlántico estamos hoy, gracias a las nuevas tecnologías, más cerca que nunca, por lo que la utilización de una lengua depurada en lo posible de localismos es altamente recomendable.

*Escribir en internet* es un libro que busca entonces “servir a la actividad cotidiana de un amplio conjunto de usuarios y a las necesidades de los profesionales” de la web (pp. 16-17). Esta guía, después de un breve prólogo en el que se presenta la obra, cuenta con una especie de introducción titulada “Por qué un manual de estilo de los nuevos medios”, dos partes, bloques centrales de este manual, que plantean “un conjunto de problemas teóricos y de soluciones prácticas”; en la primera parte “a los usuarios de los nuevos medios”, y en la segunda, “a los profesionales que hoy ocupan sus trabajos en este novedoso campo”. Hacia el final, encontramos los “Anexos”, conformados por un detallado glosario de términos (“Vocabulario básico: términos imprescindibles”), la bibliografía y una breve nota biográfica de cada uno de los “Autores que han colaborado con este libro”.

En la introducción, Joaquín Müller-Thyssen Bergareche describe el impacto que tiene en el mundo actual lo que publicamos y leemos en la red para dejar claro el porqué de un manual de estas características: “Sencillamente, porque hace falta”. También hace una presentación del libro, de sus posibles lectores y de la forma de leerlo. Marga Cabrera Méndez, por su parte, define los nuevos medios como “el servicio de acceso a la información a través de las nuevas tecnologías”, sostiene que

estos “tienen un lenguaje propio y unas características de comunicación y contenidos diferentes a los tradicionales”. Finalmente, Fundéu BBVA explica los objetivos y el alcance de esta obra, que recoge “Recomendaciones, que no normas”.

“Uso cotidiano” constituye la parte más extensa de este libro (pp. 31-249) e incluye una introducción y once apartados que a su vez se subdividen en breves artículos que describen situaciones y herramientas particulares de la web. Al final de cada uno de estos apartados se ofrece un resumen de lo explicado.

La introducción, “Personas, internet y máquinas”, hace referencia a los cambios que se han operado en nuestras sociedades en los últimos años y a su repercusión en la forma de comunicarnos y de usar el lenguaje. El primer apartado, “Consejos para comunicarnos”, ofrece, a mi modo de ver, algunas de las informaciones y reflexiones más interesantes del libro. En él encontramos recomendaciones generales que se deben considerar cuando interactuamos a través de las nuevas tecnologías (internet, mensajes de texto, imagen o video) y una invitación “a cuidar el estilo independientemente de donde nos expresemos”.

“Textos en los nuevos medios” da pautas sobre cómo adaptar nuestros escritos a las nuevas tecnologías para facilitar su consumo. “Lectura en pantalla”, muy relacionado con el apartado anterior, describe algunas de las variaciones que se han operado en nuestra forma de leer. “Lenguaje internacional” toca el tema de los extranjerismos en la web y del llamado “español neutro”, forma que prescinde de regionalismos para ser accesible a más personas, cuyo uso es recomendable en contextos globales.

Los seis apartados siguientes definen y describen las características y el funcionamiento de distintas herramientas web ampliamente utilizadas en la actualidad: “El correo electrónico”, “Mensajería instantánea: chat, sms, *Whatsapp*...”, “Redes sociales”, “Twitter”, “Escritura colectiva: wikis” y “Blogs”. A su vez, ofrecen recomendaciones sobre cómo hacer uso de estos recursos de forma más adecuada y efectiva.

Como cierre de esta parte encontramos “Tipología de los productos”, apartado en el que Jorge Serrano describe brevemente otros productos de los nuevos medios: “webs corporativas, catálogos, escaparates, comercio electrónico, *intranets* y *extranets*, sitios de administración electrónica, medios de comunicación, productos para la formación en línea o *e-learning*, libros electrónicos, videojuegos y aplicaciones” (p. 229).

“Uso profesional”, la tercera parte del libro, está escrita en un lenguaje más técnico y difícil de entender. Está compuesto de modo similar a “Uso cotidiano”, es decir, por una pequeña introducción y varios apartados, ocho, en este caso, que cuentan con subdivisiones y un resumen al final de cada uno.

La introducción titulada “Profesionalización de los medios sociales” presenta esta segunda parte del libro donde, según señala, se “hace un repaso de las cuestiones técnicas de la escritura en internet” (p. 253), en otras palabras se desgranar “las diferentes especializaciones que se requieren para publicar en internet a nivel

profesional” (p. 255). Estas especializaciones se corresponden con cada uno de sus apartados.

