



Humanidades digitales, diálogo de saberes y prácticas colaborativas en red

Cátedra UNESCO de comunicación



IV. ESTUDIOS DE PERIODISMO

Los géneros periodísticos puros han muerto: ¡vivan las nuevas narrativas híbridas!

Juan Gonzalo Betancur B.

Magíster en Estudios Humanísticos. Comunicador social - periodista. Profesor asociado de la Universidad EAFIT, de Medellín. Docente de Periodismo Digital en el pregrado en Comunicación Social y en la Maestría en Comunicación Transmedia de la EAFIT, Medellín.

jbetan38@eafit.edu.co

Resumen

Los recursos narrativos propios del lenguaje digital y de un sistema informativo que algunos teóricos denominan como de tipo “postindustrial” están llevando a la transformación acelerada del mensaje periodístico y a la experimentación con nuevas formas expresivas. Esto pone en jaque a los sistemas tradicionales, que han enmarcado los géneros periodísticos en categorías estáticas y plantean un desafío para su clasificación. Estas nuevas narrativas representan oportunidades expresivas, con un potencial y alcances aún por explorar. Así mismo, implican unas formas inéditas en la construcción, tanto narrativa como del sentido, e incluso entre la clásica separación entre realidad y ficción. Ellas han abierto camino para la experimentación en el relato informativo, el trabajo interdisciplinario y los nuevos nichos de negocio. Estas nuevas narrativas no canibalizan los viejos géneros; por el contrario, los complementan y potencian, pues dan mayor profundidad a la información y les agregan unas dimensiones expresivas antes desconocidas.

Palabras clave: *géneros periodísticos, narrativa periodística, periodismo digital, periodismo postindustrial.*

Durante décadas, los géneros periodísticos fueron siempre los mismos, no surgió ninguno nuevo. Por eso los libros de texto en que se enseñaban tenían vigencia durante muchos años. Incluso hoy, las definiciones y categorías para los más tradicionales como la noticia, la crónica, el reportaje o la entrevista, por ejemplo, siguen funcionando y en ocasiones se enseñan en forma casi idéntica a como se las enseñaron a los profesores de los profesores. Han variado los ejemplos, los contextos y los medios, pero los pilares de esas formas narrativas “clásicas” no han cambiado mucho.

Hoy estamos en un momento distinto: en los últimos años hemos asistido a la irrupción de muy diversas formas narrativas que son producto no solo de la revolución tecnológica sino consecuencia de factores como la crisis misma de la prensa –básicamente la escrita– que ha propiciado la búsqueda de nuevas alternativas para su supervivencia; pero también son resultado de un momento como el actual en el que la innovación, experimentación y búsqueda de caminos para la apertura de nuevos nichos de mercado son valores que se resaltan, promueven y potencian. Igualmente, porque las audiencias tienen hoy una dinámica que las ubica como *prosumidores* y esa condición ya natural de productores y consumidores de información las hace tener una avidez por las nuevas formas de la información, tal y como ellas mismas las crean, y ello también ha impactado al discurso periodístico.

Pareciera además que vivimos en un momento en el que es necesario están inventado cosas, creando distintas maneras de ver el mundo, de conocerlo, interpretarlo, representarlo, de buscar rutas inéditas para la construcción de los mensajes. Todo ello, a pesar de que las formas narrativas preexistentes, algunas de las cuales hemos usado desde el siglo XIX, continúan tan vivas como siempre y siguen coexistiendo con éxito paralelas a las más innovadoras alternativas de presentación de la información.

