

# Los géneros y los estilos insisten en los medios

Por Facundo Diéguez\*

## Introducción

Los géneros y los estilos son modos de clasificar a los objetos culturales que produce y reconoce una sociedad a partir de la circulación pública de esos objetos, que pueden ser –entre otros- obras de arte, productos de los medios o prácticas cotidianas como el saludo<sup>1</sup>.

El valor de las clasificaciones de estilo y género para las ciencias sociales, en general, y para las ciencias de la comunicación, en particular, radica en su **carácter empírico**: la vida social organiza sus producciones culturales de acuerdo a expectativas sobre las repeticiones (recurrencias de género) y de acuerdo al señalamiento de cambios o desvíos (variaciones de estilo) en los objetos culturales que producen los lenguajes, prácticas, creencias y representaciones de una sociedad.

En un fragmento espacio temporal acotado, los géneros aparecen como reguladores de la circulación de los *textos*<sup>2</sup> y como **moldes** que organizan la **previsibilidad** social sobre las producciones culturales. En cambio, los estilos focalizan las variaciones en las **maneras de hacer** respecto a diversas áreas o zonas de la cultura (pensemos en los estilos que atraviesan medios y lenguajes como el punk en la música, pero también en la vestimenta; o el realismo en literatura, pintura, cine, etc.). A su vez, existen géneros que en su historia recorren distintos medios: un transgénero como la adivinanza puede aparecer en medios orales y escritos, y existen estilos que sólo se desarrollan en algunos lenguajes.

También cabe diferenciar las clasificaciones silvestres de género y estilo, de las clasificaciones teóricas y de los ordenamientos de la crítica. Las primeras constituyen

---

<sup>1</sup> Desde el reingreso en la cotidianeidad, después del despertar, el saludo implica la entrada en género.

<sup>2</sup> Con el término *texto* aludimos a los conjuntos de materias significantes que circulan en la sociedad: objetos empíricos que pueden combinar imágenes, palabras, gestos, sonidos; véase: Verón, Eliseo, *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, Barcelona, 1993, y del mismo autor: “II Conferencia”, *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*, Oficina de Publicaciones del CBC de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires, 1997.

organizaciones de objetos culturales que elabora la sociedad, en tanto que las clasificaciones teóricas trabajan sobre la clase de objetos culturales pertenecientes a la vida social pero desde la teoría de los géneros. En cuanto a la crítica periodística y académica, sus clasificaciones se relacionan con las producciones sociales de sentido como ordenamientos que vuelven a formar parte del entramado social cuando adquieren circulación pública (pensemos en las grillas de programación televisiva en los diarios, las listas de libros más vendidos en suplementos culturales o la simple organización de películas en un videoclub: en todos estos casos funcionan los moldes de género y las maneras de estilo redefinidas en un espacio social que podrá ser mediático o no).

Así podemos decir que los géneros y los estilos preexisten a los sujetos sociales porque dependen de la historia y de las prácticas culturales (es decir, dependen de los usos y las maneras históricas de clasificar), y a un mismo tiempo, tanto los géneros como los estilos viven en una sociedad como clases de objetos culturales en la medida en que se encuentran vigentes en la circulación pública. De ahí que Bajtín (1982) señale en su teoría de los géneros discursivos que los géneros funcionan como “horizontes de expectativas” y que operan como “correas de transmisión entre la historia de la sociedad y la historia de la lengua”. La zarzuela, por ejemplo, fue primero un estilo que luego de su asentamiento social se transformó en un género de la tradición teatral española, y que tuvo vigencia en la Argentina durante las primeras décadas del siglo XX pero del que, en la actualidad, no encontramos nuevas producciones de obras (aunque esto pueda cambiar en cualquier momento) a no ser por reposiciones o *revivals*, o en citas a zarzuelas del pasado.

La teoría de los géneros, entonces, trabaja el ordenamiento de las clasificaciones sociales de obras, productos u objetos culturales diversos, en géneros y estilos que existen en un momento dado de la vida social y que en la descripción de rasgos retóricos, temáticos y enunciativos encuentra los recursos analíticos para definir a las clases de textos que componen a los géneros y a los estilos que insisten en una sociedad determinada.

Los objetos culturales que ingresan en las clasificaciones de género y de estilo circulan en espacios públicos como el de los medios -entre otros espacios sociales- donde adquieren su vigencia cultural.

