

Para un enfoque socio-discursivo de los géneros periodísticos¹

For a socio-discursive approach of the journalism genres

Jean-Michel Utard

Universidad Robert Schuman, Estrasburgo
Jeanmichel.utard@misha.fr

Resumen

El artículo revisa la noción de “género” bajo la premisa de que éste no sólo constituye una forma de organización y caracterización del discurso, sino que también es el conformador de una serie de prácticas sociales. De esta manera, propone que los géneros periodísticos condicionan no sólo el discurso de los medios sino el trabajo de los periodistas, el uso de los distintos soportes y las disposiciones de las audiencias. Por lo anterior, se concluye que es necesaria una aproximación sociológica para el estudio de los géneros del discurso periodístico.

Palabras clave: Periodismo, géneros, discurso.

Abstract

The paper reviews the concept of “genre” under the premise that it is not only a form of organization and characterization of speech, but also the shaping of a series of social practices. In this way, it suggests that journalistic genres conditions not only the media discourse, but the work of journalists, the use of different supports and the disposal of the audiences. For these reasons, it concludes that it’s necessary a sociological approach for the study of journalistic’s genres.

Keywords: Journalism, Genre, discourse.

Introducción

Cada día, la actualidad nos da motivos para cuestionar el rol del periodismo en el espacio público. O bien celebramos su presencia en los países en guerra o denunciamos su dependencia

1. Traducido desde el francés por Jacqueline Fernández Cellier.

en relación con las fuentes; o bien nos inquietamos por los efectos de las asociaciones de empresas de prensa en su autonomía o nos alegramos por su capacidad de revelar “escándalos”; o bien valorizamos su rol pedagógico en la formación del ciudadano o nos inquietamos por su dependencia del lector vinculado con la comercialización de la prensa. Podríamos continuar largo tiempo citando el discurso público sobre el periodismo, no haríamos más que inventariar las diferentes etapas del mismo “mito” (Le Bohec, 2000): el periodista “enuncia” el mundo manteniendo también a distancia su subjetividad, las estrategias de sus fuentes, las lógicas mercantiles de las empresas que lo remuneran y las expectativas de sus lectores. La información periodística se habría transformado así en el engranaje esencial del funcionamiento democrático de nuestras sociedades, constituyéndose en un “cuarto poder” independiente del legislativo, del ejecutivo y del judicial y encargado en nombre del “pueblo” de vigilar sus disfuncionamientos.

Géneros e identidad discursiva

Es verdad que el periodismo actual es el resultado de una ruptura con las prácticas de la información que lo precedieron, al punto que se ha podido hablar de “invención del periodismo” (Ferenczi, 1993). Esto consistió a la vez en el surgimiento de una función social distinta y en la construcción de un “orden del discurso” específico (Chalaby, 1998): esta transformación pudo ser caracterizada como el paso de un periodismo de opinión a un periodismo fáctico. A partir de este período (fin del siglo XIX en Francia), la prensa no es más el lugar de expresión de las opiniones de los actores públicos, ni de los comentarios de los “intelectuales”, sino el espacio donde se relatan “hechos”. Entonces, se imponen la figura del periodista-reportero y la regla de la objetividad que prescribe las modalidades de la separación de los hechos y de los comentarios, estableciendo así las bases de una retórica propiamente periodística. El periodismo se especifica progresivamente, expulsando fuera de su territorio cualquier discurso perteneciente a otra esfera: literatura, ciencia, comunicación, política, etc. (Ruellan, 1993). Este movimiento de profesionalización va acompañado de una racionalización de las técnicas de obtención y de tratamiento de la información, y de un trabajo de formalización de estas técnicas con fines de formación.

Lo que caracteriza este proceso de construcción de una profesión, es el estrecho vínculo que une la explicación de las racionalidades profesionales y la definición de una identidad social. En efecto, el periodismo se define como la producción, en publicaciones periódicas, de ciertos contenidos de redacción que responden a normas de escritura y estilo. Los manuales de formación así como las normas de redacción de los periódicos, proponen toda una nomenclatura de géneros periodísticos y reglas de escritura destinadas a racionalizar el trabajo de producción de la información, pero también a garantizar el respeto de la deontología profesional. Las normas discursivas contribuyen así a fijar las fronteras de lo que aparece como una función social autónoma.

