



**ACTAS**

**IV CONGRESO INTERNACIONAL  
SOBRE ANÁLISIS FÍLMICO**

**NUEVAS TENDENCIAS E  
HIBRIDACIONES  
DE LOS DISCURSOS AUDIOVISUALES  
EN LA CULTURA DIGITAL CONTEMPORÁNEA**

**4, 5 y 6 de mayo**

**Universitat Jaume I, Castellón  
2011**

Iván Bort Gual  
Shaila García Catalán  
Marta Martín Núñez  
(editores)

**ISBN: 978-84-87510-57-1**

Ediciones de las Ciencias  
Sociales de Madrid

# Los géneros audiovisuales en el ciberespacio

**CARMEN MARTA LAZO**  
UNIVERSIDAD DE ZARAGOZA

## 1. Introducción

Los géneros audiovisuales son formas en desarrollo constante que se han hibridado. En la presente comunicación, repasamos cuáles han sido las tendencias que están siguiendo los géneros televisivos fruto del despliegue tecnológico, a lo que se ha bautizado como “cibergéneros”, caracterizados por algunas variables como el hipertexto, el multimedia y la interactividad. Estas opciones han influido en el modo de producir los géneros tradicionales y en la hibridación de muchos de ellos y en la finalidad para la que son creados. Por ejemplo, el “infoshow” o la mezcla de información con espectáculo, con el doble fin de informar y entretener es uno de los géneros televisivos que saltan a la red o “el reportaje”, que adquiere sus máximas posibilidades creativas en Internet. Los medios en la Red se han comparado con las agencias de prensa, no sólo por la inmediatez de la información y su capacidad de documentación, sino también por la continuidad en su capacidad informativa.

El soporte digital permite hablar no de un medio concreto, sino de multimedia, como integrador de los demás medios conocidos (prensa, radio y televisión). La información del ciberperiodismo combina las características de la prensa escrita (texto escrito, imagen fija, infografías,...), de la radio (sonido grabado y en directo, música, efectos, silencio) y de la televisión (imagen y gráficos en movimiento, en directo o grabados).

La hipertextualidad rompe las estructuras narrativas lineales de los mensajes en los medios tradicionales, con la posibilidad de entrar en los “hipervínculos” que existen a lo largo del texto, pudiendo entrar en descriptores y conectores que llevan a otras páginas y a otros textos o noticias. Se añade una tercera dimensión, pudiendo profundizar en las informaciones mediante enlaces de todo tipo e, incluso, enlazando la información con sus propias fuentes para que el usuario pueda comprobar el origen de la información.

No obstante, a pesar de los cambios que se están produciendo en las tipologías de los géneros, fruto de la hibridación entre ellos, podemos considerar como señalan Casajús y Núñez Ladevéze (1989: 88) que: «el estudio de los modelos de géneros del pasado es el mejor instrumento para progresar en la experimentación renovadora de los textos».

Por ello, trataremos de asentar las bases que permitieron estructurar los géneros como modelos de referencia y como mecanismo configurador que facilita el aprendizaje, es decir, constataremos una serie de clasificaciones que sirven como instrumento pedagógico para los periodistas. De este modo, podemos afirmar que todo profesional de la información en televisión debe conocer los rasgos diferenciadores de cada género, con el objetivo de llegar a dominar las técnicas para su concreta elaboración. Y, si se saben ejecutar los géneros partiendo de los parámetros clásicos, se llegará a la confección de nuevos géneros bien híbridos, bien como superación de los tradicionales.

En este análisis, partiremos de lo general, es decir del concepto de géneros periodísticos, de las tipologías, de la singularidad y diferencias con los géneros informativos audiovisuales; hasta llegar a lo particular, relativo a los géneros en la red, bautizados como “cibergéneros”.

## 2. Los géneros periodísticos, dinámicos y flexibles ante las demandas de la sociedad

En el ámbito periodístico, se entiende por género aquello que nos permite representar la realidad noticiosa según las convenciones profesionales. Paniagua Santamaría (2009: 19) expone que «Los géneros se pueden definir como las distintas formas que puede adoptar el mensaje periodístico» y recopila la definición de otros autores: «formas expresivas» (Martínez Albertos, 1991: 207), «formas convencionales» (Gomis, 1991: 191) o «forma típica de enunciado con expresividad determinada propia» (Bajtín, 1990: 277).