Por eso han aparecido conceptos sintetizados en neologismos y en no pocos extranjerismos que se están incorporando a la teoría periodística. Cada vez es más común no solo hablar, sino aprender, emplear y experimentar con asuntos como el geoperiodismo (*geojournalism*), el cómic periodístico, el periodismo inmersivo panorámico con drones y cámaras de 360 grados, el periodismo de realidad virtual, las imágenes enriquecidas o interactivas, los *newsgames*, la visualización de información, el periodismo de datos (*data journalism*) o mejor “de bases de datos” –como lo precisa Sandra Crucianelli (2013: 106)–. Todo ello, sin contar los experimentos en redes sociales que aparecen todos los días, muchos de los cuales mueren sin haber sido bautizados o sin que los nombres con los que se les empieza a designar tomen fuerza o se configure un consenso mínimo para su reconocimiento. Esta realidad la explico desde tres aspectos que ampliaré a continuación:

1. Estamos en un momento de explosión de formas narrativas periodísticas que se caracterizan por ser híbridas, dinámicas e inestables.
2. Las nuevas narrativas –algunas de las cuales posiblemente vivirán un tránsito hasta convertirse en nuevos géneros periodísticos– son determinadas por las plataformas, *apps* y herramientas tecnológicas antes que por una construcción racional de los propios periodistas.
3. Cada vez más hay una dilución entre realidad y ficción en el mensaje periodístico, lo que representa una de las grandes transformaciones del paradigma fundacional de esta práctica profesional respecto de la relación entre periodismo y representación de la realidad.

Un debate viejo y polémico

Las discusiones en torno a la naturaleza, clasificación y criterios de delimitación de las formas narrativas en que se presenta el mensaje informativo, es decir, lo que conocemos en forma común como “géneros periodísticos”, es tan vieja como abundante. La literatura académica es amplia en ese sentido principalmente en Norteamérica y Europa desde comienzos del siglo XX cuando se hacen los primeros intentos por agrupar, definir y clasificar todas aquellas maneras en que se escribía en los periódicos de entonces.

Una primera clasificación, bastante generalista, fue la que instauró la tradición estadounidense que los dividió en dos grandes grupos: aquellos considerados *story*, géneros que se centraban en el relato de hechos, y los *comment*, géneros de opiniones o comentarios. “Deben su razón de ser al principio que siempre quisimos inamovible para la profesión de que los hechos los sagrados y los comentarios son libres”, explica Antonio López Hidalgo (2002: 36).

Aquello dio pie a hablar de “géneros informativos” y “géneros argumentativos o de opinión”. Para la década de 1940 se introdujo otra gran categoría que fue la de los “géneros interpretativos”, para incluir allí al nuevo tipo de artículos que buscaban no solo la información o el comentario, sino principalmente la explicación de los acontecimientos. Ese modelo, que para algunos teóricos dio pie a un nuevo momento del discurso periodístico, fue impulsado en particular por las revistas, entre ellas *Time* y *Newsweek* como punta de lanza, y fue traído a Colombia en 1946 por la revista *Semana*¹.

Aunque esos fueron los sistemas clasificatorios imperantes, no pocos teóricos hicieron sus propios ejercicios de agrupamiento en un intento por lograr una teoría más o menos universal para todas las expresiones narrativas que se estaban empleando. Así, surgieron definiciones de los géneros desde diversos enfoques, aunque básicamente anclados a lo que eran las formas de escritura en la prensa escrita: desde la estructura de la narración y la temática hasta el propósito o el planteamiento mismo de la información. Entonces comenzó una amigable disputa por el sentido en que se debían entender los géneros, así como su normatividad o preceptiva, y se puede afirmar que surgieron igualmente corrientes entre quienes los consideraban de una forma u otra².

Narrativas híbridas, dinámicas e inestables

En los escasos años que van del siglo XXI, el tipo y número de formas narrativas nuevas que se están empleando como consecuencia de la expansión y diversificación de plataformas digitales rompen con esos parámetros de clasificación, y su denominación y ubicación en una taxonomía periodística es todo un desafío. Estos superan ya en cantidad a las formas de narración creadas en el siglo y medio anterior desde que comenzó la *prensa moderna*³. Todo eso es en sí mismo un universo rico, cambiante e inagotado que

1 La tradición académica latinoamericana se nutrió desde los años 60 del siglo XX no solo de las reflexiones anglosajonas, francesas y alemanas, sino de una gran variedad de catedráticos españoles que también se concentraron en definir la tipología y la normativa de estos géneros. Autores como José Luis Martínez Albertos, Gonzalo Martín Vivaldi, Lorenzo Gomis, Mar de Fontcuberta, Montserrat Quesada, Joseph María Casasús y Luis Núñez Ladevése están entre los más citados.

