



Laboratorio de Ciberculturas

Coordinador: **Marcelo Urresti**

Encuentro 3 –18/03/2010

Escuela Técnica Nº 32 Gral. José de San Martín DE 14

Parte 2:

Los géneros hipertextuales y las prácticas comunicativas

Los géneros discursivos, mediáticos e hipertextuales.

Los géneros confusos y nuevas competencias culturales.

Géneros discursivos: mass – mediáticos e hipertextuales

Marcelo Urresti: En los veinte minutos que nos quedan vamos a entrar en lo que es la discusión sobre los géneros propiamente dicha. Los géneros, como dijimos la vez pasada, son constantes formales. Habíamos visto el caso de los géneros discursivos. Hoy se habla de géneros mass-mediáticos y también de géneros hipertextuales, un poco siguiendo con el modelo del género discursivo para tratar de entender o definir herramientas que nos permitan comprender mejor algo que en principio es un caos.

Internet es, en principio, un caos de producción textual, de imágenes y de sonidos. ¿Cómo podemos tratar de ordenarla? A través de las constantes formales. Esa es la primera aproximación que hacemos sobre internet.

La teoría de los géneros, para quienes no provengan de estas ramas del conocimiento (de la Literatura, de las Ciencias del Lenguaje, del estudio de la Literatura comparada), se utilizó para tratar de establecer cuáles son las constantes formales dentro del mundo de la expresión literaria. Así en principio se distinguieron dos grandes formas de géneros discursivos: los llamados simples y los llamados complejos. Los **géneros discursivos simples** tienen que ver con tipos de frases, con tipos de oraciones. Esos géneros son los que todos conocemos en principio: una orden, por ejemplo, una exclamación, una interjección, una pregunta, una súplica, una oración “constatativa” como suele decirse, que trata de reflejar un estado de cosas. Esos son, en principio, dentro de las tipologías que se establecen tradicionalmente, los géneros discursivos simples.

A través de la combinación de los géneros discursivos simples es que se llega a los **géneros discursivos complejos**, de acuerdo a la primacía que tengan o no estas tipologías básicas. Les doy un ejemplo: el **discurso informativo**, que es un género dentro de los discursos posibles que tiene por función informarnos acerca de un suceso, acerca de lo que acontece en la realidad. Es un discurso que de alguna manera establece relaciones entre hechos. Esto es algo que lo distingue. Dentro del discurso informativo, podríamos decir, hay distintos géneros complejos. El discurso periodístico (tomémoslo desde el punto de vista formal) es un discurso claramente informativo. Tiene

por función hacernos conocer cosas que han sucedido y frente a las cuales no estuvimos presentes. Es de alguna manera una especie de extensión de la conciencia a través de una utilización constatativa de hechos sobre un estado equis de cosas. En el caso de la política, el discurso periodístico político nos informa sobre lo que sucede en la política. Esto lo digo sin entrar en muchos detalles porque obviamente es un género más complejo en el cual también existe la retórica, la posibilidad de manipulación y otras cosas que hacen que el discurso político no sea exclusivamente informativo, sino que también pueda ser normativo ya que tiene por detrás valoraciones y otras cosas que lo hacen escapar a lo meramente informativo.

Pero, en principio, el periodístico es el tipo de discurso informativo más usual con el que tenemos contacto. Otro tipo de discurso informativo es el discurso científico, claramente. Ahí no hay ninguna pretensión de valorar hechos, ninguna pretensión de justificar determinadas convicciones morales de los investigadores sino simplemente tratar de comprender cómo funciona un determinado ámbito de la realidad, ya sea ésta física, biológica, social, psicológica, etc., sin mayores intenciones que esas. Estos son ejemplos de discursos informativos.

Uno podría decir que hay un gran mega-género de discursos que son los que tienen por objetivo informarnos acerca de la realidad con sus distintos niveles, desde lo periodístico pasando por lo crítico, llegando a lo científico.

Hay otro tipo de géneros discursivos que son los, tradicionalmente hablando, literarios. Todos sabemos, a partir de las reglas que constituyen a los discursos literarios, que no hay en ellos una pretensión de verdad, ni de informar cómo funciona cierta parcela de la realidad, sino que la pretensión en ellos es la de generar un mundo imaginario, un mundo ficticio, como suele decirse. Entonces, el género literario, por ejemplo, tiene por función crear mundos de ficción. Nadie confunde un género literario con un género discursivo.

