

G

ÉNEROS TELEVISIVOS Y CULTURA CONTEMPORÁNEA

71

Alicia A. Poloniato*

Fragmentación formal, multiplicidad temática, trazado de fronteras vs. imprecisión de fronteras, creación y reproducción de sentido vs. vaciamiento de sentido, estructuración y desestructuración, realidad ficcionalizada vs. ficción realista, son algunos de los opuestos que se conjugan y cuyos niveles mismos se trastocan y confunden en el macrodiscurso televisivo.

Por éste entendemos el conjunto formado por los programas informativos, de entretenimiento y los que obedecen a diferentes dosis de unos y otros, por las repetidas y variadas incrustaciones –publicitaria, propagandísticas y de continuidad y anuncio programático– y, por fin, por las interreferencias –interdiscurso– entre programas y entre éstos y las incrustaciones aludidas.

El macrodiscurso televisivo conforma, en su multiplicidad, fragmentación y heterogeneidad, una función de comunicación y una estructura de

* Profesora del Departamento de Educación y Comunicación, UAM-Xochimilco.

sentido, aunque carece de evidencia empírica a nivel de su reconocimiento consciente. Se trata de un nivel no explícito de comunicación "... que domina con ligeras variantes cosméticas, en las televisiones del mundo..."¹ Es pues una forma de hacer televisión, pero contemporáneamente una forma cultural que sintetiza, reconvierte, asimila y transforma las formas culturales de nuestro tiempo.

Las condiciones por las cuales los públicos reciben información, participen en mayor o menor medida en la vida pública, obtienen entretenimiento, información y hasta enseñanza, se han modificado profundamente en este siglo mediante las instituciones de comunicación masiva, o mejor, de las industrias de la cultura. De entre éstas, desde mediados del siglo, la más importante es la institución televisiva.

De esto no cabe duda, pero tampoco de que existen mecanismos y criterios que "operan como filtros para la selección, producción y difusión de artículos de información y entretenimiento; que contribuyen a establecer lo que podría describirse como la producción selectiva de formas culturales".²

En este sentido, frente a las fuerzas centrífugas obrantes en el macrodiscurso televisivo, actúan como tendencias unificadoras —que representan, en definitiva, selectividad de formas culturales— la espectacularización y la ficcionalización.

La primera se acepta en un doble significado. Por un lado, el de la transformación de cualquier materia o tema en espectáculo y la reconversión en espectáculo televisivo de los espectáculos externos a la televisión (por ejemplo, los eventos deportivos, los rituales religiosos, las representaciones teatrales). Por otro lado, por espectacularización se conviene en el carácter espectacular que asume la TV en vista del espectador, quien recibe imágenes mediadoras entre las construidas por su percepción y el mundo referencial. El empleo de efectos visuales computarizados ha venido a acentuar la mediación espectacular.

La ficcionalización, segunda tendencia unificadora a la vez que selectiva, otorga en mayor o menor grado carácter ficcional a todo ámbito de tratamiento televisivo. Por ejemplo, los noticiarios, los reportajes, las entrevistas, los relatos documentales, que tan tranquilamente suelen adscribirse a captura de la realidad, ostentan todos algún grado —mayor o menor— de ficción. Baste pensar en la importancia que revisten en cualquiera de tales programas las puestas en escena, los movimientos y angulaciones de las cámaras, la estructuración de bloques con o sin insertos, etcétera.

En este marco general cobra particular resonancia la consideración de géneros y formatos televisivos, a los que nos dedicaremos centralmente en este artículo. En la TV la multiplicidad y heterogeneidad de géneros, sus mezclas y las reconversiones, son asunto cotidiano.

Uno de los efectos de esta compleja articulación de procesos de fragmentación y continuidad reside precisamente en su carácter heterogéneo, es decir, en su *capacidad de integrar en el interior del macrodiscurso televisivo multitud de géneros, tanto por lo que respecta*

¹ Jesús González Requena, *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*, p. 11.

² J.B. Thompson, "La comunicación masiva y la cultura moderna. Contribución a una teoría crítica de la ideología", en *Versión, Estudios de comunicación y política*, núm. 1, octubre, 1991, p.

a sus referentes (ficticios, reales –o documentales [...]–, culturales, espectaculares, etc.) como a sus características discursivas –o registros genéricos– (dramáticos, informativos, musicales, cómicos, etc.).³

La situación genérica, que en el nivel del macrodiscurso es indicativa de su fragmentación y heterogeneidad, se manifiesta también en los programas particulares, los anuncios de continuidad, los comerciales, etcétera. Las combinaciones múltiples, la fragmentación y las nuevas recomposiciones dan lugar a lo que suele llamarse nuevos “formatos”. Ejemplos típicos de dichas misceláneas son los *magazines* que, sobre la base de ciertos principios de estructuración, desestructuración y duración, han hecho posibles un número muy grande de nuevos formatos.

Géneros y formatos nos interesan en la medida en que, por las razones apuntadas, se constituyen en “dispositivos” de representación particulares de la Institución Televisiva que implican a los espectadores en el proceso de situarlos en un modo de consumo programado.

Precisamente entre los géneros y formatos, entendidos como dispositivos al implicar los modos de consumo o contratos de lectura que se proponen a los espectadores, se sitúan los incipientes modelos teóricos que pretenden distinguir la paleo de la neo-televisión.⁴

En la heterogeneidad, en las profusas mezclas de géneros y formatos, en la celebración de rutinas consagradas, así como en los márgenes de creatividad, se mueven las interacciones comunicativas de la TV y los espectadores. El campo se presta a la polémica y discusión, sin embargo, por encima de ello, el propósito que nos anima en este artículo es de otra naturaleza. Pretendemos ofrecer una perspectiva actual en torno a los géneros televisivos –abarcadora también de los formatos– que, al considerarlos como estrategias o dispositivos de construcción de sentidos, no olvida el nivel de la recepción y, en última instancia, el de la cultura obrante y viva. Contemporáneamente, y de manera inevitable, se dedicarán extensos fragmentos a las descripciones, en la medida en que éstas forman parte fundamental de los elementos probatorios con relación al enfoque asumido.