## Definiciones de género y estilo

Si en la primera proposición de *Semiótica de los medios masivos* (Steimberg, 1998: 43) se señala que: “Tanto el estilo como el género se definen por características temáticas, retóricas y enunciativas”, es porque el modo de diferenciar a los géneros y a los estilos no proviene de la definición de sus rasgos, sino que procede de que ambas clasificaciones son conjuntos a la vez opuestos y complementarios: opuestos porque a la estabilidad y previsibilidad que predomina en los géneros, se enfrenta la variabilidad que recorre a los estilos en sus *maneras de hacer* respecto a un objeto cultural dado (pensemos en los variados estilos arquitectónicos que puede adoptar la construcción de un edificio, por ejemplo, o en los múltiples lenguajes y medios en los que puede estar presente el estilo realista).

Steimberg define el concepto analítico de género como:

*...clases de textos u objetos culturales, discriminables en todo lenguaje o soporte mediático, que presentan diferencias sistemáticas entre sí y que en su recurrencia histórica instituyen condiciones de previsibilidad en distintas áreas de desempeño semiótico e intercambio social.* (Steimberg, 1998: 41).

El carácter de institución del género supone las fronteras de un área cultural de desempeño o juego de lenguaje que le da su emplazamiento específico. En cambio, el estilo tiene el carácter fragmentario y valorativo por el que puede atravesar distintos lenguajes y medios:

*...las definiciones de estilo han implicado, en sus distintas acepciones, la descripción de conjuntos de rasgos que, por su repetición y remisión a modalidades de producción características, permiten asociar entre sí objetos culturales diversos, pertenecientes o no al mismo medio, lenguaje o género.* (Steimberg, 1998: 53).

Una diferencia entre los géneros y los estilos es que los primeros se organizan en un mismo momento (**sincronía**) y en un sistema de oposiciones (en la televisión por

ejemplo: noticiero/ telenovela, talk-show/ reality-show, o en el cine: western/ policial/ comedia romántica/ drama). En cambio, los estilos se distinguen por su oposición valorativa a lo largo del tiempo (**diacronía**); es el caso de las vanguardias: expresionismo/ cubismo/ surrealismo, entre otras clasificaciones estilísticas en la Historia del Arte. Además los estilos dependen de las zonas culturales en cuanto a su manera de hacer, de tal modo que hay estilos nacionales, regionales y estilos de época, estilos de autor y estilos de grupo, escuela o corriente artística, estilos que se desarrollan dentro de un arte, lenguaje o medio y que pueden transponerse a otros medios y lenguajes.

A continuación, veremos las dimensiones analíticas que plantea Steimberg para el abordaje teórico de las clases de objetos culturales o textos que la sociedad clasifica en géneros y estilos.

### **Nivel de análisis: dimensión retórica (mecanismos de configuración textual)**

La propuesta de análisis de los rasgos retóricos alude a la posibilidad de comprender los mecanismos de configuración de sentido que hacen que una clase de textos se componga de ciertas características y no de otras. Cualquier objeto cultural es producto de una disposición material que hace a su composición formal (por ejemplo, las diferencias en el diseño de un diario de papel respecto a un diario digital, por sus condiciones materiales de circulación).

Además, la dimensión retórica comprende las relaciones que hacen a la composición del espacio, el tiempo y el relato propuesto en un objeto cultural dado: una novela necesita la sucesión temporal de la narración propia de la escritura; en cambio un producto audiovisual recurre al montaje, que puede proponer otras formas de sucesión temporal.

Los mecanismos de configuración de un texto también comprenden el orden y las partes del discurso y el uso de figuras retóricas<sup>3</sup>.

En cuanto al orden y las partes, el diario impreso, por ejemplo, ha privilegiado la organización de las noticias en secciones a partir de la tapa como entrada privilegiada de lectura; en el diario digital, en cambio, predomina el criterio de la actualización a lo largo de la jornada informativa como modo principal de acceso a las noticias (si bien además las secciones se encuentran presentes desde el primer ingreso en la página web, lo cual hace que la tapa pierda su predominio en el diario digital y que modifique la propuesta de lectura como entrada al medio).

El uso de figuras retóricas no es ajeno a ninguna producción cultural. Las metáforas, metonimias, sinécdoques, oximoron, quiasmos, etc., son recursos que utilizamos todos los días en el habla cotidiana y que están presentes en cualquier fragmento de lenguaje: el titular “Volvió Tinelli y tembló el rating”(Clarín.com, 5/4/2010), por ejemplo, combina la figura retórica de la hipérbole con la comparación metafórica del temblor.