Podemos afirmar que se trata de los géneros que se centran en la información, en los hechos de actualidad, inmediata, sucesiva o permanente.

Los géneros son dinámicos, se adaptan a las demandas de la sociedad, admiten múltiples enfoques y van variando en cada época. Unos adquieren más o menos protagonismo, luego pueden ser abandonados o recuperados por otros medios. También se produce mucha hibridación entre ellos, como por ejemplo, el surgimiento del docudrama, derivado de la mezcla entre el documental y la dramatización de los hechos ocurridos.

Como apunta Lázaro Carreter (1986: 118),

cada género, una vez establecido, tiene una época de vigencia más o menos larga. Las razones de su triunfo pueden ser muy complejas, y su investigación sólo corresponde al crítico si éste se desdobra en historiador de las costumbres, de la evolución social, de la política y del gusto.

En la actualidad, el desarrollo tecnológico es un factor clave que afecta, en gran medida, a la continuidad de los géneros. «Las vertiginosas transformaciones en la producción y circulación de productos comunicativos, derivadas de las tecnologías de la información y la comunicación, ponen una vez más al ‘rojo vivo’ la polémica en torno a la continuidad, ruptura, obsolescencia o vigencia de los géneros periodísticos tal como los identificamos hoy» (Rodríguez Betancourt, 2004: 320). Asimismo, la vigencia de los géneros televisivos, debido a los altos costes de producción del medio, depende del mercado. En este sentido, según Barroso (2002: 192), «los géneros vigentes son los que actualiza y demanda el receptor (la audiencia), cuya expectativa ha sido orientada y dirigida por la promoción del productor. De este modo, las marcas de género serán consolidadas en su encuentro y reconocimiento (aceptación) por el espectador y se reproducen por imposición del mercado». El hecho de que lleguen a convertirse en «marcas de género» depende de cuatro variables, según dicho autor (2002: 191):

- la programación dominante –la moda-
- la promoción de la cadena
- el éxito de género
- el “ranking” de audiencia.

En consecuencia, la programación dominante pone de moda unas marcas o productos por los que la audiencia se “deja llevar” y esta oferta se retroalimenta con una mayor demanda por parte de la misma audiencia.

A su vez, el periodismo responde a las demandas sociales en cada época y los géneros se modifican en función de los cambios que se producen en los públicos. Por ejemplo, en la actual crisis social, se produce una crisis del sector periodístico. Por otro lado, en la era de la información y del consumo, se accede a la denominada información breve y rápida, que ha venido a denominarse *soft* o *light* por su carácter poco profundo, “de usar y tirar”.

Para Luhmann (2007), el predominio de los valores mercantiles impregna el sistema de medios y lo convierte en una extensión cultural del mercado; como la cultura no se puede transformar en dinero, el dinero se reviste con la cultura y la reduce a mercancía, a manufactura. En este sentido, la realidad de los medios aparece como una manufactura relacionada con los valores e intereses dominantes, cuya autoreferencia busca el mantenimiento del equilibrio.

Según Shirley (2007: 149), «la televisión es el pasatiempo americano generalizado». Este autor cita la conocida expresión de Greenfield: «¿Qué está haciendo América?. Está mirando la televisión» y señala que es el elemento unificador central en un país demasiado grande para tener un conjunto de valores homogéneos. Sin embargo, es el único hilo de unión que afecta a jóvenes y viejos, ricos y pobres, sabios e iletrados, en un país además ocupado por personas de todo el mundo. Atendiendo a los estudios de la Compañía Nielsen, expone que la televisión está encendida en los hogares estadounidenses un promedio de casi ocho horas al día, lo cual repercute en que sea todo un referente para los ciudadanos.

De las reflexiones de estos autores, podemos extrapolar que los medios —y por excelencia la televisión en los últimos años— condicionan la agenda de los ciudadanos y también moldean sus gustos. En aplicación a los géneros, concluimos que la integración de nuevas modalidades en la programación televisiva y su consiguiente promoción repercutirán en el ranking de audiencia y, por tanto, en el éxito del género. Al mismo tiempo, el condicionante de las cifras también validará el género que se verá compensado y ampliado en la programación televisiva. Y, así, se produce una espiral de oferta y demanda en la que el mercado condiciona los productos culturales de los que se alimenta la población.