Los géneros televisivos: dinámica y regulación

Puesto que recuperar la historia, en cuanto a definiciones y clasificaciones de los géneros, es un propósito interesante pero que excede a los objetivos de este artículo, asumimos la postura de Casetti, Lumbelli y Wolf. Ésta condensa una nueva perspectiva, de historia reciente, en torno del problema, ya que parte de la premisa de que los géneros son estrategias del proceso discursivo.

[...] el problema de los géneros no es un problema de ‘recetas’ para la fabricación de programas fijos, o de tipologías *a posteriori*, o de comodidad clasificatoria, sino es más bien un problema de ‘marcas’ presentes en los textos para realizar con ellas la comunicabilidad, o de estrategias para señalar los fines y los modos de lectura. En otras palabras, *el género es una característica esencial de la interacción*

³ Jesús González Requena, *op. cit.*, p. 37 (las cursivas son nuestras).

⁴ Cf. Francesco Casetti y Roger Odín, “De la paleo- a la néo- televisión. Approche sémiopragmatique”, en *Communications*, núm. 51, Televisions mutations, Seuil, Paris, 1990.

emisor/receptor. Por ella se vinculan sistemáticamente rutinas productivas o esquemas temáticos o intenciones y expectativas, a estructuras textuales y a comportamientos comunicativos".⁵

Empantanados como hemos estado por los sistemas clasificatorios o taxonómicos de los géneros, se nos hace difícil pensar, cuando de textos concretos se trata, en sus fronteras imprecisas, en los umbrales de mezclas y reconversiones y, especialmente, en qué consisten las estrategias de comunicabilidad que los sostienen. Heredamos muchos de los nombres otorgados a diferentes tipos genéricos tanto de la tradición de los estudios literarios, teatrales y cinematográficos, como de las empresas productoras —cinematográficas y televisivas— y de la publicidad. Los heredamos y usaremos puesto que para muchos, como dice un viejo adagio, conocer es nombrar. Lo importante aquí es entender las estrategias textuales en sus diferentes configuraciones, tanto en su dinámica como también en sus regulaciones y exigencias.

Vivimos justamente una época en que la noción de género —aceptada como clásica desde Aristóteles en adelante, aunque con variaciones significativas— empieza a ser subvertida conscientemente por los creadores mismos, escritores, periodistas y cineastas, y discutida, criticada y analizada por los estudios de la literatura, del lenguaje, del cine; sin embargo, si no se desdeña recordar algo de la historia de la literatura, y la más reciente y breve de la filmografía, los textos mismos siempre subvirtieron las clasificaciones de los géneros: éstos se mezclaron, se les otorgaron funciones diferentes o se crearon definitivamente otros.

Podemos remontarnos al siglo XVI y recordar que la historia de Calixto y Melibea se llamó *Tragicomedia de Calixto y Melibea*, pero no fue escrita en verso y para el teatro, sino en prosa y para ser leída. Caso interesante es el de los primeros años del cine, cuando se fueron creando géneros reconvirtiendo los de otros medios para terminar haciéndolos propios. Géneros que, a su vez, fueron subvertidos y modificados en breves periodos de tiempo.

En la TV, la multiplicidad y heterogeneidad de géneros, mezclas y reconversiones es asunto cotidiano. De ello son ejemplo, entre otros, las reconversiones múltiples de ámbitos conversacionales y de espectáculos extratelevisivos, la versatilidad del formato *magazine* y el videoclip.

Repensando el género desde el discurso

Las esferas de actividad humana, económicas, educativas, familiares, del trabajo, científicas, artísticas, religiosas, entre otras, dan lugar sin excepción al uso del lenguaje verbal (oral/escrito). Cada vez más en el presente están dando un lugar destacado al uso de lenguajes audiovisuales. Así como son multiformes dichas esferas, resultan de extrema heterogeneidad los tipos de interacciones comunicativas. A ello se agregan las intenciones y funciones que pretenden cumplir (informar, persuadir, entretener, divertir, explicar, requerir información, ordenar, enseñar, etc.); por lo que es imposible pensar que cada vez que se use un lenguaje para tal multiplicidad de esferas y para funciones tan diversas, se esté inventando una estructuración nueva, o que palabras, oraciones e imágenes se vayan sucediendo poco menos que al azar. Según Mijail Bajtin,

⁵ F. Casetti *et. al.*, "Un quadro teorico", *Ricerche Sulla Comunicazione*, p. 149. (T. del A.)

[...] cada esfera de uso de la lengua elabora tipos relativamente estables de enunciados, a los que denominamos géneros discursivos. La riqueza y diversidad de los géneros discursivos es inmensa porque las posibilidades de la actividad humana son inagotables y porque en cada esfera de la praxis existe todo un repertorio de géneros discursivos que se diferencia y crece a medida que se desarrolla y complica la esfera misma.⁶

Cualquier texto o enunciado de una interacción comunicativa –sea un diálogo cotidiano, una conferencia, un artículo periodístico, una película, un programa de TV– es individual o colectivo en su autoría, y singular y único como producto. Sin embargo, siempre se remite en diferentes niveles a algún género –más o menos puro, definitivamente mezclado, con un grado de convencionalidad variable–, o mejor, a una configuración genérica. Enorme es la diversidad de los géneros pero, con todo, establecen puentes entre emisor y receptor para la comprensión y la interpretación de los textos o enunciados. Como suele decirse actualmente, funcionan como pactos o contratos de inteligibilidad.

En este enorme universo de géneros discursivos, Bajtin estableció una primera distinción: géneros primarios (simples) y géneros secundarios (complejos). Incluidos en los primeros, entendemos los tipos que se ejercen en los variados diálogos cotidianos, familiares, amistosos, escolares, del trabajo, las órdenes militares o los relatos cotidianos. No son territorio exclusivo de la comunicación oral, también incluyen interacciones fundadas en la escritura, como los repertorios variadísimos de los oficios, las cartas burocráticas y las declaraciones públicas.