Un poco la idea de la teoría de los géneros es que a través de distinciones formales en principio, después de distinciones retóricas y después de distinciones como suele decirse en Lingüística “enunciativas” (o sea, quién y en qué situación enuncia ese discurso), se distingan géneros literarios y en el mar indiferenciado de la discursividad se trate de establecer provincias y una cartografía que permita distinguir formas de discurso.

Con este modelo de los géneros literarios, con tipologías simples y complejas y diversos tipos de discursos es que se abordó también la discursividad mediática, porque el mismo modelo de los géneros discursivos literarios puede aplicarse a los géneros discursivos mediáticos. O sea, lo que recibimos por la radio, lo que recibimos por la televisión, sobre lo que hablábamos la reunión pasada, también puede ser analizado sobre la base de tipologías formales y retóricas como es el caso de los géneros discursivos. A través de ello es que por ejemplo sabemos cuándo se trata de un discurso informativo mediático – los noticieros, por dar un ejemplo, o por lo menos lo que han sido tradicionalmente los noticieros-, cuándo de discursos de entretenimiento y cuándo de discursos publicitarios.

Así como hay dos grandes regiones en los géneros discursivos (los informativos y los ficticiales, entre los cuales encontramos la ciencia y el periodismo, por un lado y el entretenimiento y el arte por otro junto con la función estética), entre los géneros mediáticos, siguiendo un poco esta distinción, nos aparece un tercero que es el género persuasivo y que tiene que ver básicamente con la discursividad publicitaria.

En principio tenemos **tres grandes géneros tradicionales de comunicación mediática** que son **la información, el entretenimiento y la publicidad**. ¿Por qué planteo estas tres formas? En principio porque son las tres grandes formas del periodismo, de la radio y de la televisión. Tienen fines obviamente diferentes, en el primer caso, el de hacernos tomar conciencia de algo que sucede en la realidad (la información) o que ha sucedido en la realidad (la información sobre el pasado); en el segundo caso, el fin es el de entretenimiento, pasatiempo orientado hacia la diversión, en un ámbito de gratificación para el sujeto. Y en el tercer lugar, en el caso de la publicidad, se trata del típico discurso que trata de producir una conducta de adquisición de un bien o por lo menos de valoración de algo que en algún momento virtual futuro se puede adquirir o no.

Estas son las tres grandes esferas que tradicionalmente han estado claramente diferenciadas entre sí. Les planteo esto porque como vimos la vez pasada, a medida que van evolucionando las industrias comunicativas y la sociedad mass-mediática, estos discursos que antes estaban claramente distinguidos entre sí empiezan a mezclarse. Comienza a aparecer lo que se llama los **“géneros confusos”**. **Esta es una característica de la sociedad comunicativa de nuestros días, en la cual se van a ir perfilando nuevas formas y nuevos estilos de comunicación como también nuevos usuarios de la comunicación, que somos los que recibimos esa información diversa y la elaboramos.**

Les voy a dar un ejemplo: el de los noticieros de televisión. Muchos de ustedes seguramente los habrán conocido y tendrán plena conciencia por lo menos de lo que fue su evolución. Si recuerdan noticieros antiguos de lo que llamé la pasada reunión “el modelo de televisión cerrado”, van a ver que en esos noticieros prácticamente la totalidad de la emisión estaba ocupada por discurso informativo. Normalmente, teníamos un relator o lector de noticias casi neutro sentado a una mesa en la cual incluso podíamos ver los papeles y hasta el micrófono. El conductor nos miraba cara a cara y nos iba relatando cosas que habían pasado. Con el paso del tiempo y los recursos comunicativos que comienzan a aparecer en los estudios de televisión, mientras esa persona hablaba o estaba relatando un suceso, comenzaron a aparecer las famosas telefotos. No estoy hablando de hace mucho tiempo atrás, sino de los años '80 ('84-'85). Eventualmente también, cuando algún programa tenía esa capacidad técnica instalada, el conductor podía ir a una comunicación en vivo de algo que estaba pasando por fuera del estudio que se veía en una especie de pantalla trasera sobre la cual se proyectaba lo que estaban tomando las cámaras fuera del estudio. Había una relación de transmisión de información primero 1 a 1, después uno-espejo-otro, después uno-espejo abierto tipo ventana-otro. Esto comienza a pasar en los años '80, pero siempre se da sobre este esquema formal del discurso informativo.