La promoción de los géneros en general y particularmente de cada programa, de manera sistemática y redundante a través de los *spots*, supone la matriz del espectáculo televisivo dominante, con la tendencia a la espectacularización absoluta y al acceso del telespectador sin demasiado esfuerzo (González Requena, 1998: 102). La tendencia actual de los contenidos-espectáculo y el reclamo por parte de la audiencia es descrita así por este autor,

millones de espectadores abocados al consumo de un espectáculo incesante en el que la pulsión visual se alimenta de las huellas brutas —y brutales— del sufrimiento humano de manera inmediata, en ausencia de toda configuración simbólica, de toda estilización *representativa* (2006: 3).

Los géneros son flexibles puesto que las diversas clasificaciones hay que entenderlas como propuestas de análisis de los distintos autores, pero no de manera cerrada e incuestionable. Nos parece interesante la matización que realiza Rodríguez Betancourt (2004: 320) en el sentido que «tampoco se pretende impugnar la validez de las taxonomías, corolario en definitiva de cualquier reflexión teórica, ni proponer, en cambio, una sustitución de las existentes. De lo que se

trata es, sencillamente, de adherirnos a quienes proponen no sólo un sistema de

la tradición anglosajona clasifica los géneros en dos tipos: en “stories” o relatos informativos; y “comments”, de opinión. La tradición latina apuesta por el modelo basado en una triple tipología: géneros informativos, interpretativos y de opinión, al entender que existe una parcela intermedia entre ambas

géneros más abierto sino una posición académica que abogue por mantener una constructiva crítica de ellos, lo que además de abrir cauce de legitimidad a las transgresiones creativas, significa, de hecho, asumirlos como categorías en desarrollo constante».

Esto se debe a que «El periodismo es un organismo vivo que está en crecimiento, y posiblemente aún no se ha desarrollado lo suficiente como para considerarlo un adulto» (Yanes Mesa, 2004: 20).

La tradición anglosajona clasifica los géneros en dos tipos: en “stories” o relatos informativos; y “comments”, de opinión. La conocida frase acuñada en 1921 por el británico Scott, «Los hechos son sagrados, las opiniones libres», diferencia la composición y finalidad de cada una de estas modalidades.

Mientras que la tradición latina apuesta por el modelo basado en una triple tipología: géneros informativos,

interpretativos y de opinión, al entender que existe una parcela intermedia entre ambas tipologías.

Algunos autores, como Enrique Castejón Lara (1992), María Pilar Diezhandino (1994), Luis Alberto Hernando Cuadrado (2000), Mar Fontcuberta (1980), Van Dijk (1990) o Sebastián Bernal y Lluís Albert Chillón (1985), apuestan por la modalidad binaria.

Otros autores consideran que se trata de una clasificación insuficiente y avalan el modelo latino, consistente en la triple tipología que diferencia de forma clara entre los géneros interpretativos y los de opinión (Martínez Albertos, 1983, 1991; Lorenzo Gomis, 1989; Núñez Ladéveze, 1993; Sánchez y López Pan, 1998).

Figura 1. Clasificación de los géneros periodísticos, según los distintos autores

GÉNEROS INFORMATIVOS/ NARRATIVOS/ NOTICIOSOS/ DE HECHOS	GÉNEROS INTERPRETATIVOS/ ARGUMENTATIVOS/ DE SITUACIONES	GÉNEROS PARA EL COMENTARIO Y LA OPINIÓN/ LITERARIOS/EVALUATIVOS/ DE INTERPRETACIÓN MORAL/ DE AUTOR/DE IDEAS
Fontcuberta (1980) Van Dijk (1990) Diezhandino (1994) Hernando Cuadrado	Castejón Lara (1992) Hernando Cuadrado (2000)	Fontcuberta (1980) Van Dijk (1990) Castejón Lara (1992) Diezhandino (1994)

(2000) Bernal y Chillón (1985)		Hernando Cuadrado (2000) Bernal y Chillón (1985)
Martínez Albertos (1983) Gomis (1989) Núñez Ladevéze (1993) Sánchez y López Pan (1998)	Martínez Albertos (1983) Gomis (1989) Núñez Ladevéze (1993)	Martínez Albertos (1983) Gomis (1989) Núñez Ladevéze (1993) Sánchez y López Pan (1998)