2 Algunos incluso llegaron a plantear que hablar de “géneros” implicaba fijar unos marcos normativos que eran inútiles porque habían demasiados cruces y relaciones entre ellos (López, 2002: 13)

3 Entendida ella –en forma muy resumida– como ese nuevo modelo de producción informativa que surgió a mediados del siglo XIX y que propició un cambio en las narrativas, los temas, la producción de los periódicos, su distribución, las formas de financiación... en síntesis, el momento en que surgió un modelo industrial de lo que en el siglo XX se conoció como *mass media* o medios masivos de información.

está en continuo crecimiento. A su modo, va configurando el nuevo rostro del periodismo de esta centuria, el nuevo lenguaje que lo está marcando.

Un ejercicio exploratorio personal de descripción de las nuevas formas narrativas que presenta hoy el periodismo digital permitió establecer que hay por lo menos 25 estilos narrativos propios del momento actual⁴: entevista digital, entrevista dibujada, geo-referenciación periodística, cómic periodístico, cómic periodístico interactivo, cómic animado de opinión, gif informativo, historia efímera, meme informativo, *newsgame*, paisaje sonoro, imagen fija interactiva, imagen fija panorámica de 180 y/o 360 grados, imagen yuxtapuesta, infografía, línea de tiempo interactiva, reportaje gráfico en video, reportaje inmersivo (video con imágenes de 360 grados), selfie informe audiovisual, trabajo con realidad virtual, Twitter-crónica, Twitter-entrevista, videocolumna de opinión, visualización de datos y visualización de relaciones. Esta es una cantidad mayor a los 22 géneros tradicionales nacidos entre los siglos XIX y XX que más se siguen utilizando⁵, pero con una aparición acelerada teniendo en cuenta lo poco que va del siglo XXI y que la mayoría tienen menos de cinco años de nacidos.

Hablar de hibridez en los géneros periodísticos no es ninguna novedad. La hibridez es consustancial a todos los géneros, no solo los periodísticos, también a los literarios, cinematográficos, estéticos, poéticos: no hay pureza total en ninguno, siempre presentan variantes resultado de la mezcla de elementos de distinta naturaleza que los configuran.

La diferencia está en que las formas narrativas actuales parecen sufrir de una hibridación endémica, una suerte de mutación continua, mucho más alta y acelerada que la de los géneros tradicionales. En el ejercicio que titulé *Relaciones entre géneros y narrativas periodísticas* propongo un sistema de parentesco y familiaridad tanto para los géneros clásicos como para sus nuevas formas narrativas. Allí se observa que esa hibridez aparece por igual para las formas tradicionales como para las de reciente aparición⁶.

Lo anterior es consecuencia, además, de ese otro factor mencionado que es el “dinamismo”. Estas nuevas narrativas son dinámicas porque se manifiestan con una gran actividad: hoy tienen una fisonomía y mañana empiezan a mostrar otra. No son estáticas sino que están en continuo cambio, en mutación permanente. E igualmente son inestables porque son bastante sensibles a los cambios del contexto en el que se encuentran, a su uso en cualquiera de las ramas del variado ecosistema informativo que hoy tenemos y al que se le puede seguir su rastro a través de lo que se publica en las redes sociales.

Algunas de esas formas narrativas híbridas están en tránsito a convertirse con los años y en virtud de su uso en verdaderos géneros. ¿Cuáles de ellas? Es imposible decirlo. Considerando las transformaciones recientes, aventurar cualquier respuesta sería un acto de irresponsabilidad.