Con el paso del tiempo y por estas cuestiones que venimos discutiendo, a medida que van apareciendo nuevas formas de distribución de señales audiovisuales en los hogares, básicamente por la enorme competencia que significa para los canales abiertos la televisión de cable con la que uno puede acceder a información todo el tiempo, poco a poco la información va ir perdiendo atractivo. Antes, los noticieros respondían al esquema formal con su constante genérica. En todos los canales había como una especie de predisposición a la relación entre emisión y recepción muy mediada por ese tipo de esquema que no se modificaba. Casi nadie podía migrar a otro tipo de señales porque en todas las emisiones se estaba pasando simultáneamente el mismo tipo de

género. Con el paso del tiempo cuando aparecen las señales de cable el discurso informativo empieza a competir con el discurso de entretenimiento, con el discurso orientado a los adolescentes y también con el discurso orientado a las mujeres. Con los canales que tienen solamente un género mediático, un segmento que antes ocupaba un lugar en la grilla pasa a ser simultáneo todo el tiempo las 24hs, por esa razón la información tiene que empezar a competir con géneros con los que antes no competía. Se trata del problema que habíamos visto también la vez pasada: la difusión del zapping como práctica típica de un telespectador más nervioso y más difícil de satisfacer que va quitándole el monopolio a la constante genérica.

Con el paso del tiempo lo que la televisión abierta hará para volverse más atractiva es básicamente comenzar a mezclar los géneros. Esto es lo que había anticipado la reunión pasada y prometí desarrollar hoy. Empiezan a aparecer lo que se llaman los “**géneros confusos**”.

Di esta vuelta para llegar hasta este punto hoy. Si ustedes si fijan, en los grandes noticieros actuales -si bien es algo que siempre existió en lo que se conoce como prensa amarilla o también crónica roja- empiezan a aparecer elementos de ficcionalización en la comunicación informativa, hasta el punto en que, dicen algunos autores, hoy en día el discurso informativo no existe más, por lo menos en lo que es el periodismo en la comunicación mass-mediática. El periodismo con fines informativos solamente, o sea el informativo puro, sólo existe en los grandes medios gráficos tradicionales del mundo, y estos son contados con los dedos de la mano: el *Frankfurt Allgemeine Zeitung*, *The Economist* en Inglaterra, el *Financial Times* en Inglaterra y Estados Unidos, *La Nación* en la Argentina. Pero la gran mayoría de la comunicación televisiva ya no responde más a este modelo. Prácticamente en la televisión no quedan noticieros que no sean al mismo tiempo información, entretenimiento o, como se dice en la actualidad “**infotainment**” o sea, mezcla de información y entretenimiento.

Les voy a dar un ejemplo que todos seguramente conocerán: quien en Argentina comenzó a desarrollar esta mezcla de géneros fue Canal 9 en su momento. Probablemente algunos se acuerden de los periodistas José de Zer y Caram. En ese momento lo que hacían resultaba caricaturesco porque a todos los que provenían de un esquema de géneros previos les chocaba un poco ver a esos dos periodistas que hacían información dramatizada, en la que se empieza a incluir a la persona que corre, que habla, que respira, que jadea y que hace comentarios todo el tiempo. Este periodista dice cosas como “lo que estamos por ver es terrible” o “no les quiero contar lo que están por ver”. ¿Qué están generando con esto? Condiciones de expectativas para recibir lo que en principio es un hecho. Lo están puntualizando fuertemente.

Probablemente se acuerden de esas preguntas filosas y terribles que hacían estos dos periodistas. Después otra cosa que hacían era la vuelta informativa de discursos que en principio no tenían interés informativo, como ver si una casa en Madariaga estaba poseída por los demonios o ese tipo de cosas que no se condecían con el periodismo tradicional. En el relato de estas noticias comienza poco a poco a aparecer la música, que siempre fue neutra en los noticieros, como un elemento de puntualización, casi siguiendo las técnicas del cine de ficción y hasta incluso del cine de intriga.

Con el paso del tiempo vamos llegando a lo que son los noticieros actuales que si ustedes se fijan verán que son prácticamente 50% de información y 50% de otros

géneros. Por ejemplo el que en su momento hacían Mónica y César, ese famoso Telenoche que ganó premios por todos lados. En este programa además de ver información uno veía los comentarios graciosos que tenían lugar porque el espectador sabía que Mónica y César eran pareja. Uno le hacía comentarios al otro de intimidades que en el fondo a nadie le importaban desde el punto de vista informativo, pero que generaban los lazos entre la información para hacerla más atractiva y darle un poco de intriga.