Fuente: Elaboración propia

### 3. Diferentes modos de aproximación del periodista a la realidad en los géneros informativos audiovisuales

La clasificación de los géneros periodísticos contemplados para el medio prensa se hizo extensiva a los medios audiovisuales, hasta que Mariano Cebrián Herreros publica en 1992 “Géneros Informativos Audiovisuales”, una obra fruto de una investigación en la que analizó distintas piezas radiofónicas y televisivas para observar sus relaciones y conseguir realizar una clasificación propia de los géneros audiovisuales. Como él mismo apunta, no se trata de una teoría especulativa, sino de una teoría que emerge del análisis de las prácticas profesionales.

El planteamiento de partida de este autor fue que «el criterio de clasificación dicotómica puede ser válido para la prensa, sin embargo, para los medios audiovisuales es insuficiente ya que quedan fuera muchas prácticas profesionales de la información audiovisual. Por esta razón hay que incorporar otra forma clara de exponer hechos e ideas propias y ajenas mediante la conversación, el diálogo» (Cebrián Herreros, 1992: 34). Por tanto, manifiesta que «los géneros informativos audiovisuales adquieren unas configuraciones específicas dentro de los géneros informativos generales. Están regulados por las características y formas de la técnica del lenguaje audiovisual empleado. Por ello, los trataremos como géneros bien diferenciados» (1992: 24).

El modo de clasificar los géneros informativos audiovisuales que propuso Cebrián Herreros (1992) sigue todavía vigente, aunque el mismo autor ha desarrollado nuevos modos o subcategorías teniendo en cuenta la hibridación que han seguido los tratamientos principalmente en el medio televisivo. Además, advierte que:

La concepción, desarrollo y aplicación de los géneros admiten múltiples variantes y estilos personales. No pueden tomarse como algo rígido sino abierto a las innovaciones, a la creatividad y a la invención de otros. Esto ha propiciado que los géneros ya no aparezcan con tanta claridad. De hecho, se han llegado a crear géneros fronterizos que se emplean indistintamente en una modalidad narrativa y en otra. No deben establecerse, pues, unas fronteras de total separación ya que existe una tendencia renovadora a buscar determinadas combinaciones y armonizaciones (2003: 91).

De hecho, Barroso (2002: 384) habla de las tendencias que se han producido en la programación televisiva consistentes, por un lado, en el solapamiento de la opinión sobre la información propiciada por el uso del reportaje con el relato de los protagonistas del suceso. Por otro lado, la hibridación que da lugar al *infotainment*

o *infoshow* en el que la información es presentada con un estilo espectacular próximo a los formatos de entretenimiento (*entertainment*) y también el estilo de aproximación a la ficción mediante la dramatización o reconstrucción de los hechos (docudrama) o por vía de la presentación de historias basadas en hechos históricos (*factions*).

De forma similar describe Gordillo (2009), como a partir de la neotelevisión, las características más destacadas de la programación televisiva son el sincretismo, la hibridación y el reciclaje. Según esta autora, los géneros tradicionales se entrecruzan, de lo que surgen formatos novedosos. De este modo, señala que «si en la *neotelevisión* los mecanismos ficcionales y los contenidos de la realidad se funden en el género docudramático, con la *postelevisión* (Imbert, 2008) o la *hipertelevisión* (Gordillo, 2009) entran en juego la publicidad y el entretenimiento, multiplicando los modelos híbridos ya surgidos en la neotelevisión. Entre todos ellos, el *infoentertainment* instaura formatos novedosos donde la información se inmiscuye en el terreno del entretenimiento» (Gordillo, 2010: 92).

También Bandrés, García Avilés, Pérez y Pérez (2004) coinciden en señalar que «el periodista en la neotelevisión debe desechar la idea de una estricta separación entre información y ficción, entre hechos e interpretaciones, entre realidad y espectáculo (...). En la neotelevisión confluye una amplia tradición cinematográfica y dramática, con el afán de entretener e interesar para mantener la fidelidad de la audiencia. Hasta en los informativos diarios, último reducto de la 'noticia dura', siguiendo la terminología anglosajona, se observa una marcada tendencia al entretenimiento».