Las nuevas narrativas (¿géneros?) son las plataformas

La primera semana de agosto de 2015, Instagram, una de las redes sociales más populares del mundo, lanzó Instagram Stories que definió como “una nueva función que te permite compartir todos los momentos

4 Este trabajo se ha compartido y su análisis se ha enriquecido, en el marco del Seminario de Narrativas Informativas y de Ficción, de la Maestría en Comunicación Transmedia de la Universidad EAFIT.

5 Los géneros “clásicos” o “tradicionales” más utilizados son: noticia, crónica, reportaje, entrevista, perfil, testimonio, análisis, crítica, biografía, informe especial, gran reportaje, reportaje gráfico, fotonoticia, breve, documental, guía, nota necrológica, columna de opinión, editorial, glosa y caricatura.

6 Se puede ver en <https://onodo.org/visualizations/5996>

del día, no solo los que quieras mantener en tu perfil. A medida que vas compartiendo tus distintas fotos y videos, aparecen juntos como una secuencia de película que forma tu historia”⁷.

Esta opción es para hacer fotos o videos que tienen una particularidad temporal: desaparecen después de 24 horas. Por eso la red social la definió como una herramienta para compartir lo que se hace durante cada día. Las historias o contenidos que se crean son por lo general de unos cuantos segundos de duración y los que se pueden ver son los publican los amigos y las cuentas que se sigan⁸.

Esta opción fue calificada por algunos como un “clon” de Snapchat (Gutiérrez, 2016)⁹ o insinuaron que podía ser inspirada en ella o una “adaptación descarada” (Linares, 2016)¹⁰. Así como Snapchat¹¹, Instagram Stories permite enviar fotos y videos a los que se les puede añadir textos, dibujos o emoticones, entre otras opciones de publicación y visualización. Por el sentido mismo que tienen y por la manera en que fue promocionada, esta opción estaba destinada a compartir momentos de la vida cotidiana, situaciones divertidas y en general asuntos personales, como es bastante característico en las redes sociales. Aun así, muy pronto periodistas y destacados medios de comunicación empezaron a utilizarla para lo que saben hacer: información bajo los patrones de calidad e interés público. La agencia inglesa *Reuter* la utilizó para mostrar en una serie de cortos videos de máximo diez segundos el drama de las personas heridas, principalmente niños, durante los bombardeos en la ciudad siria de Aleppo. Por su parte, *Time* presentó fotografías panorámicas en blanco y negro sobre campamentos de refugiados en Grecia. Pero no han sido los únicos: diferentes canales, medios, periodistas profesionales y personas que producen contenidos suben a diario información que se ajusta a los patrones informativos más estrictos del periodismo, solo que luego desaparecen.

Igual ocurre con otras plataformas que, sin haber sido creadas en forma exclusiva para el ejercicio periodístico, empiezan a ser utilizadas en forma experimental para la difusión de información de calidad, de periodismo puro y duro.

En ocasiones, esos ejercicios funcionan bastante bien y terminan incorporándose como una forma narrativa más. Por eso la pregunta hoy no es ¿para qué es esa plataforma, herramienta o aplicación que acaba de aparecer o que apenas conozco? La pregunta es, como periodista (profesional, periodista ciudadano, estudiante de periodismo o simplemente *prosumidor* interesado en la información basada en la realidad) ¿qué puedo hacer con esa plataforma, herramienta o aplicación?

Buena parte de ellas son de fácil uso porque están diseñadas bajo un sistema de usabilidad bastante intuitivo. Bien explotadas, permiten no solo la publicación de información, sino otra cosa fundamental en este momento: el diálogo y la interacción entre los usuarios. Ese intercambio posibilita además que esos usuarios, “lectores” bajo el modelo de los *mass media*, hagan parte de la construcción misma de las piezas periodísticas, como ocurre hoy, por ejemplo, con su participación directa en las entrevistas interactivas.