Catalogarlos como simples no quiere decir que sean fáciles. Los hay fáciles, aquéllos que aprendemos a usar y a reconocer casi sin ningún esfuerzo; y los hay difíciles, como los repertorios de los formularios y oficios, las cartas burocráticas o las encuestas. El calificativo de simple se condiciona a las intencionalidades prácticas inmediatas que cumplen los textos adscritos a tales tipos genéricos.

La otra categoría es definida por Bajtin de la siguiente manera:

Los géneros discursivos secundarios (complejos) –a saber, novelas, dramas, investigaciones científicas de toda clase, grandes géneros periodísticos, etc.– surgen en condiciones de la comunicación cultural más compleja, reactivamente más desarrollada y organizada, principalmente escrita: comunicación artística, científica, sociopolítica, etcétera. En el proceso de su formación, estos géneros absorben y reelaboran diversos géneros primarios (simples) constituidos en la comunicación discursiva inmediata.⁷

A casi sesenta años de que Bajtin formulara estas consideraciones, cabe la duda de que la comunicación cultural más compleja sea principalmente escrita. La escrita y la audiovisual parecen competir, y la segunda hasta desplazar a la primera de muchas esferas, por ejemplo en la del entretenimiento. Entre los géneros secundarios no olvidaremos, pues, señalar los géneros televisivos.

Cada producto de TV resulta ser la manifestación concreta de un discurso, es decir, una práctica de comunicación situada e institucionali-

⁶ M. Bajtin, *Estética de la creación verbal*, p. 248.

⁷ *Idem.*, p. 250.

zada. Pues toda interacción comunicativa es una práctica ritualizada y regulada por instituciones o dispositivos. Ritualizaciones y regulaciones que no funcionan desde un único lugar, el de la producción, sino desde la producción y la recepción.

¿Qué dispositivo permite juntar los hilos entre mensajes, saberes, formas de presentación, emisores y destinatarios? Se trata de una institución particular: el género, al que en TV, en particular, se agrega el formato.

Ambos se constituyen histórica y culturalmente en relación con las funciones y los usos que emisores y destinatarios adscriben a las diferentes interacciones televisivas, en relación con sus lenguajes y tecnología, y señalan de manera particular los modos de consumo. Como otros fenómenos de la cultura, son rígidos unas veces, flexibles las más, históricos y, por tanto, móviles, cambiantes.

76

Para dar cuenta del entramado que supone el dispositivo genérico en los textos televisivos, abordaremos a continuación aspectos que conciernen a las rutinas tecnológicas, a las estrategias composicionales y a algunos de los rituales que condicionan la comunicación.

Los formatos o rutinas tecnológicas

Muchas y diferentes son las acepciones del término formato cuando se adscriben a la producción audiovisual, ya sea de cine o TV. Tocaremos aquí sólo la que concierne a los diferentes niveles de definición y articulación en programas y unidades de emisión televisivos, con la novedad de encararlos como específicas marcas de género y, por ello, como vectores de sentido.

Los formatos, desde este punto de vista, integran rutinas tecnológicas al inscribirse en la racionalidad tecnológica y económica de la producción que redundan en la recepción y en las producciones de sentido de los espectadores. Aunque el horizonte de variabilidad es muy amplio, y por tanto los márgenes de creatividad a su respecto, no se excusan las imposiciones que plantean el instrumental tecnológico y los costos de producción. La literatura anglosajona sobre producción televisiva, como la de análisis e investigación, les concede un lugar de primera importancia pero sólo desde el punto de vista formal u operativo, sin establecer por lo general conexiones con la producción de sentido.

Consideramos tres factores interrelacionados, en relación con los formatos televisivos: **A**, el que concierne a la articulación de formas de presentación reconocibles; **B**, el que manifiesta el tipo de organización de la información, y **C**, el de la duración y el ritmo. La literatura antes mencionada, rara vez alude a los tres contemporáneamente.

A. Uno de los factores a tener en cuenta concierne, pues, a las maneras de articulación de segmentos visuales identificables según lo que representan visualmente.

Los tipos de **FORMATO** están articulados cultural e históricamente por reglas y clases de elementos identificables que se manifiestan en tipos de filmes y programas de televisión, tales como noticias, deportes, educación, drama, variedad y publicidad.⁸

⁸ Jeffrey Thomas Degraff, *Towards the Analysis of Instructional Television Presentational Forms: A. Case Study*, p. 29 (T. del A.)

Configuran estrategias de presentación de contenidos –clases de elementos identificables–, en el horizonte de ciertas esferas de la actividad humana que se han hecho televisivas y donde tanto su producción como su reconocimiento son de índole cultural e histórico.

Sin embargo, en programas específicos y particulares se manifiesta la tendencia, desde el ámbito de la producción, a romper con la articulación tipificada de los segmentos y sus valores estables de indentificación. Podemos encontrar en un noticiario segmentos y reglas de articulación reconocibles, no del noticiario sino del drama (como son, por ejemplo, en grandes partes, los de la cadena estadounidense NBC desde hace buen tiempo). Y los ejemplos podrían multiplicarse.

En el nivel del macrodiscurso o, más específicamente, de la red programática, las confusiones resultan todavía más significativas aunque en la mayoría de los casos no se expliquen a nivel consciente. Como espectadores con frecuencia no distinguimos ciertos comerciales de la trama de cierto programa; y también a la inversa. Unos y otros parecen integrarse y borrar sus fronteras.

B. Los formatos dan cuenta de las articulaciones de los elementos que componen un programa de TV o un filme, en función a cómo se organiza y presenta la información.⁹

Aun el observador menos perspicaz percibe que hay articulaciones distintas de la información en un noticiario y en un gran reportaje; en el primero distribuida, en el segundo organizada jerárquicamente, según un orden argumentativo. Un programa de variedades no sólo la distribuye sino que, como su nombre lo indica, reúne diversidad genérica –música, canciones, plática, actuación– y temática, en tanto que en una telenovela la información guarda interdependencia en un mismo capítulo y entre los que le preceden y le siguen en función del interés y emoción de la acción dramática.