Recuperando la tipología de Cebrián Herreros (1992), este autor afirma que «los géneros audiovisuales han tenido un desarrollo a partir de los géneros orales y literarios. Recogen formas y estructuras literarias, las adaptan a la capacidad expositiva de cada medio e incorporan las formas expresivas particulares, los relatos y tratamientos audiovisuales y generan otras totalmente originales» (2003: 89). Este autor se fundamenta, pues, en el modelo de partida de los géneros literarios, atendiendo a las actitudes o intenciones del autor en relación con la realidad informativa.

En la actividad mediadora que ejerce el periodista, éste se convierte en un narrador que «se pone en lugar de otro, pero no es eso lo principal, se pone en lugar de otro para decidir entre lo que interesa y lo que no interesa, para seleccionar qué vale la pena contar de lo que a él le cuentan o de lo que observa que hacen los demás. Una faceta importante de la actividad periodística es, pues, la narrativa» (Núñez Ladevéze, 2004: 36).

Como señala Bermejo Berros (2005: 104), desde el punto de vista de los géneros existen numerosas formas de relato, entendido como «representación de acciones» y aclara que «más que una imitación o copia de acciones preexistentes, se trata de una *transposición* de la acción humana en y por el relato. En este sentido todo relato debe ser considerado el producto de una actividad creativa que opera una *reescritura* de la acción humana».

De este modo, observamos un asentamiento en la teoría narrativa del siglo XX, sustentada en el "perspectivismo", que mantiene que aunque la realidad es una, se muestra múltiple, según la relación que el narrador tenga con el objeto.



Ortega y Gasset relacionó el “perspectivismo” con el “relativismo” en el sentido de la aproximación a la realidad depende de las posibilidades de conocerla y de acercarse a ella (Imízcoz: 1999: 22).

Desde esta perspectiva, Cebrián Herreros (1992) considera que existen tres modos de aproximación a la realidad por parte del informador, de los cuales surgen los paradigmas de géneros informativos audiovisuales:

- Como referencia a una realidad exterior al usuario: géneros referenciales o expositivos, que se caracterizan por ofrecer la versión distanciada de los hechos, son comprobables en un tiempo y un lugar. Se narran las noticias externas a la opinión del informador, ajustándose lo máximo posible a la realidad tal cual acontece.

- Como modo de expresión de situación anímica interpretativa y opinativa personal de quien relata la realidad: géneros expresivos o testimoniales, los cuales ofrecen la percepción personal del autor respecto a la realidad, su punto de vista. Exponen su pensamiento, interpretación, opinión, sentimientos y actitud de manera subjetiva. El informador relata, argumenta, critica, ironiza o ataca positiva o negativamente un determinado tema.

- Como relato de una situación interrogativa o dialógica: géneros apelativos o dialógicos, que contemplan hechos, ideas u opiniones de personas (protagonistas o testigos) o expertos a través del diálogo o la entrevista. El informador actúa de interrogador y moderador, en segundo plano, sin involucrarse, deja el protagonismo a los interlocutores.

#### **4. Nuevos tratamientos de los géneros audiovisuales en la red**

Internet ha ampliado las posibilidades de estos géneros, los cuales han hecho de la red de redes una plataforma de inigualables características respecto a los medios tradicionales. Por un lado, las amplias opciones espacio-temporales repercuten en que no existan límites en la exposición de los contenidos que presentan. Por otro lado, se permite una gran variedad de contenidos, desde el punto de vista temático y en el amplio despliegue de *targets* posibles. A esto se suma que el concepto de actualidad, resulta menos caduco, dada la capacidad de almacenamiento del medio digital (López García, 2003).

No obstante, podemos seguir hablando de géneros informativos audiovisuales dentro de la red, que se adaptan al nuevo soporte y que se desarrollan como géneros. Nos parece interesante la correlación que realiza López García (2003: 454-457) entre las características de la Red que propone Díaz Noci (2001: 85-105) y las posibilidades que plantea este medio, por ejemplo, al reportaje:

- Carácter multimedia, basado en la conjunción de todos los sistemas expresivos (audiovisual, impreso, imagen fija, infografía, etc.) con distintas aplicaciones informáticas, por ejemplo con enlaces con otros documentos que profundicen en la información, provenientes de todo tipo de fuentes y medios (documentos oficiales, monográficos de distintas instituciones, estudios académicos o científicos, páginas web especializadas en el tema del reportaje, etc.). De este modo, se amplía la posibilidad de contraste y ampliación de los contenidos que integre el reportaje, incluso con otros ámbitos más formales, como los documentos de carácter académico, que aumentan su potencial divulgativo.