Este vínculo, entre las normas de discurso y la identidad discursiva de los enunciadores,

lleva a considerar las transformaciones que se observan en las producciones periodísticas como desviaciones, confusiones, incluso rupturas del contrato comunicacional. En los medios de comunicación, y más particularmente en la televisión, las fronteras entre los diferentes contenidos propuestos parecen confundirse: la diversión, la publicidad, la información, la ficción cruzarían sus objetivos e intercambiarían sus formas, produciendo un flujo de palabras y de imágenes, indiferenciado. Esta confusión de géneros sería particularmente perjudicial para la información, puesto que el periodismo perdería esta autonomía discursiva considerada como propia de su identidad.

El asunto de los géneros de discursos periodísticos vuelve a ganar interés, en cuanto a que son la manifestación visible de las transformaciones más profundas de las estructuras de producción, pero también como lugares donde se juega la credibilidad del contrato que relaciona al periodismo con el espacio público. Las nuevas tecnologías de la comunicación, y en particular el desarrollo de Internet, han reavivado los temores de una disolución de los géneros, y por lo tanto de las identidades discursivas. Pero más generalmente, las declaraciones alarmistas son alimentadas por el conjunto de transformaciones que se observan en el mundo de la prensa: por ejemplo, el desarrollo espectacular de la prensa de información general gratuita, o la multiplicación de revistas difundidas por las empresas de servicio y las instituciones, o la invasión de sitios personales en la web (los *weblogs*), etc. Tantos géneros periodísticos diferentes, nuevos quizás, que implican evitar las posiciones normativas para comprender la dinámica discursiva que los anima.

La multidimensionalidad de los géneros mediáticos

El tema de los géneros es frecuente en los estudios sobre el discurso de los medios. Lejos de ser un asunto meramente especulativo, la categorización de los discursos coincide con los desafíos sociales, políticos, culturales de los medios en el espacio público. Como prueba, el recurso de clasificación de los productos mediáticos en géneros no es exclusivo de los investigadores. Los programadores de televisión recurren a él en la construcción de sus programaciones para abrir un horizonte de expectativas en los telespectadores. El legislador lo utiliza para definir las obligaciones de los canales en materia de misiones de servicio público o para definir los derechos correspondientes a la propiedad intelectual.

Se ve entonces que la clasificación de los productos mediáticos no es una simple operación documental. Su uso abarca varias dimensiones, a la vez práctica, jurídica, ética con incidencias económicas y culturales evidentes. La serie que reproduce el modelo de un género tiene un costo de producción inferior a la película única que pretende transgredir este mismo modelo. Y la apreciación sobre tal o cual género valoriza más o menos explícitamente la creación con respecto a la repetición, según una jerarquía cultural históricamente elaborada.

El enfoque del género únicamente a través de dimensiones textuales o semióticas, alcanza entonces rápidamente sus límites. En el campo de la teoría literaria que contribuyó a establecer

la noción de género, la problemática de la intertextualidad es central. Las obras literarias se desarrollan en un espacio cerrado donde los textos responden a una citación, alusión o transformaciones hipertextuales para retomar la terminología de Gérard Genette. Entonces, los géneros están ahí definidos, ya sea como la manifestación de universales del pensamiento humano en su capacidad de narrar o representar el mundo, ya sea como convenciones históricamente construidas reflejando la forma en que una época habla de sí misma. El juego de la literatura está totalmente dentro de las leyes del género, ya sea para respetarlas, ya sea para transgredirlas. Evidentemente, las exigencias de la edición y de la difusión contribuyen a fijar las reglas del género, pero la figura del autor permanece en el centro de las categorizaciones genéricas.