Si en el nivel operativo de la producción las distinciones entre formatos siguen siendo básicas, no es desdeñable observar cómo suelen mezclarse de manera más consecuente que en el pasado. Así, por ejemplo, escenas propias de algunos *magazine*, que tienen muy poco que ver o una relación muy laxa con la trama, se incrustan en el formato dramático. Ahora bien, las mezclas resultan muy significativas, aunque no se establezca una forma consciente de comunicación, en el nivel intensamente fragmentado del macrodiscurso con información distribuida, temática y genéricamente diversa. Por otra parte, no hay que desdeñar el fenómeno de distribución y dislocación de la información que los mismos receptores añaden con el *zapping*.

⁹ Como es sabido, al considerar este factor se distinguen dos tipos básicos de formatos, el *magazine* y el temático, también llamado dramático, que la TV hereda del cine. En el formato *magazine* o de revista la información se distribuye, lo que equivale a decir que se presenta dividida en segmentos independientes entre sí. La temática abordada puede ser tanto semejante en cada uno de los segmentos, como del todo diferente. Teórica y efectivamente existe una enorme capacidad para jugar con diferentes duraciones de los segmentos, así como para emplear semejantes marcas genéricas o, por el contrario, muy diversas en cada uno de ellos. El formato temático se distingue del anterior porque la información se presenta en segmentos interdependientes, organizados de manera jerárquica. Bajo esta característica básica se hace necesario establecer otra distinción, puesto que no existe una forma única de presentar de manera interdependiente los segmentos o secuencias. De acuerdo con ello, diferenciamos el formato dramático del formato temático propiamente dicho, también llamado didáctico; el primero organiza la información y su jerarquización conforme a las exigencias de la acción dramática propia de la narración, en el segundo, la organización composicional que prevalece es argumentativa.

C. El tercer factor que define a los formatos televisivos es el tiempo, entendido como duración, siempre en interrelación con los factores anteriormente mencionados. De su consideración, por ejemplo, en los productos definidos por el factor anterior:

¿Cuánto dura el programa, entendido como entidad de programación? La telenovela latinoamericana, por ejemplo, se concibe en muchos capítulos, pero siempre –aunque existe para ella la posibilidad de acortarla o alargarla– se parte de una definición inicial de duración que considera el tema con una mayor o menor gama de complicaciones y ramificaciones: las audiencias y los factores de producción.

¿Cuál será el tiempo de cada unidad de emisión? Podemos regresar al socorrido ejemplo de las telenovelas, y observar que se resuelven formalmente de modo diferente cuando la duración de sus capítulos están previstos para veinte minutos o para cuarenta y cinco o cincuenta. Las resoluciones formales en el texto, a las que conduce la duración decidida para los capítulos, toman en consideración mantener las expectativas de la audiencia.

Y, por fin, ¿qué duración es la apropiada para los segmentos? Este factor siempre tuvo mucha importancia porque está asociado con la progresión y el ritmo. Sin embargo, resulta de mayor relevancia en la actualidad, dada la tendencia a imprimir un ritmo cada vez más acelerado al montaje de imágenes y de sonido. No son ajenos a este cambio la incorporación de recursos tecnológicos por computadora y la necesidad de capturar y mantener momentáneamente la atención por el *shock*. En gran parte de la publicidad, de la continuidad programática y de muchos programas, las sensaciones ocupan el lugar de los procesamientos cognoscitivos de la percepción.

Este enfoque del ritmo tiene hondas repercusiones en relación con las estrategias composicionales que abordaremos a continuación. Son quizá las marcas que contribuyen de manera más consecuente a su dislocación.

Las estrategias composicionales

Ciertos dispositivos, que corresponden a esquemas globales o modelos de base, proporcionan las formas básicas de composición en cualquier texto, en cualquier lenguaje y modalidades de relación emisor/receptor. Los esquemas globales son probablemente muy numerosos, afirma Van Dijk, pero los más estudiados son: el narrativo, el conversacional y el argumentativo.¹⁰

Un componente formal y un componente pragmático constituyen el fundamento de esta aproximación que proviene de las *teorías del texto*, también denominadas de las *gramáticas textuales*. Hemos elegido esta

¹⁰ Cf. Teunen Van Dijk, *La ciencia del texto*, Cap. 5 “Superestructuras” y Cap. 7 “Texto e interacción. La conversación”. Los modelos de base o superestructuras, como las denomina Van Dijk, tienen como propiedad común definir los textos en su conjunto o en extensos fragmentos. A diferencia de otros que los consideran en su unidad y coherencia interna. De acuerdo con ello, los diferentes modelos determinan el orden o coordinación global de las categorías o unidades que lo componen. “La expresión formal sería la siguiente: una superestructura *se plasma* en la estructura del texto. Es decir, que la superestructura, en la que se basan enfoques de este tipo o similares, es la de que una serie de esquemas por lo menos estarían fundados en el carácter convencional de las reglas que los usuarios (emisores y/o receptores) conocen o reconocen.

perspectiva para inaugurar el examen de las marcas de género en el orden de las estrategias de composición, porque

proporciona un modelo de la interacción comunicativa: en ella el texto no es un objeto cerrado en su arquitectura definitiva, ni algo que sus componentes organizan de una vez y para siempre –como resulta de cualquier enfoque taxonómico sobre los géneros–, sino que, por el contrario, es el centro de una suerte de “dinámica” entre la acción del hablante y la del oyente, entre la producción y la interpretación.¹¹

Cada uno de los esquemas globales por separado, como la reunión de más de uno en distintos fragmentos de un texto, en vínculo con el lenguaje particular empleado, dan lugar a conjuntos específicos de marcas de género cuyas características comunes son de orden composicional y pragmático. La enorme variedad genérica, tanto de géneros primarios como de secundarios, a la que hacíamos alusión arriba, encuentra bases comunes reguladas entre sí y entre unos y otros, así como una dinámica propia determinada por las condiciones de la interacción comunicativa.