- Ruptura de la secuencialidad. Los reportajes en Internet pueden fragmentarse en multitud de apartados y el navegante puede acceder a aquella parte que le parezca más interesante, retomando cada fragmento cuando lo considere. De este modo, se supera el modelo de “lectura” lineal, permitiendo la conformación de una estructura reformulada por el usuario.

- Ruptura de la periodicidad. El reportaje queda almacenado en una gran base de datos y pueden descargarse o visionarse cuando se desee, permaneciendo a disposición del usuario. De este modo, queda refrendada la superación del concepto de actualidad como condición de este tipo de géneros.

- Interactividad. Por una parte, asociada al concepto de hipertexto, se permite la interacción con la información y el acceso a otras fuentes enlazadas. Y, por otra, la posibilidad de foros en los que participar ofreciendo comentarios respecto al contenido de los reportajes, pudiendo alimentarse de lo que otros usuarios han opinado y ofreciendo respuestas a posibles cuestionamientos o preguntas.

Los programas de edición web. Permiten al usuario editar determinados contenidos y llevar a cabo aproximaciones a este tipo de géneros, que después se pueden colgar en *webblogs* o en redes sociales. De este modo, el navegante se convierte en creador de contenidos y, atendiendo a las premisas que conoce fruto del acceso a este tipo de géneros, puede intentar elaborarlos.

Como reflexiona el actual Vicepresidente de la Academia de las Ciencias y las Artes de la Televisión, Tacho de la Calle (2010: 13): «La televisión contemplativa como hasta ahora la conocemos, ya no es suficiente. Las nuevas incorporaciones de jóvenes y adolescentes con inquietudes de participación y correspondencia con el medio reclaman a los profesionales y a la gran industria canales sólidos de interactividad y comunicación en sus contenidos. En definitiva: nuevas fórmulas en los formatos y sus contenidos, así como novedosas técnicas en las líneas y diseños de la producción».

Las posibilidades que plantea la nueva forma de producir y visionar contenidos televisivos a través de la red permite muchas opciones para el emisor-receptor (EMIREC)<sup>1</sup> (Cloutier, 1975), «lectoautor o autolector» (García García, 2006a), «prosumer» (Toffler, 1979) o «perceptor participante» (Marta Lazo, 2005).

Nos parece muy ilustrativo el modo en que García García describe cómo se produce la conjunción de soportes, contenidos y usos unidos entorno a la red. «La convergencia de la hipertelevisión telemática va más allá, supera el texto con su contenido y forma, y sobre el fondo de lo digital muestra nuevos modelos de producción significativa: Sobre el relato ficcional o histórico o factual informativo emergen las participaciones de los actores, del público, accediendo a la base de datos, a otro relato, a cursos, a chat, a foros temáticos o foros espontáneos cuyo contenido versa sobre el discurso de las imágenes solicitando información a la base de datos repleta de documentación de textos, datos o imágenes. Las opciones de

---

<sup>1</sup> Jean Cloutier (1975) utiliza este término, como acrónimo de las tres primeras letras de emisor y receptor, para definir a quien opera de manera indistinta, de forma dialogal, en ambos sentidos. Con el término “EMIREC”, traducido del francés “EMEREC (Emetteur- Recepteur)”, el teórico canadiense Jean Cloutier bautiza la era actual, en el título de su libro *L'ère d'EMEREC (ou la communication audio-scripto-visuelle à l'heure des self-média)*, publicado en 1975 por Les Presses de l' Université de Montreal. Citado en APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1987) *Imagen, vídeo y educación*. Madrid, Fondo de Cultura Económica, colección Paideia.

activar las diversas entradas desde el interfaz son múltiples puntuales o simultáneas y combinando todas las acciones posibles» (García García, 2006b: 12).