7 Así la definió en la cuenta oficial dentro de la propia red social: www.instagram.com/p/Blm-1gCgqbl/ Consultado el 28 de octubre de 2016

8 Aparecen en la parte superior de la pantalla de inmediato se entra a Instagram y, a diferencia de otras publicaciones en esta red social, no se puede dar “Me gusta” en el corazón rojo que tiene para ello.

9 El autor de la afirmación es Óscar Gutiérrez, comentarista de CNET, www.cnet.com sitio especializado en información sobre tecnología que es subsidiario de CBS Corporation. Lo hizo en la entrada *Instagram Stories: cómo funciona el clon de Snapchat* en www.cnet.com/es/como-se-hace/instagram-stories-como-usar-publicar/ Consultado el 28 de octubre de 2016

10 Iván Linares en la entrada *Instagram Stories, guía a fondo para sacarle el máximo provecho* en www.elandroidelibre.com/2016/08/como-usar-instagram-stories.html el blog *El andoide libre* www.elandroidelibre.com Consultado el 28 de octubre de 2016

11 Otra red social y aplicación móvil bastante popular que permite el envío de archivos que desaparecen del dispositivo del destinatario entre uno y diez segundos después de haber sido vistos.

Se diluye el límite entre realidad y ficción

Algo que preocupa hoy tiene que ver con que estos procesos de innovación expresiva puedan ir en contra de los elementos centrales del periodismo mismo, que lo desvirtúen o lo banalicen. Uno de esos aspectos que puede despertar polémica tiene que ver con la frontera que rompen entre la representación de la realidad y la creación de un mundo ficcional. Otra está relacionada con la eventual banalización de historias muy duras de la realidad cuando se crean, por ejemplo, en formato de *newsgames*.

En una reciente conferencia en la Universidad EAFIT, en el Festival de Periodismo Gabriel García Márquez 2016, el periodista inglés Dan Archer mostró su trabajo con el periodismo de viñetas o cómic periodístico, con los reportajes inmersivos utilizando cámaras de video de 360 grados y algo de lo más innovador: historias periodísticas con realidad virtual.

Archer fue claro en advertir que historias experimentales como las que estaba construyendo con su equipo –una de ellas incluso sobre la realidad del conflicto armado colombiano– no solo pueden despertar susceptibilidad, sino que hay que tener cuidado para no ir a propiciar un sentido no conveniente sobre los hechos, como que las personas no comprendan el sentido del mensaje y pierdan la dimensión de lo sucedido para empezar a pensar que aquello no es periodismo sino un juego de video más o una historia cualquiera en viñetas para jóvenes.

¿Qué tan conveniente es el uso de estas narrativas? ¿Cuándo es importante usarlas y cuándo no? ¿Cómo no cruzar esa frontera entre periodismo y ficción, prohibida durante más de un siglo y medio por códigos deontológicos y normas de regulación de la profesión? Sobre esto, por ahora, parece que hay más preguntas que certezas.

Conclusiones para la página de cierre

En su retador ensayo de 2013 titulado *Periodismo postindustrial: adaptación al presente*, los periodistas y profesores universitarios C.W. Anderson, Emily Bell y Clay Shirky, en un proyecto del Centro Tow de Periodismo Digital de la Escuela de Periodismo de la Universidad de Columbia, plantean que “en los últimos 15 años se ha producido una explosión de nuevas herramientas y técnicas y, lo que es más importante, de nuevos supuestos y expectativas; estos cambios han acabado con las viejas certezas”.

Su trabajo se refiere a los abruptos cambios sufridos por la prensa de referencia de Estados Unidos durante la primera década de este siglo, en particular a partir del año 2006, cuando se presentó una crisis sin precedentes en el negocio de los periódicos que llevó al cierre de muchos diarios de larguísima tradición y a que varias ciudades perdieran a sus medios más emblemáticos, paradójicamente en el país que se autoproclama adalid de la libertad de expresión y de prensa. Y aunque hay que hacer esa salvedad, es sintomático que ello haya ocurrido precisamente allí y que pueda ser una señal de lo que puede presentar en otros lados del planeta, como ocurrió ya en Europa, de manera contundente en España.