Los esquemas o superestructuras por los que un texto se organiza, cumplen con diferentes funciones sociales de comunicación que involucran al emisor y al receptor. Presentar pruebas, explicar, efectuar razonamientos, no es lo mismo ni tiene la misma función que narrar un acontecimiento, aunque a veces la narración también lo haga de manera indirecta. El conversar, bajo las múltiples maneras sociales que asume, puede incluir como objeto la argumentación acerca de algo o una narración ejemplificadora, sin embargo, en su conjunto como tal, desempeña entre los interlocutores una función social distinta de las anteriores.

Los productos derivados de los esquemas básicos, con específicas marcas genéricas al respecto, afinan y particularizan tales funciones de comunicación para las cuales los textos se destinan. No son, por tanto, meros esquemas vacíos, pues al cumplir diferentes funciones de comunicación proporcionan pautas de sentido. Esto explica la razón por la cual desde la perspectiva de las *teorías del texto* se concede poca importancia, en este nivel de análisis, a los temas que los textos abordan.¹²

Si bien un “mismo tema” puede pasar por cualquiera de los esquemas, nunca es el mismo, porque al plasmarse con ellos diferentes intenciones y funciones de comunicación se construyen sentidos distintos. Es probable, sin embargo, que existan preferencias culturales por algunas asociaciones antes que por otras. Que esto último tiene bastante asidero, lo demuestra la TV misma en muchas de las correlaciones formales y temáticas que ha establecido históricamente, y cuyo examen permite ilustrar sus criterios de selectividad de formas culturales y de funcionalidad en razón de las audiencias.

Los tres esquemas básicos –conversación, narración y argumentación– están representados de manera bastante equitativa en la TV. A diferencia del cine que, como industria, se constituyó sobre todo en torno a la narración y, desde ésta, en la forma dramática, la TV comercial recurre consecuentemente a los tres.¹³

¹¹ F. Casetti *et. al.*, “Un quadro teórico” *op. cit.* p. 155 [T. del A.].

¹² Conviene retener que es en este nivel de análisis que las *teorías del texto* conceden poca importancia a este aspecto, pues del conjunto de la teoría no se ha excluido el tratamiento de un componente semántico - referencial.

¹³ En nuestro libro *Genéros y formatos para el guionismo en Tlevisión Educativa*, ILCE, México, 1992 (2da. edición aumentada y corregida), hemos dedicado todo

Para el tema que nos ocupa, esta asunción tiene consecuencias de importancia tanto desde el punto de vista teórico como metodológico, no sólo formal sino cultural, social y tecnológico. Por un lado, permite distinguir grandes áreas de tratamiento televisivo y sus mezclas más consecuentes por las funciones sociales que globalmente se pretende que cumplan. Si el cine comercial es y fue principalmente narrativo y representativo (dramático), no se debe a ningún determinismo técnico y tecnológico propio de las imágenes en movimiento, sino a razones de orden económico, social y cultural que entrelazaron los intereses de los productores y de las audiencias reales y potenciales. De hecho, junto a este cine mayoritario existió y existe un cine periodístico, o informativo, o publicitario, o científico, entre otros, cuyas formas no siempre ni necesariamente pasan por el drama o más globalmente por la narración.

Para el cine y la TV las características tecnológicas que permiten la reproducción de imágenes y su movimiento, hacen ciertamente que sus productos sean de representación figurativa. Ahora bien, la influencia de los estudios estructuralistas sobre la narración, tanto como la mayoría abrumadora de la forma narrativa y representativa en el cine, fueron factores determinantes para atribuir cualidades narrativas intrínsecas a las imágenes en movimiento. Sin embargo, la configuración del espacio representativo se especializa y los textos plasman, tanto desde el punto de vista de la producción como del de la recepción, es decir, en función del conocimiento y del reconocimiento de los usuarios, diferentes esquemas.

Antes de pasar a considerar algunos casos particulares inscriptos en la narración y la conversación televisivas —lo concerniente a esquemas argumentativos será dejado de lado, ya que incluirlos aquí haría exceder con mucho los límites de este ensayo—, nos permitiremos tocar, aunque sea superficialmente, el problema de las representaciones del cine y la TV, y su referencialidad, puesto que toca de cerca a nuestro problema.

Dos grandes áres se han considerado en función de las representaciones audiovisuales y sus referentes: la ficción y lo documental. Sin embargo, como lo advierte Zunzunegui, esta distinción, en definitiva, no es tan nítida:

... todo filme de ficción *documenta* su propio relato —a través del acto analógico de la filmación o cuando menos de las bases que lo hacen posible— y todo filme documental *ficcionaliza* una realidad preexistente por la elección del punto de vista.¹⁴

Para la TV en particular, la segunda parte de esta observación reviste gran importancia si consideramos la gran cantidad de programas que se presentan como documentales. Estos abarcan tanto formas narrativas de relato —por ejemplo, en noticiarios, las transmisiones deportivas, etc.—, como las múltiples y variadas aplicaciones de esquemas conversacionales —desde la interacción explícita pero imaginaria con el espectador, hasta

el capítulo 4 y parte del 8 a la consideración minuciosa de cada uno de los tres esquemas, tomando como punto de partida las interacciones cotidianas y estableciendo los primeros puentes entre ellas y textos cinematográficos y televisivos. No está de más señalar que si el enfoque privilegiado fue el de las teorías del texto, se recurrió también a los acercamientos distintos pero complementarios del análisis conversacional y de las teorías de la argumentación.

¹⁴ Santos Zunzunegui, *Pensar la imagen*, p. 150.



las que, sin olvidar a aquélla, exhiben intercambios reales como en la entrevista, la mesa redonda, el *show* de personalidades, los concursos, etcétera.

Cabe preguntarse cuánto hay en todos ellos de ficcionalización, puesto que no sólo funciona la elección del punto de vista, sino la puesta en escena con diversos grados de espectacularización y teatralización que, finalmente, abarca el manejo técnico retórico consecuente de las cámaras.

La narración televisiva: drama y relato

El cine y la TV han dado lugar a dos formas especializadas de narración: el **Relato** —en el cual se agrupan registros y documentales narrativos— y el **Drama**, que aún sigue identificándose con la ficción. De acuerdo con lo que antes apuntamos, más que consideraciones temáticas o de distinción entre ficción y realidad, lo que los diferencia son sus estrategias de presentación. Mientras el relato se presenta como una representación narrativa “directa” de acontecimientos y sucesos de lo real, el drama audiovisual acude a la *representación doble*: las imágenes del cine y la TV representan una representación.