La hipervinculación dentro de un producto informativo integrado en la Red, es decir, el posible acceso a otros géneros o formatos formulados en otros sistemas expresivos, repercute en que las clasificaciones tradicionales de los géneros informativos en prensa, en radio o en televisión hayan quedado superadas por las que plantean de forma híbrida y conjunta los denominados "cibergéneros". No obstante, el reportaje seguiría siendo uno de ellos con nuevas posibilidades. Como destaca López García (2003: 449), «las características del hipertexto como sistema de comunicación propio de la Red otorgan una importancia cada vez mayor al reportaje como forma de presentar la información fuente enlazada con una serie de datos e informaciones complementarias que pueden extenderse sin límites de espacio ni de soporte (texto, imágenes, sonido,...)».

Además, la importancia de los géneros interpretativos se ve acrecentada en el ciberperiodismo, en opinión de López García (2003: 451), por los siguientes factores:

- a) la multiplicidad de manifestaciones periodísticas no necesariamente enmarcadas en los medios de comunicación de masas y en las que la posición del periodista en tanto autor del texto presenta una mayor relevancia;
- b) la existencia de múltiples puentes de comunicación entre los autores y el público;
- c) la necesidad de profundizar en la información y ofrecer ópticas singulares de la misma como forma de ofrecer un producto diferenciado en un marco de máxima competencia;
- d) las propias características del medio digital.

## **BIBLIOGRAFÍA**

- APARICI, R. y GARCÍA MATILLA, A. (1987) *Imagen, vídeo y educación*. Madrid: Fondo de Cultura Económica, colección Paideia.
- ARNANZ, C. M. Y GARCÍA MATILLA, E. (2010): *La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital*. Madrid: Academia TV de las Ciencias y las Artes de Televisión, Escuela de Organización Industrial y Corporación Multimedia.
- BAJTÍN, M. (1990) *Estética de la creación verbal*. México: Siglo XXI.
- BANDRÉS, E.; GARCÍA AVILÉS, J.A., PÉREZ GÓMEZ, G y PÉREZ DE SILVA, J. (2004) *El periodismo en la televisión digital*. Barcelona: Paidós.
- BARROSO GARCÍA, J. (2002) *Realización de los géneros televisivos*. Madrid: Síntesis.
- BERMEJO BERROS, J. (2005) *Narrativa Audiovisual. Investigación y aplicaciones*. Madrid: Ediciones Pirámide.
- BERNAL, S. y CHILLÓN, A. (1985) *Periodismo informativo de creación*. Barcelona: Editorial Mitre.
- CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (Coords.) (2004) *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel.
- CASASÚS, J. M. y NUÑEZ LADÉVEZE, L. (1989) *Estilo y géneros periodísticos*. Madrid: Ariel.
- CASTEJÓN LARA, E. (1992) *La verdad condicionada*. Baruta (Venezuela): Corprensa.