En el campo de los medios, los géneros, si es que hay, son la manifestación de una transacción entre una multiplicidad de actores. Este hecho está disimulado por los dispositivos de difusión de los productos mediáticos. En la televisión, el noticiero aparece como el del presentador que me mira directo a los ojos; la emisión de un programa realizado en estudio es la del animador que corre entre sus invitados y el telespectador; la novela o la serie son obra de un realizador. Esta encarnación en figuras identificables contribuye a distribuir las emisiones en grandes conjuntos que responden a funciones estabilizadas: informar, cultivar, distraer y, en nuestros modernos medios, persuadir. Esta observación es la misma para la prensa y la radio. Los géneros serían formas discursivas propias de cada una de estas grandes funciones. La diversidad de géneros sería el reflejo de una combinación variable de recursos lingüísticos, semióticos, textuales y enunciativos por parte de los productores con intención de producir sus discursos según su función; por ejemplo, el noticiero radio-televisado, el juego radiofónico, el debate, etc. serían géneros mediáticos destinados a promover, informar, divertir, cultivar.

Es innegable que este modelo explicativo permite dar cuenta de la diferencia fundamental del discurso mediático y la literatura. Si bien ésta encuentra las leyes de sus géneros en los juegos del autor con las figuras del narrador, los discursos de los medios son la manifestación “de superficie” de interacción entre diferentes obligaciones, incluso contradictorias: las de las condiciones de producción (las empresas mediáticas, los actores, las tecnologías), las de la situación de la comunicación (los objetivos, las expectativas, las convenciones) y las del lenguaje, y más ampliamente de los sistemas semióticos y del discurso. En este sentido, el modelo del “contrato” propuesto por Patrick Charaudeau representa una conceptualización posible de la estabilización en un momento dado de estas interacciones. Los géneros, como construcciones históricas, son el resultado de convenciones implícitas que hacen posible la comunicación en una esfera cultural dada. Nos ponemos de acuerdo sobre quien habla, a quien, con qué objeto.

Esta noción de contrato está más próxima del contrato social de Rousseau que de su uso jurídico. Al igual que la ausencia de respuesta sobre el origen del mundo no nos impide vivir juntos (incluso si precisamente esta ausencia de respuesta común hace difícil la cohabitación), la vaguedad que rodea la formación y la “firma” del contrato de comunicación no impide que

nos hablemos y comprendamos. Sin embargo, el modelo convencional es limitado en cuanto a la dificultad de dar cuenta de las transformaciones que afectan la producción de los discursos sociales, y en particular los mediáticos. Si el contrato no tiene inicio identificable, tampoco tiene fin. La paradoja constituyente del contrato, y por lo tanto de los géneros que son su expresión visible, es estar en negociación permanente. El género gana entonces no ser más considerado como una forma fija en la cual vendría a moldearse el discurso, sino como el resultado siempre en movimiento de una práctica discursiva contemplada como práctica social.

La pertinencia de los géneros periodísticos

Si dejamos la perspectiva del discurso mediático en su conjunto para interesarnos en el discurso de la información, y más específicamente en el discurso periodístico, se plantean las mismas interrogantes. Incluso, las categorizaciones genéricas tienen allí mayor peso, en la medida que el tema de la verdad, es decir de la exactitud y de la sinceridad del discurso periodístico, está en el centro del contrato que vincula esta profesión con sus públicos.

La definición de los géneros aparece muy pronto en el discurso profesional de los periodistas y corresponde a una elaboración empírica con fines de formación. Desde 1890, manuales de periodismo tratan de formalizar las técnicas de producción de la información, pero la concepción del periodismo como expresión de un talento individual de escritura sigue siendo dominante (Ruellan, 1993). A partir del año 1950 se desarrolla la exigencia de elevar la calificación de los periodistas lo que provoca la multiplicación de manuales prácticos que proponen categorizaciones de los productos periodísticos en géneros. El más reciente de entre ellos, *Le manuel de journalisme* de Yves Agnès (2002), propone cinco categorías que dan lugar a 27 tipos de artículos: artículo de información estricta, narración, estudio, opinión exterior, comentario. Estas categorías están basadas en una finalidad: “se relata, se cuenta, se profundiza, se da la palabra, se comenta”. El género va a determinar primero el proceso de producción (modalidades de obtención de la información, tiempo pasado) y al final el tipo de escritura. Pero no por ello se deja de lado la parte personal y las diferentes figuras de periodista estarán relacionadas con la mayor o menor capacidad de cada uno para la investigación, el análisis, el testimonio, la abstracción, etc. y finalmente con sus talentos para escribir.