En las formas más populares del drama: los conflictos se ligan a acontecimientos humanos que destacan el misterio, lo sobrenatural, lo ines-

perado, la aventura, lo romántico con sus ingredientes de intriga, emoción, suspenso y sorpresa. Con las características de los personajes y los sucesos, se construyen héroes y antihéroes que transgreden el orden y lo restauran.

Con esos ingredientes la TV ha creado, sobre la base del formato dramático, el formato de la serie y el de la telenovela. Ambos son muy propios de la TV y constituyen ejemplos, cada uno a su modo, tanto de la fragmentariedad como también de la recursividad (repetición formal pero, asimismo, repetición temática selectiva) del macrodiscurso televisivo. Si ambos se diferencian en primera instancia por el manejo de la duración y por las exigencias que distintas duraciones plantean, también se han especializado en la creación de mundos (por los aspectos culturales semántico-referenciales), o mejor, en la reconversión televisiva de los mundos creados por otros medios.

La telenovela, con ligeras variantes cosméticas y a veces con algo más que eso según las culturas de los países productores, revive a través de la modalidad melodramática el universo de los cuentos de hadas. Su fuente más directa es el radioteatro, que a su vez la tuvo del folletín. De ambos hereda una audiencia similar, femenina y de educación baja o media, pero ha incorporado, como lo comprueban numerosas investigaciones, tanto un margen apreciable de auditorio masculino como el refuerzo de aquél de nivel educativo medio y alto.

Si en las series particulares el esquema narrativo no cambia, el espectro de modalidades genéricas (comedia, melodrama, tragedia, parodia, caricaturas, etc.) y de creación de mundos (cuyas principales fuentes son el cine, la misma televisión “de antes” y hasta los comics) varía bastante entre serie y serie. Ciertamente, la forma dramática de la serie televisiva que prevalece es la de la acción, frente a la del drama psicológico interior. Entre las que corresponden a la primera pueden encontrarse tanto historias con tramas muy débiles, apenas excusas para mostrar acción, como tramas fuertes y en extremo complicadas.

Esto explica bastante la preferencia por la creación de mundos como los de la ciencia ficción, lo policial, lo detectivesco y el terror, siempre en contacto con la aventura y en gran medida con lo sobrenatural. Si el cine había marcado con cierta precisión estas áreas, la TV las ha mezclado en diferentes proporciones y su influencia se observa en el nuevo cine. No faltan tampoco las series que desarrollan la comedia de situación entre ligera y moralizante, muy del gusto de la familia, los niños y los adolescentes, que apela al mundo de lo cotidiano. A este respecto, la TV ha reconvertido la comedia teatral al crear la ilusión de un público presente en la sala, que aplaude la aparición en “escena” del actor, que festeja los chistes, etcétera.

Los relatos, en sus formas de registro —de actualidad, de interés y otros— y de “documental”, observan sobre todo estrategias que permiten recuperar ante el telespectador el prestigio de lo real, del mundo referencial al que aluden.

En los registros de actualidad, de y para la TV, influye, sin embargo, el atractivo espectacular que en sí mismo poseen ciertos hechos —aviones, bombazos, acciones bélicas, catástrofes naturales y sucesos del mundo de la delincuencia. Al resituarlos, y por ende resignificarlos, la TV los ficcionaliza.

Entre los registros “de interés” se agrupan los temas factuales como deportes y eventos políticos desde un ángulo periodístico, entre otros. En

tanto que los primeros empiezan a convertirse en espectáculo televisivo, los segundos ya lo son de pleno derecho e inciden en la realidad misma de donde se toman. Al respecto asevera González Requena:

El deporte moderno constituye hoy [...] un espectáculo televisivo –y radiofónico– ejemplar; por una parte preexiste a la televisión –suministrando así un material informativo que constituye la coartada del espectáculo–, por otra se halla sin embargo totalmente sometido a las exigencias del espectáculo televisivo [...].¹⁵

El mundo referencial ha sido sometido a las leyes de la espectacularización televisiva, y en su presentación televisiva de nueva cuenta se ficcionalizan mediante la producción de efectos dramáticos de emoción, suspenso en vista del desenlace y la creación de héroes y antihéroes.

El docudrama. Considerado un nuevo género televisivo entre los narrativos –un híbrido por excelencia–, conjuga de manera sistemática las estrategias de presentación del relato por lo real, con la ficción del drama. Por otra parte, las huellas del trabajo periodístico encierran no poco de conversacional, por lo que formalmente conserva algo de entrevista y testimonio.

Un acontecimiento real se reconstruye y dramatiza interpretado por sus verdaderos protagonistas. El no actuar bien las propias vicisitudes es un ingrediente más de realismo, que permite distinguirlos mejor de los clásicos dramas basados en hechos reales. Las técnicas de investigación periodística, si bien no se sobredimensionan, tampoco se borran por completo al destacar los pasajes más dramáticos y organizar la puesta en escena.

La conversación televisiva

Si el cine fue el principal transformador de la narración escrita y oral, la radio lo fue respecto de la conversación cotidiana. De una manera más completa y eficaz que ésta, la TV incorporó y reconvirtió la conversación radiofónica al tiempo que otras esferas conversacionales de lo cotidiano y del espectáculo (teatral y musical).

Muchos programas, los segmentos de continuidad, los de identificación de canal y gran parte de los comerciales, despliegan explícitamente estrategias conversacionales en relación con el espectador, mostrando o no, a su vez, semejantes estrategias en su organización interna.

Sin exceder el terreno de las interacciones cotidianas y tomando en consideración diferentes niveles, puede hacerse una tipificación mínima de cuyos elementos en combinación surge un vasto repertorio de formas conversacionales, que implican reglas de uso y sanciones por su incumplimiento.