Otra típica cuestión de suspenso de este noticiero era la nota del día. La nota del día nunca se veía en la mitad del programa sino que se iba dando por entregas hasta llegar al final. “¿Quiere saber lo que pasó hoy en el Congreso? Bueno, espere hasta después de la pausa”. Este es el típico mecanismo de señuelo que no tiene que ver con la información, sino con el modo de presentarla siguiendo una lógica de película policial, de ficción, y obviamente con música incidental para hacerla más atractiva.

Con el paso del tiempo la información va ocupando un lugar cada vez más pequeño, y el entretenimiento un lugar cada vez mayor. Les doy otra tendencia de lo que es el periodismo gráfico: si ustedes se fijan en el diario Clarín y lo comparan con un Clarín antiguo van a ver que en comparación con la que se leía en otra época la cantidad de texto que se lee ahora es cada vez más chica. Antes se leía más, ahora se lee menos. Aparecen las fotos cada vez más grandes, su tamaño va variando. Antes además no había tantas fotos, simplemente graficaban situación o protagonista. Hoy en día hay fotos incluso de misceláneas, de circunstancias. Esto nos muestra que la información se va desarticulando de alguna manera de lo escrito hacia lo gráfico, del centro hacia las periferias y van apareciendo con más fuerza por ejemplo los copetes o lo que se llama hoy en la actualidad la **lectura en tres niveles**: titular, bajada, copetes y recién después la nota que, en general, por lo que se está viendo, se lee cada vez menos.

Aparece con el tiempo la infografía, que también es una forma de condensación de información. No sé si lo habrán visto, pero en Clarín cualquier noticia trae una infografía. La infografía es una especie de gráfico generado por computadora que trata de condensar las líneas centrales de esa información. También vemos muchos testimonios laterales.

La información está yendo entonces hacia cuestiones más gráficas, más rápidas, más mezcladas entre géneros, siguiendo una lógica del entretenimiento y no una lógica de hechos. Esto no es ni bueno ni malo, pero es la lógica que van tomando las formas discursivas actuales cada vez más mezcladas entre sí.

¿A qué voy con esto? Y aquí terminaríamos para retomar la próxima reunión. En todos los géneros hipertextuales, o sea, los de internet, están profundamente mezclados los tres géneros mediáticos tradicionales, es decir, la información, el entretenimiento y la publicidad. La publicidad, que siempre estuvo afuera tanto de la ficción como de la información, con el paso del tiempo se va a ir mezclando con ellas también hasta llegar a estos discursos actuales. Aparecen géneros confusos como el “**infotainment**”, el “**advertainment**”, la “**infopublicidad**” y así sucesivamente, que son con los que interactuamos en nuestros días y que atraviesan casi completamente y sin distinciones nuestra exposición a los medios, sea televisión y radio, sea internet. Dejo una sola pregunta para retomar la próxima vez: una cosa es acceder a estos géneros mezclados o géneros confusos cuando el usuario proviene de una experiencia personal en la que los

géneros no estaban distinguidos; y otra cosa es acceder a estos géneros confusos cuando se proviene de una experiencia personal que convivió con los géneros claramente distinguidos.

Es completamente distinto entrar en el mundo de la comunicación como entran los nativos digitales y las generaciones más jóvenes de la actualidad cuando solamente hay géneros confusos. Les doy un ejemplo doloroso con el cual ustedes deben convivir habitualmente. Es un ejemplo que nos acontece mucho en la escuela.

Una clase, normalmente, tiene función informativa, de transmisión de información. Eventualmente, los docentes buscan estrategias para hacerla entretenida, tradicionalmente, para romper la pérdida de atención en los momentos en los que la atención decae. Pero con los adolescentes contemporáneos y con los chicos actuales esto se vuelve mucho más difícil, porque todo el discurso informativo para ellos tiene que ser entretenimiento. La mayor crítica que le suelen hacer no sólo a los docentes, que a veces somos muy aburridos, sino a la escuela entera como dispositivo, es que es aburrida. Y esto no es precisamente porque la escuela no los pueda divertir, sino porque están acostumbrados a géneros de comunicación que no son aquellos con los cuales fue pensada la escuela. La escuela fue pensada con función informativa y eventualmente formativa de valores. Hoy eso entra en colisión con una cultura diferente que es la que los chicos traen como nativos de estos géneros confusos.

La próxima reunión comenzaremos por aquí y cerramos.