Ellos aclaran que el concepto *periodismo postindustrial* apareció en 2001 para referirse a “un periodismo que ya no se organiza en función de la cercanía a la maquinaria de producción”. La propuesta de interpretación de los autores citados se resume en cinco ideas: “El periodismo importa; el buen periodismo siempre ha estado subvencionado; Internet acaba con el subsidio publicitario; la reestructuración es, por tanto, forzosa; hay muchas oportunidades de hacer un buen trabajo usando nuevos métodos” (Anderson, Bell y Shirky, 2013: 7).

Todas las transformaciones narrativas de las que hemos hablado se dan en ese marco de la producción periodística bajo un modelo postindustrial. Esto me lleva a las siguientes reflexiones que sirven para cerrar:

- Al desaparecer la hegemonía de la gran prensa escrita, desaparece simultáneamente la hegemonía de los géneros periodísticos clásicos: irrumpen en el ecosistema mediático medios de toda clase y condición, con formas narrativas también de toda clase y condición.
- Esta explosión de narrativas, antes que representar un caos, son una oportunidad maravillosa de orden expresivo para potenciar el papel del periodismo que ha sido y esperamos que siga siendo el que denuncia las irregularidades en los gobiernos, las instituciones y el orden social; el que ejerce un contrapoder frente a los demás poderes públicos y los poderes de facto de las formaciones sociales; el que explica el mundo y el que se ejerce bajo la utopía de dar voz a quienes no tiene voz.
- Estas narrativas no canibalizan a las viejas formas expresivas, a los géneros tradicionales. Por el contrario, los complementan y fortalecen en tanto que los rodean de nuevos elementos de sentido.

La crónica que presenta los detalles secundarios que ayudan a comprender más a fondo lo que la noticia ya explicó, seguirá con el tono, el estilo y el sabor personal de los buenos narradores. El perfil continuará explorando las dimensiones psicológicas, físicas y del contexto en que se desenvuelven los personajes que protagonizan la información “de abrir” o de aquellos seres humanos anónimos que se mueven entre la grandeza o lo más profundo de las desgracias.

Así pasará con todos los que llamamos “géneros periodísticos tradicionales”, solo que irán acompañados de todas estas expresiones contemporáneas de la narración que están determinadas por las tecnologías, la visualidad, la multimedialidad y la creatividad, formas de este momento histórico en el que los dispositivos nos acompañan ya no como un lujo, sino como una verdadera extensión de nuestro cuerpo.

- La perdurabilidad de la nuevas formas expresivas y su eventual transformación en verdaderos géneros periodísticos estará determinada no por aspectos de orden tecnológico, así ellos les hayan dado vida. Lo serán en tanto puedan ser usados de manera eficiente para entender el mundo en el que nos movemos y sirvan para cumplir con los postulados más profundos de eso que orgullosamente llámanos –con mayúscula– Periodismo de calidad.

Referencias

- Anderson, C. W., Bell, E., y Shirky, C. (2013). *Periodismo postindustrial: adaptación al presente* (edición para la Asociación de Periodistas de Aragón). Recuperado de http://www.amic.media/media/files/file_352_441.pdf
- Crucianelli, S. (2013). ¿Qué es el periodismo de datos? *Cuadernos de Periodistas*, 26, 106-124.
- Gutiérrez, O. (2016). Instagram Stories: cómo funciona el clon de Snapchat. *CNET*. Recuperado de <https://www.cnet.com/es/como-se-hace/instagram-stories-como-usar-publicar/>
- Linares, I. (2016) Instagram Stories, guía a fondo para sacarle el máximo provecho. *El androide libre*. Recuperado de <https://www.elandroidelibre.com/2016/08/como-usar-instagram-stories.html>
- López, A. (2002). *Géneros periodísticos complementarios – Una aproximación crítica a los formatos del periodismo visual*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.