En cualquier plática cotidiana no es indiferente el número de personas que intervienen, la conversación ocurre de un modo distinto si son dos, tres, siete u ocho o, por fin, un gran número como en una asamblea. La TV asimila estas peculiaridades cuando se emplea para exhibir intercambios comunicativos en el estudio o en los espacios que harán las veces de estudio, así como también organiza lo que es común en la vida cotidiana o en otros medios –por ejemplo, el teatro de variedades–, las tipificaciones de los turnos de entrada y luego las sucesivas intervenciones.

¹⁵ *Op. cit.* p. 36.

Tampoco son ajenos a la vida cotidiana los intercambios en los cuales sólo uno de los actores detenta casi el monopolio de la palabra. Esta relación unilateral, con escasas excepciones a la regla, es el tipo de relación que la TV entabla explícitamente con los telespectadores.

En cualquier plática cotidiana, y “civilizada”, aun si es muy informal y no planificada, las interacciones no son totalmente libres en cuestión de turnos y de temas, porque se ponen en juego reglas de cortesía que indican lo apropiado para las diferentes situaciones de comunicación. En la TV, donde todos los intercambios conversacionales son planificados —aunque en algunos se disimule porque forma parte del juego o porque no se ha hecho bien el programa—, sería un error pensar que valen sólo las normas de cortesía y de lo apropiado de los intercambios cotidianos o, por el contrario, que no obedece a ninguna. Las más de las veces se conjugan aquéllas, reconvirtiéndolas con la aplicación de normas propiamente televisivas, o bien éstas acaban por ser prioritarias en relación con las primeras.

¿Qué se puede o debe tratar en la TV a través de la exhibición de conversaciones? En verdad, la Institución Televisiva ha decidido sobre todo por su cuenta, y su norma ha sido de manera privilegiada el entretenimiento bajo diferentes presentaciones, con concesiones a la información. Con todo, han surgido muchos géneros conversacionales y cada uno se especializa normativamente en una cierta esfera temática, el tono que al respecto debe asumir el intercambio conversacional y las formas mismas de ese intercambio.

Programas como la variedad, el *show* de personalidades (del mundo de los negocios, de la política, del ambiente, del deporte), la mesa redonda o debate, la plática, la polémica, las entrevistas (pues existen muy diferentes modalidades temáticas y de tratamiento), los muchos programas entre periodísticos y didácticos, son ejemplos de géneros conversacionales. Más que preguntarnos sobre qué puede tratar cada uno de ellos o cuál puede ser el tono que se use, hay que interrogarse sobre cómo se ha establecido lo que deben o no ser. ¿Qué es lo apropiado para una variedad, para la mesa redonda o para distintos tipos de entrevistas?

Estos y otros programas han establecido no sólo especializaciones temáticas sino normas internas para el intercambio comunicativo en su espacio y para con el telespectador. Estas provienen, en parte, de las normas establecidas en espacios extratelevisivos que, por lo general, a excepción de las muy especializadas, conoce y maneja la audiencia. En parte, las ha establecido la TV misma hasta terminar por hacer que muchos de ellos se rijan por normas sólo televisivas.

Algunos programas organizan sus niveles conversacionales como espectáculo: así la variedad y el *show* de personalidades. En cambio, otros lo hacen en menor grado o bien sin ninguna espectacularidad; éste es el caso de la mesa redonda que puede parecer un género pobre en la medida en que está privado de espectacularidad y muy ligado a los argumentos en debate, lo cual explicaría en general el poco favor de las audiencias. Sin embargo, su análisis muestra mecanismos de regulación y articulación muy complejos e interesantes.

El videoclip

Ni estructura narrativa, ni estructura conversacional como tampoco argumentativa. Si contiene elementos aislados de la primera y segunda, —pero con seguridad ninguno de la tercera—, su realidad, más que una

mezcla de ambos, es la dislocación. Tampoco ostenta la estructura del espectáculo musical de rock en vivo y, aunque inicialmente haya podido verse como una apropiación de éste, el videoclip ha terminado por ejercer su influjo en aquél, transformando su propia realidad a semejanza del espectáculo televisivo.

Muchos videoclips organizan pautas que provocan efecto de relato, pero, como afirma García Canclini, "aun los que presentan un relato lo subestiman o ironizan mediante montajes paródicos y aceleraciones intempestivas".¹⁶ Otro tanto se puede decir en cuanto a algunas pautas de relación conversacional con el espectador.

Por lo general muy breves, condensan en ritmo acelerado una enorme cantidad de información. La superposición casi continua de varias imágenes en un mismo plano, en diferentes disposiciones, se alterna y recompone, lo cual se resuelve en alguna nueva combinación o se suspende radicalmente en el plano siguiente, para dar paso a otra imagen *shock*. Y el conjunto es atravesado, más que completado o complementado, por música y texto.

Para algunos críticos, el videoclip representa la culminación –hasta ahora– del proceso televisivo de fragmentación, de aniquilación de fronteras y de evacuación del sentido. En un orden de ideas semejantes pero más amplio, condensa y es síntesis de la posmodernidad.

Los rituales de comunicación en el género

Por último, y como lo hemos venido destacando al paso de los puntos anteriores, hay marcas de género que funcionan como marcos de las interacciones comunicativas. Lo que se dice en un texto y cómo se dice, se asocia con factores propios de una especie de ritual enunciativo, que remite, entre otras, a las condiciones de comunicación.

A cada género están asociados momentos y lugares de enunciación específicos, un ritual apropiado. El género, como toda institución, construye el espacio-tiempo de su legitimación. No son 'circunstancias' exteriores, sino los presupuestos que lo hacen posible.¹⁷

Si hemos aceptado que los géneros son inseparables de los textos y exhiben una dinámica al tiempo que una serie de regulaciones, las condiciones comunicativas en las cuales éstos se producen y reciben, conciernen tanto a los interlocutores como a las modalidades de transmisión y de recepción.

Puesto que parte del ritual involucra a los interlocutores, los destinatarios y su definición asumen un papel de primera importancia: ¿quiénes son niños, adultos, jóvenes, universitarios, trabajadores, amas de casa, campesinos? Según a quiénes se dirigen, los textos presentan marcas genéricas de construcción del destinatario. En correspondencia, un mismo texto cambia –aunque parezca inmutalbe– de acuerdo con quienes lo leen.