Desde el análisis retórico se trata de establecer cuándo y de qué modo es utilizada una figura retórica en un objeto cultural dado en relación con su pertenencia genérica o con su inscripción estilística. Desde el punto de vista del estilo, la dimensión retórica forma parte de una manera de hacer en tanto que desde el punto de vista genérico alude a aquellos mecanismos textuales que permiten ubicarlo en un área específica de la producción cultural (por ejemplo, la placa roja del canal de noticias Crónica TV suele ser identificada con una manera *sensacionalista* de presentar las noticias, mientras que el formato sábana del diario impreso La Nación, con su tipografía azul en el nombre del diario y su organización en el diseño, suelen remitirse a la prensa llamada *seria* o *blanca*<sup>4</sup>).

---

<sup>3</sup> Véase figuras retóricas en enciclopedias como la Encarta; también: Ducrot, Oswald y Schaeffer, Jean-Marie, *Nuevo diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Arrecife Producciones, Madrid, 1998 y Grupo Mu, *Retórica general*, Paidós, Barcelona, 1987.

<sup>4</sup> Obsérvese que en el ejemplo los estilos prensa *sensacionalista-amarilla/seria-blanca* se oponen en sus valoraciones sociales incluso en medios distintos como la prensa gráfica y el noticiero televisivo.

## **Nivel de análisis: dimensión temática (relación de contenidos específicos-motivos-tema; referencia a acciones y situaciones pertenecientes a la cultura)**

Aquí se analizan las referencias (metadiscursivas) *desde* un objeto cultural a partir de las acciones y situaciones presentes en el texto, *hacia* los contenidos específicos que se organizan en motivos para construir un tema exterior y presente en la cultura de la que forma parte ese texto.

En el análisis se procede de lo particular a lo general, al identificar cuáles son los contenidos puntuales que trabaja un texto, cómo se relacionan entre sí y cómo esos contenidos específicos construyen motivos en los fragmentos (por ejemplo, la pareja amorosa que tiene que superar obstáculos en la telenovela) y en qué posibles sentidos se relacionan con los temas de la cultura (en nuestro ejemplo: el amor, la traición, la familia, etc.).

La dimensión temática es quizá una de las privilegiadas por los análisis de contenidos para los que la agenda de los medios definiría -para este tipo de análisis- los posibles sentidos de las noticias para una sociedad. Si se descuida el análisis retórico y enunciativo al privilegiar el temático, no se podrá dar cuenta de por qué, por ejemplo, los medios pueden tratar los mismos temas de un modo distinto (rasgos retóricos en el estilo) o por qué los medios pueden proponer distintas miradas y recortes de sus descripciones del mundo en sus propuestas de lectura (rasgos enunciativos).

En tal sentido, los temas son esquemas de representabilidad elaborados históricamente que un texto actualiza en la configuración particular de los contenidos específicos y de los conjuntos de motivos presentes en el texto.

## **Nivel de análisis: rasgos enunciativos (la puesta en escena y sus voces)**

La descripción analítica de rasgos enunciativos suele ser posterior al análisis de los mecanismos retóricos y de las características temáticas en el género, porque el género

articula con mayor predominancia los dos primeros sobre la enunciación. En el estilo suele suceder lo contrario, la enunciación aparece como las maneras de decir lo dicho. Si bien el análisis enunciativo es complejo porque despliega las características simbólicas junto con las características técnicas y materiales propias de cualquier objeto cultural, también suele ser el que nos aporta mayor riqueza.

En este nivel se analizan las diferencias en la escena enunciativa que implican características propias de cada uno de los lenguajes y de los dispositivos que se organizan en un medio. A partir de lo retórico y lo temático se puede analizar lo enunciativo como la escena comunicacional construida en un texto. Además, el análisis enunciativo considera: ¿quién/es (enunciador/es) dicen lo dicho (enunciado/s) y a quién/es (enunciatario/s) se dirigen?

Depende del análisis y de sus preguntas de investigación, la pertinencia en el abordaje del contrato enunciativo propuesto y las modalidades particulares que adquiere la enunciación en cada caso concreto, para luego definir las recurrencias de género y las de estilo.

- Como ejemplo, algunas preguntas para el análisis enunciativo en medios gráficos:  
¿Cuáles son las propuestas de lectura que construye cada diario? ¿Qué lugar tienen en esas propuestas los géneros y los estilos periodísticos de cada medio? ¿Quién/es firman la nota y a quién/es se dirigen; de qué modo lo hacen? La propuesta enunciativa ¿forma parte del estilo del medio o es una característica de ciertos géneros presentes en el diario (p. ej. los rasgos diferenciadores entre secciones como cultura/economía)?