Desembocamos así en una situación paradójica: la universalidad de la profesión se define a través de los géneros discursivos que despersonalizan la enunciación, y al mismo tiempo el estilo personal del periodista es presentado como una variable significativa del discurso periodístico. Esta paradoja se reconoce en la ausencia de referencia a los géneros en las normas de redacción de los diferentes tipos de prensa. Otras categorías como la “sección” o los “formatos” tienen efectos estructurantes más fuertes que los géneros. Y la regulación entre estos marcos de formateado y la singularidad de la enunciación de cada periodista remite hacia una ética de la relación con el lector más que a una técnica de escritura (Prodhomme, 2003).

Sin embargo, la existencia de géneros periodísticos reviste tal evidencia que los

encontramos, dejando de lado las variantes terminológicas, más allá de la esfera profesional. Independientemente de las formalizaciones necesarias para la transmisión de la experiencia y de las racionalizaciones útiles para una práctica eficaz y económica del oficio, los géneros tienen en efecto una dimensión pública. Son parte de la vulgata común que indica como leer un periódico. Incluso aún, son explícitamente designados como tales: por su nombre (editorial, retrato) o índices gráficos (tipografía, enmarcados) o su ubicación en el periódico. El género se sitúa entonces en la articulación de la producción y de la recepción del texto periodístico y designa una configuración de índices que dibujan un marco y abren un horizonte de expectativas, contribuyendo así a definir el periodismo.

Es así como para Patrick Charaudeau “los géneros se inscriben en una relación social en tanto ellos son el testimonio de una codificación” necesaria para la producción y la recepción de los discursos, necesidad que él define como un “contrato” de comunicación (Charaudeau, 1997). Sin embargo, para él toda tipología está necesariamente determinada por su “lugar de pertinencia”: así, una tipología de géneros periodísticos basada en formas de hacer no puede ser la misma que una tipología basada en maneras de decir (confusión observable según él en las formas de tipologías propuestas por los manuales de periodismo). Por esto, el proceso tipológico que él propone es una categorización de los enunciados, por lo tanto de los productos de la práctica discursiva, en la medida que ellos solos son portadores de parámetros “susceptibles de ser reconocidos por la instancia de recepción”. En este sentido, cada género es una especificación, en una situación determinada “correspondiente a un campo de la práctica social”, de las características comunes a todo acto de lenguaje. Y cada nivel de la arborescencia permite definir subclases de géneros, incluso si una tipología lisible y operatoria supone recurrir a una cantidad limitada de criterios.

Propone así retener cuatro ejes de tipologización de los textos de información mediática, es decir que respondan a la misma finalidad informativa. Su tipología genérica se basa en componentes del texto y de la situación: las “modas” discursivas (los procedimientos de construcción del acontecimiento: relatar, comentar provocar), la instancia enunciativa (periodista o actor social o experto), el tipo de contenido (relacionado con la sección), el dispositivo (relacionado con la materialidad del soporte, escrito o audiovisual). Tendremos así, por ejemplo, cruzando el modo discursivo y la identidad del locutor (combinado con su grado de compromiso), una oposición entre la *tribuna* (acontecimiento provocado + instancia externa comprometida) y el *retrato* (acontecimiento relatado + instancia interna comprometida).

Se plantea aquí el problema del grado de generalidad de los géneros descritos y de su relación con una problemática de identidad periodística. Ahora bien, las nomenclaturas propuestas tienen su origen en las prácticas del periodismo de prensa escrita, y más aún de la prensa de información general. Su generalización a otros segmentos de la prensa, *a fortiori*, a otras formas de medios, impone al menos un nuevo inventario.