En “Organización de la información digital”, el primer apartado, se describen los productos web como rompecabezas cuyas partes deben encajar con las demás. Se plantea que la arquitectura de la información debe combinar la visión general del proyecto “con la disciplina sistemática y milimétrica en los detalles”. Según se señala en el texto, el sitio web ideal se adecúa a sus usuarios y está estructurado para que ellos encuentren lo que buscan lo más rápido y fácilmente posible. Para ello se sirven de cuatro “ejes: la organización del contenido, la navegación, la búsqueda y el etiquetado” (p. 277).

En “Maquetación en los nuevos medios”, que Blas Hernández define como “el proceso en el que el análisis de un producto se transforma en un conjunto de archivos capaces de ser reproducidos por los navegadores web” (p. 279), se ofrecen consejos para presentar un producto web de gran usabilidad (“Facilidad de uso de una web por parte de los usuarios”, p. 492) y al que se le pueda sacar “el máximo partido”.

En el siguiente apartado, “Arquitectura del contenido de una página web”, Markus Steen describe los elementos básicos de las páginas de internet y sus funciones: “Zona menú”, “Zona titular”, “Zona cuerpo” y “Zona fin”. Antes, sin embargo, se detiene en la “Portada”, conocida también por su denominación en inglés: *home*. Previo al resumen del apartado, el autor ofrece algunas recomendaciones a la hora de diseñar la “Página 404”, que corresponde al error “la página solicitada no existe”.

“Escritura en pantalla, criterios”, el cuarto y más extenso apartado de “Uso profesional”, introduce “La gramática multimedia” y ofrece una serie de recomendaciones de estilo para hacer más atractiva la página para los buscadores y usuarios, y, una vez en la página, para retener al internauta la mayor cantidad de tiempo posible. “Hipertexto” y “Formatos multimedias” le siguen, apartados en los que se definen y aportan ideas sobre cómo utilizar mejor estos dos elementos clave de la web a la hora de diseñar un producto digital.

El último apartado de este segundo bloque, “Aspecto jurídico”, describe las regulaciones que existen para el uso de internet y algunas de “las normas que dan solución a las tensiones jurídicas que tienen lugar en su seno” (p. 433). En él, Alejandro Touriño se pasea por la “Responsabilidad jurídica en internet”, por la “Gestión de la reputación en línea” y las leyes de propiedad intelectual, punto en el que se refiere a las llamadas “licencias *Creative Commons*”, figuras que permiten la cesión de los derechos de autor. Cierra con consejos jurídicos para distintos tipos de usuarios: los que aceptan las condiciones de los sitios web sin leerlas (casi todo el mundo), los que tienen redes sociales, los gestores de comunidades y los bloggers.

Los Anexos de este libro constituyen por sí solos un aporte muy valioso. El “Vocabulario básico: términos imprescindibles” no solo ofrece definiciones claras de casi cuatrocientos términos que todo usuario de internet debería conocer para

moveirse con mayor soltura en la web, sino también recomendaciones sobre cómo referirnos a ellos en español (recordemos la fuerte influencia que tiene el inglés en el lenguaje web). La bibliografía cuenta con un acceso web creado para facilitar la consulta de las fuentes digitales referidas a lo largo de la obra ([www.manualdeestilo.com/herramienta/escribir-en-internet-referencias](http://www.manualdeestilo.com/herramienta/escribir-en-internet-referencias)). La bibliografía publicada en el libro está debidamente ordenada (aunque citan a Shipley antes que Shea). Las notas biográficas de los cuarenta y un autores que participaron en la redacción de este libro recorren los trabajos previos y actuales de cada uno de ellos, así como el contacto en Twitter de la mayor parte de ellos.

*Escribir en internet. Guía para los nuevos medios y las redes sociales* es, al menos hasta el final de la primera parte, una obra amena y fácil de leer. Aunque en ciertos momentos se torna muy repetitiva y excesivamente explicativa, entiendo que se trata de una obra de consulta para todo tipo de usuarios, incluidos los principiantes, quienes no necesariamente leerán toda la obra. La segunda parte del libro, dirigida a profesionales de este medio, sin embargo, resulta mucho menos explicativa y bastante más compleja.

Más allá de eso y de pequeños y contados detalles de diagramación, este libro se presenta como una fuente de valiosas informaciones, que pueden ser fácilmente encontradas gracias a su coherente organización. Es, sin duda, una guía práctica de supervivencia en unos medios que cada día ocupan más espacios. Se trata de una lectura ampliamente recomendada que ofrece, además, con respecto al futuro del español, cuya batalla Fundéu BBVA está convencida se jugará en la web (p. 21), una perspectiva bastante interesante y profundamente esperanzadora.

## REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Instituto Cervantes. 2012. El español en internet. *El español, una lengua viva: informe 2012*. Madrid: Instituto Cervantes.