- CEBRIÁN HERREROS, M. (1992) *Géneros informativos audiovisuales*. Géneros informativos audiovisuales. Madrid: Editorial Ciencia 3.
- CEBRIÁN HERREROS, M. (2003) *Análisis de la información audiovisual en las aulas*. Madrid: Editorial Universitas.
- DÍAZ NOCI, J. (2001) *La escritura digital. Hipertexto y construcción del relato informativo en el periodismo electrónico*. Bilbao: Universidad del País Vasco.
- DÍAZ NOCI, J. Y SALAVARRÍA ALIAGA, R. (coords.) (2003) *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel.
- DIAZ NOSTY, B. (2006) "Niklas Luhmann (1927-1998)". En *Comunicación, Sociedad y Cultura. Perfil biográfico y pensamiento*. Málaga: Infoamérica. [<http://www.infoamerica.org/teoria/luhmann1.htm>, consultado el 02/02/2011].
- DIEZHANDINO, M. P. (1994) *El quehacer informativo*. Bilbao: Servicio Editorial de la Universidad del País Vasco.
- FONTCUBERTA, M. (1980) *Estructura de la noticia periodística*. Barcelona: A.T.E.
- GARCÍA GARCÍA, F. y otros (2006a) *Narrativa audiovisual*. Madrid: Laberinto Comunicación.
- GARCÍA GARCÍA, F. (2006b) "De la convergencia tecnológica a la convergencia comunicativa en la educación y el progreso". En *Revista Icono 14*, nº 7. Madrid: Asociación científica de investigación en Comunicación y Nuevas Tecnologías ICONO14, pp. 1-19.
- GRIJELMO, A. (2001) *El estilo del periodista*. Madrid: Grupo Santillana de Ediciones.
- GÓMEZ MOMPART, J. L. (1982) *Los titulares en prensa*. Barcelona: Editorial Mitre.
- GOMIS, L. (2008) *Teoría de los géneros periodísticos*. Barcelona: UOC Press.
- GOMIS, L. (1991) *Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente*. Barcelona: Paidós.
- GOMIS, L. (1989) *Teoría dels generes periodístics*. Barcelona: Centre d' Investigació de la Comunicació.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (2006) *Clásico, manierista, postclásico*. Valladolid: Castilla Ediciones.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1998) *El discurso televisivo: Espectáculo de la posmodernidad*. Madrid: Ediciones Cátedra.
- GORDILLO, I. (2010) "El entretenimiento se contamina con información. Modelos de infoentertainment". En SALGADO LOSADA, A. (Coord.): *Creatividad en Televisión. Entretenimiento y Ficción*. Madrid: Fragua, pp. 91-109.
- HERNANDO CUADRADO, L. A. (2000) *El discurso periodístico*. Madrid: Editorial Verbum.
- LÁZARO CARRETER, F. (1986) *Estudios de poética. La obra en sí*. Madrid: Taurus.
- LÓPEZ GARCÍA, G. (2003) "Géneros interpretativos: el reportaje y la crónica". En DÍAZ NOCI, J. Y SALAVARRÍA ALIAGA, R. (coords.): *Manual de Redacción Ciberperiodística*. Barcelona: Ariel, pp. 449-494.
- LUHMANN, N. (2007) *La realidad de los medios de masas*. Barcelona: Anthropos.
- MARTA LAZO, C. (2005) *La televisión en la mirada de los niños*. Madrid: Fragua.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1991) *Curso General de Redacción Periodística*. Madrid: Paraninfo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1989) *El lenguaje periodístico*. Madrid: Paraninfo.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, J. L. (1983) *Curso General de Redacción Periodística*. Barcelona: Mitre.

- MUÑOZ, B. (2009) "Cultura mosaico". En Román Reyes (Dir): *Diccionario Crítico de Ciencias Sociales. Terminología Científico-Social*. Madrid-México: Plaza y Valdés.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (2004) "El periodismo desde un enfoque interdisciplinar". En CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (Coords.): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel, pp. 17-50.
- NÚÑEZ LADEVÉZE, L. (1993) *Métodos de Redacción Periodística y Fundamentos de Estilo*. Madrid: Síntesis.
- PANIAGUA SANTAMARÍA, P. (2009) *Información e interpretación en periodismo. Hacia una nueva teoría de los géneros*. Barcelona: Editorial UOC.
- RODRÍGUEZ BETANCOURT, M. (2004) "Géneros periodísticos: para arropar su hibridez". En *Estudios sobre el mensaje periodístico*, vol. 10. Madrid: Servicio de Publicaciones de la Universidad Complutense, pp. 319-328.
- SALGADO LOSADA, A. (2010) *Creatividad en Televisión. Entretenimiento y Ficción*. Madrid: Fragua.
- SÁNCHEZ, J. F. y LÓPEZ PAN, F. (1998) "Tipologías de géneros periodísticos en España. Hacia un nuevo paradigma". En *Comunicación y Estudios Universitarios. Revista de Ciències de la Informació*, núm. 8. Valencia: CEU San Pablo, pp. 15-35.
- SANMARTÍ, J. M. (2004) "Más allá de la noticia: El periodismo interpretativo". En CANTAVELLA, J. y SERRANO, J. F. (Coords.): *Redacción para periodistas: informar e interpretar*. Barcelona: Ariel, pp. 333-359.
- SHIRLEY, B. (2007) *Media Impact. An Introduction to Mass Media*. USA: Thomson.
- VAN DIJK, T. A. (1990) *La noticia como discurso*. Barcelona: Paidós Comunicación.
- YANES MESA, R. (2004) *Géneros periodísticos y géneros anexos*. Madrid: Editorial Fragua.