Hacia un enfoque descriptivo y dinámico de los géneros periodísticos

Toda categorización del discurso periodístico en géneros se refiere más o menos explícitamente a una definición del periodismo. Ahora bien, los estudios de sociología empírica del periodismo (Neveu, 2001) muestran que es difícil seguir hablando del periodismo en singular. Así, el modelo de la mediación de la información en un espacio público racional y unificado está ampliamente contrabalanceado por la diversidad de prácticas que hacen aflorar la identidad profesional del periodismo. La información en sí misma ya no puede ser pensada como un objeto único, sino más bien como el producto segmentado de prácticas sociales diversificadas. El periodismo se declina en plural, y con Erik Neveu se pueden señalar diferentes categorías de periodistas según su forma de trabajar (periodismo de terreno o periodismo de escritorio), las jerarquías (editorialista, reportero, redactor, free-lance), las especializaciones (por las secciones, pero también por los tipos de prensa), los objetos (la información general y la información práctica), etc.

Sin embargo, no es posible establecer una homología entre categorías de periodistas y géneros periodísticos. En efecto, si las estructuraciones profesionales se manifiestan en la distribución y la jerarquía de ciertos géneros (se habla de editorialista, de reportero, periodista de hechos diversos, etc.), muchas otras categorías profesionales no están relacionadas con un género particular (free-lance, corresponsal local, secretario de redacción). Además, las reestructuraciones de las empresas de prensa y las transformaciones de sus estrategias editoriales conducen al desarrollo de la polivalencia de los periodistas que se transforman cada vez más en “productores de contenidos”. Pero a cambio, este efecto homogenizador de las obligaciones de producción tiene efectos inversos: los periodistas se esfuerzan en preservar su autonomía frente a sus fuentes y lógicas de comercialización de la información mediante la invención de formas nuevas.

No se trata sin embargo de renunciar a dar cuenta de las regularidades discursivas y de reflejar toda la producción periodística en una yuxtaposición de palabras individuales. Pero ningún modelo que integra los componentes textuales y las características de la situación de producción de discurso puede dar cuenta del carácter inestable de la práctica discursiva del periodismo. Se trata más bien de abandonar la ambición de construir un sistema único de géneros que abarque la diversidad de las prácticas. Tal sistema sólo podría reflejar la forma dominante del periodismo que se ha impuesto por más de un siglo de historia y que en gran medida corresponde a una mitología de la autonomía del periodista.

Los textos periodísticos no son más homogéneos que cualquier otro producto discursivo y no podemos oponerlos unos a otros según criterios rigurosamente lógicos. Más bien reconocer con Jean-Michel Adam (1997) la gradualidad de las diferencias entre los diferentes géneros señalados, y conformarse con el proceso prudente de descripción propuesto por Tomachevski desde 1925: “Hay que hacer un enfoque descriptivo en el estudio de los géneros y reemplazar la clasificación lógica por una clasificación pragmática y utilitaria, considerando

únicamente la distribución del material en los marcos definidos” (en Adam, 1999). Con este fin, inspirándose en las proposiciones de Maingueneau, Adam propone definir parámetros descriptivos del género, incluso si no se encuentran todos en cada género, e incluso si no oponen los géneros entre ellos. Tendríamos así criterios enunciativos (estatuto de los enunciadores y destinatarios, circunstancias de la enunciación), criterios “mediológicos” (tipos de soporte), criterios semánticos (familias de acontecimientos), criterios formales (longitud) y lingüística (composición textual). La categorización consistiría en proceder a la descripción de “familias” de productos periodísticos, mediante un acercamiento intuitivo entorno a prototipos situados en un continuum más que en un sistema de oposición.