La TV no produce de manera indiscriminada en relación con las audiencias, se acomoda a una selección de sectores o franjas de público;

¹⁶ Néstor García Canclini, *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*, p. 284.

¹⁷ Dominique Maingueneau, *Nouvelles tendances en analyse du discours*, p. 24. [T. del A.]

las barras programáticas, sus horarios y la misma publicidad televisiva, lo muestran de manera bastante consecuente. Sin embargo, al ofrecer mayoritariamente diversión, entretenimiento y espectáculo, captura un público más amplio, pero por ello distinto en sí mismo y por sus coordenadas culturales, que el de los destinatarios más o menos definidos. En cuanto a éstos, por otra parte, sus definiciones se atienen más a considerarlos desde una perspectiva de mercado que desde otra más humana.

A nivel de los públicos, se observa la siempre renovada tendencia de la TV a la eliminación de fronteras entre edades, sexos, niveles educativos y adscripciones socioculturales en lo que concierne a gustos y preferencias televisivas. Si bien es cierto que esta especie de nivelación se produce, desde luego con muchos matices, los diferentes sectores de audiencia hacen lecturas diferenciadas de los textos. Como lo prueban distintas investigaciones de audiencia realizadas sobre todo en esta última década, no hay lecturas homogéneas, entre otras cosas porque cada sector está “usando” diferentes mediaciones en su lectura. Una de las facetas de esas mediaciones que afectan las lecturas está constituida por las marcas de género: las que se conocen y las que no se conocen, las que se reconocen de otros medios y de las interacciones cotidianas, y que se acomodan o no las televisivas, etcétera.

Las condiciones de transmisión que redundan, lógicamente, en las condiciones de recepción, también forman parte del ritual de la enunciación y, por esto, del carácter discursivo del género. Ciertamente no es un misterio que las características técnicas y tecnológicas de producción de cualquier medio, determinan diferentes modalidades de transmisión que afectan al proceso mismo de recepción, al imponer ciertas formas de ser usado, y a los textos mismos.

Las comparaciones más frecuentes para establecer diferencias que arraigan en las diferencias tecnológicas de producción y transmisión, se dan entre el cine y la TV.

El cine ofrece alta definición de la imagen y del color. De ahí que contornos, profundidad de campo, contrastes de luz y sombra, nitidez y permanencia del color, son condiciones asequibles y con las cuales es posible jugar *ex profeso*: difuminar los contornos, eliminar la profundidad de campo o acentuarla, etcétera. La TV no posee la misma definición. Por comparación con el cine es muy inferior —aparatos receptores de mejor resolución no tienen hasta el presente una distribución comercial masiva. Esta desventaja de la TV ha obligado a los productores inteligentes a plantear un “estilo” televisivo que no es de orden tecnológico, aunque depende de él. Estilo que alcanza a cómo las obras deben ser concebidas. A su vez éste ha alcanzado al cine y se ven muchas películas realizadas con “estilo” televisivo.

Sin embargo, los avances tecnológicos cada vez más acelerados, aplicables a la televisión, auguran la eliminación de las diferencias a este respecto entre cine y TV. Sin caer en el futurismo a ultranza, se señala que aun para los profesionales de uno y otro medio, al ver TV resultará indistinguible qué tecnología ha sido usada.

Con o sin futurismo, pensamos en cambio que las diferentes condiciones de transmisión entre cine y TV seguirán afectando perceptiva y psicológicamente a los receptores. Ir al cine supone una elección previa mucho más definida que sentarse frente al televisor. La sala a oscuras, la suspensión de la motricidad, la gran pantalla que invita a sumergirse, inducen a una intensa concentración perceptiva en lo visual-auditivo.

La pantalla pequeña y el modo de recepción televisiva, más distraído, menos consecuente a pesar de la cantidad de horas diarias que la mayoría de las audiencias le consagran, han sido, en gran medida, factores determinantes de las tendencias, afirmaciones, reconversiones y rupturas de diferentes fronteras en lo que atañe a rasgos o marcas de género como ha quedado demostrado en las páginas anteriores.

Para capturar y mantener la atención, tanto como para renovar el interés de las audiencias, la TV recurre a la fragmentación pero también a la recursividad, a múltiples reconversiones genéricas, a imprimir un ritmo cada vez más acelerado que disloca y desarticula. La TV se introduce en los hogares no sólo con el mero aparato de recepción, sino al establecer una relación de proximidad psicológica –imaginaria– con el espectador, para lo cual ha desarrollado diversas estrategias de presentación que la condicionan. Esta es quizá una de las razones de la implantación de tantos y tan variados géneros conversacionales.

A modo de conclusión

¿Por qué, por fin, géneros televisivos y cultura contemporánea? Las razones esperamos se hayan visto desplegadas a lo largo de este ensayo, por lo cual esta parte no pretende ni asume el carácter de conclusiones en sentido estricto.

La cultura, en definitiva, es hecha por la gente con sus modos de vivir, de crear, de sentir, con sus hábitos de consumo y de consumo cultural; lo cual no excluye que, inversamente, la cultura y las industrias culturales “hagan” a la gente. Si en otras épocas podían establecerse fronteras precisas tanto entre las culturas como entre sus productores y consumidores, la cultura contemporánea, con razón o no bautizada como posmoderna, se caracteriza por el desdibujamiento, por la permeabilidad de esas fronteras, por las mezclas donde las diferencias se juntan y se separan distintas. En síntesis, como afirma García Canclini, el signo de la cultura contemporánea es el mestizaje en diferentes órdenes.

Los géneros son instituciones culturales relativamente estables en época de estabilidad, y con fronteras y umbrales, si no del todo precisos, sí lo bastante como para ser asociados de manera clara con diferentes procesos discursivos y, por ende, con distintos rituales de comunicación. Los géneros del discurso y del macrodiscurso televisivos, también instituciones culturales, constituyen una síntesis, una creación y un reflejo a la vez de la hibridez y el mestizaje de la cultura contemporánea.