## **Recomendaciones finales**

Los ejemplos que aquí damos son de carácter pedagógico. Cuando el analista profundiza sobre un objeto verá que la mayor parte de sus resultados son excepciones a las reglas generales de la teoría, o confirmaciones particulares sin un valor excepcional. De todos modos, lo que aquí se propone es sólo un acercamiento que tiene que estar complementado en la práctica de análisis concretos.

Es importante acotar un objeto cuya complejidad pueda ser abordada por quien se propone realizar el análisis. Es sabido que el análisis discursivo se detiene en fragmentos de lo social y trata de profundizar en la descripción de los posibles procesos de significación que adquieren los signos en el entramado de lo que Charles S. Peirce (1955 [1905], 1987) describió en términos de una **semiosis infinita**. La infinitud plantea el problema de un análisis interminable; para que éste sea posible, deberá estar acotado desde múltiples niveles que consideren cómo se hace un análisis de cierto objeto cultural y qué es lo que necesita averiguar el analista. El deseo, también en ciencias sociales, es el motor de la investigación.

\* Docente de la cátedra Comunicación y Cultura de la Facultad de Periodismo y Comunicación Social de la Universidad Nacional de La Plata (UNLP) y de la cátedra Lenguajes Artísticos del Instituto Universitario Nacional del Arte (IUNA). Investigador becario del Consejo Nacional de Investigaciones Científicas y Técnicas (CONICET), ha dado clases en universidades nacionales de Lomas de Zamora, La Matanza y en la Facultad de Bellas Artes de la UNLP. Es Licenciado en Comunicación Social por la UNLP, posgraduado en la Especialización en Producción de Textos Críticos y Difusión Mediática de las Artes, IUNA, y cursa el Doctorado en Comunicación Social de la UNLP.



## BIBLIOGRAFÍA

- Bajtín, Mijail, (1982). "El problema de los géneros discursivos", *Estética de la creación verbal*, Siglo XXI, México.
- Barthes, Roland, (1990). "La retórica antigua. Prontuario", *La aventura semiológica*, Paidós, Barcelona.
- (1987). *El susurro del lenguaje. Más allá de la palabra y de la escritura*, Paidós, Barcelona.
- Ducrot, Oswald y Schaeffer, Jean- Marie, (1998). *Nuevo diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*, Arrecife Producciones, Madrid.
- Fabbri, Paolo, (2000). *El giro semiótico*, Gedisa, Barcelona,.
- Grupo Mu, (1987). *Retórica general*, Paidós, Barcelona.
- Genette, Gérard, (1991). "Fronteras del relato", en: A.A. V.V., *Análisis estructural del relato*, Premiá.
- (1988). "Géneros, tipos, modos" en AA.VV: *Teoría de los géneros contemporáneos*, Madrid, ARCO/Libros.
- Greimas, A.J., y Courtés, J., (1991). *Semiótica. Diccionario razonado de la teoría del lenguaje*, tomo II, Gredós, Madrid.
- Hamon, Philippe, (1991). *Introducción al análisis de lo descriptivo*, Edicial, Buenos Aires.
- Peirce, Charles Sanders, (1987). *Obra lógico- semiótica*, Taurus, Madrid.
- Peirce, Ch. S. (1955 [1905]), *Philosophical Writings*, Justus Buchler (Ed.), New York, Dover Publications.
- Segre, Cesare, (1985). "Tema/motivo", *Principios de análisis del texto literario*, Crítica, Barcelona.
- Steimberg, Oscar, (1998). *Semiótica de los medios masivos*, Atuel, Buenos Aires.
- Steimberg, Oscar y Traversa, Oscar, (1997). *Estilo de época y comunicación mediática*, Atuel, Buenos Aires.
- Todorov, Tzevetan, (1978). "Los dos principios del relato", *Los géneros del discurso*, Monte Avila, Caracas.
- (1982). *Introducción a la literatura fantástica*, Ediciones Buenos Aires, Barcelona.

Verón, Eliseo, (1993). *La semiosis social. Fragmentos de una teoría de la discursividad*, Gedisa, Barcelona.

---(1997). *Semiosis de lo ideológico y del poder. La mediatización*, Oficina de Publicaciones del CBC de la Universidad de Buenos Aires, Buenos Aires.