Estos acercamientos permiten dar cuenta de modalidades del funcionamiento prescriptivo y de la función reguladora del género, que remiten a su parte normativa. Pero la vaguedad de las fronteras y la gradualidad entre los géneros permiten considerar las variaciones y las transformaciones, incluso las innovaciones de las cuales es testigo la práctica cotidiana del periodismo. La maleabilidad del género que se especifica según la situación o su vaguedad constitutiva implica, al igual que el talento del periodista, la aptitud de las normas para evolucionar y transformarse. Si bien el género puede aparecer como una estructura configurante estabilizada, sólo puede ser como la manifestación siempre provisoria de un proceso dinámico.

Para retomar la formulación de Jean-Michel Adam, los géneros son entonces considerados como “tipos de prácticas socio-discursivas”. La sociología de los actores y de las organizaciones, no puede dar cuenta sola de los procesos que estructuran el orden del discurso periodístico que hace posible la comunicación. Y por su parte, el análisis de corpus de producciones periodísticas no entrega todos los parámetros que estructuran las prácticas de producción en sí mismas. La actividad de descripción supone que sean cuestionados simultáneamente los productos periodísticos y sus condiciones de producción: tanto como los productos en sí mismos, deben analizarse los dispositivos de producción, los discursos de los actores sobre su práctica, las leyes y reglamentos fundadores de la profesión, las normas de redacción, los numerosos y diversos escritos de actores de la profesión, etc.

Este procedimiento permite escapar del carácter normativo de las categorizaciones profesionales que expulsan fuera del periodismo formas emergentes que parecen amenazarlo. El enfoque socio-discursivo por el contrario, permite mostrar que los géneros periodísticos son configuraciones estables de una práctica discursiva que hace interactuar tres instancias que son las fuentes, los profesionales y el público. Pero este enfoque permite también dar cuenta de la dinámica de estas interacciones que produce una transformación de los géneros sin por eso poner en tela de juicio la identidad periodística. Por ejemplo, la prensa gratuita de información general, financiada por la publicidad, preocupada de construirse audiencias, corresponde a una forma de comercialización de la información, pero ocupa un espacio que los públicos de la prensa tradicional han abandonado. Se inventan géneros discursivos que a pesar de no ser considerados como nobles no dejan de ser menos periodísticos e incluso

son utilizados por la prensa pagada. La noción de género muestra entonces su productividad explicativa, en la medida que da cuenta de las lógicas sociales y de los desafíos de la producción de información.

Referencias bibliográficas

- Adam, J. M. (jun. 1997). "Unités rédactionnelles et genres discursifs: cadre général pour une approche de la presse écrite". *Pratiques* N° 94.
- (1999). *Linguistique textuelle. Des genres de discours aux textes*. Paris: Nathan.
- Agnes, Y. y Hervouet, L. (2002). *Manuel de journalisme*. Paris: La Découverte.
- Charaudeau, P. (1997). *Le discours d'information médiatique. La construction du miroir social*. Paris: Nathan-INA.
- Charaudeau, P. y Maingueneau, D. (2002). *Dictionnaire d'analyse de discours*. Paris: Seuil.
- Ferenczi, Th. (1993). *L'invention du journalisme en France*. Paris: Payot.
- Le Bohec, J. (2000). *Les mythes professionnels des journalistes*. Paris: L'Harmattan.
- Maingueneau, M. (1998). *Analyser les textes de communication*. Paris: Dunod.
- Neveu, E. (2001). *Sociologie du journalisme*. Paris: La Découverte-Repères (nouv. éd. 2004).
- Prodhomme, M. (2003). *La place du discours sur l'éthique dans la construction de l'identité et de l'espace professionnels des journalistes*. Thèse de doctorat. Dir.: J-F. Tétu. Université Lyon II.
- Ringoot, R. y Utard, J-M. (2005). *Le journalisme in invention. Nouvelles pratiques, nouveaux acteurs*. Presses Universitaires de Rennes, coll. Res Publica.
- Ringoot, R.; ed. (2005). *Genres journalistiques. Savoirs et savoir-faire*. Actes du colloque de Lannion. Paris: L'Harmattan.
- Ruellan, D. (1993). *Le professionnalisme du flou*. Presses Universitaires de Grenoble.