

Ideologías lingüísticas en las normas, sugerencias y evaluaciones destinadas a mejorar el posicionamiento de páginas y sitios web

María Cecilia Pereira, Ann Borsinger

El trabajo indaga en las ideologías lingüísticas (Kroskrity, 2000; Del Valle, 2007; Arnoux, 2008; 2012) que sostienen las normas y sugerencias lingüísticas y discursivas destinadas a mejorar el posicionamiento de páginas periodísticas o comerciales en los buscadores de Internet. También analiza las observaciones y evaluaciones referidas a la redacción que, con el mismo propósito, se activan en plataformas de escritura para blogs y para las versiones on-line de producciones escritas periodísticas.

Con el fin de mejorar el posicionamiento que se deriva de la acción de motores de búsqueda como Google, los textos digitales se someten a restricciones que afectan, entre otros, los modos de enunciación. Esas restricciones involucran marcas gráficas, lingüísticas y textuales específicas que desplazan las normas propias de lo impreso y generan modificaciones en la concepción de la discursividad (Paveau, 2017), sostenida ya no por una “razón gráfica” (Goody, 1980) sino por lo que Bachimont (2007) denomina “razón computacional”. En un corpus integrado por manuales de escritura on-line, plataformas y páginas de orientación provenientes de servicios para mejorar el posicionamiento de los sitios en los resultados de búsquedas (tipo SEO, Search Engine Optimization), analizamos las ideologías que legitiman las regulaciones e impactan en la enunciación.

A diferencia de la prensa o la publicidad gráficas que tendió a distinguir a los públicos lectores según sus competencias culturales, los criterios aplicados para el posicionamiento de los sitios y los consejos propuestos a los redactores on-line en manuales y páginas de orientación para la escritura digital, aunque son diversos (Aponte, 2018), están contruidos para atender a un público considerado homogéneo en cuanto a sus competencias y gustos. Si bien los criterios en general giran en torno de los valores de lo “claro” y lo “simple”, desde el punto de vista enunciativo los escritos digitales que se atienen a ellos resultan más opacos. A partir de los aportes provenientes de la perspectiva del análisis del discurso (Arnoux, 2012; Bonhome, 2015; Meier, 2016, entre otros), el trabajo profundiza en las ideologías lingüísticas que sostienen estos criterios y los vinculan con los rasgos de la racionalidad computacional que orienta las prácticas de escritura y de lectura digitales.

Aponte Alequin, Hector “La sintaxis del SEO: lingüística computacional y redacción de noticias para Internet”, *Intersecciones en Antropología* 1(1):16 · Noviembre 2018.

Arnoux, Elvira (2012) “Los estudios del discurso y la Glotopolítica. Entrevista”, en Londoño Zapata, O., *Los Estudios del Discurso: Miradas latinoamericanas I*, Ibagué (Colombia), Universidad de Ubagué.

- Arnoux, Elvira “Los manuales de estilo periodísticos para las versiones on line: las representaciones del lector y su incidencia en la regulación de discursos y prácticas”, *Circula. Revista de ideologías lingüísticas*, N ° 2, 2015.
- Bachimont, Bruno (2007) *Ingénierie des connaissances et des contenus: le numérique entre ontologie et documents* Paris: Hermes- Lavoisiere.
- Bonhomme, M. “La problématique des genres de discours dans la communication sur Internet”, *Travaux neuchâtelois de linguistique*, 2015, 63, 31-47.
- Del Valle, José (2007) “La RAE y el español total: esfera pública o comunidad discursiva”, en José Del Valle (dir.), *La lengua ¿patria común?*, Madrid, Iberoamericana, p. 81-96.
- Goody, Jack (1979) *La Raison graphique*, Paris: Minuit.
- Meier, Franz “La clarté comme principe directeur dans le discours normatif sur les usages communicationnels en presse écrite québécoise”, *Circula. Revista de Ideologías lingüísticas* N 4, 2016, 87-105
- Paveau, Marie Ann (2017) *L'analyse du discours numérique*, Paris: Herman.
- Kroskirty, Paul V. (2000), “Regimenting languages: Language Ideological Perspectives”, en Paul V. Kroskirty (dir.), *Regimes of language: ideologies, politics and identities*, Santa Fe, School of American Research Press.