



Proposta de catro eixes para adecuar o concepto de xénero á comunicación web. Aplicación nunha avaliación cualitativa de weblogs vinculados en Blogaliza.org

Proposal of four conceptual guidelines intended to adapt the term 'genre' to Web Communication. Implementation of the guidelines in a qualitative assessment of weblogs linked to Blogaliza.org

Gloria GÓMEZ DIAGO e Daniel MARTÍ PELLÓN

Universidade de Vigo
gloriagdiago@gmail.com
dmarti@uvigo.es

RESUMO

Este texto artículase en tres partes. En primeiro lugar, esbozamos algunhas das principais diferenzas da comunicación web con respecto á desenvolvida polos medios de comunicación tradicionais. A continuación, identificamos catro eixos conceptuais que poden ser utilizados para trasladar o concepto de xénero á comunicación web. E, para rematar, aplicamos os catro marcos conceptuais propostos nunha avaliación cualitativa de blogs galegos de referencia.

PALABRAS CHAVE: xénero, comunicación web, xéneros hipertextuais, avaliación web, weblogs, bitácoras galegas.

G. DIAGO, G. e MARTÍ, D. (2006). "Proposta de catro eixes para adecuar o concepto de xénero á comunicación web. Aplicación nunha avaliación cualitativa de weblogs vinculados en Blogaliza.org", *Madrygal (Madr.)* 9: 63-68.

RESUMEN

Este texto se articula en tres partes. En primer lugar, esbozamos algunas de las principales diferencias de la comunicación web con respecto a la comunicación que se diseña por los medios de comunicación tradicionales. A continuación, identificamos cuatro ejes conceptuales que pueden ser utilizados para trasladar el concepto de género a la comunicación web. Y, por último, aplicamos los cuatro marcos conceptuales propuestos en una evaluación cualitativa de blogs gallegos de referencia

PALABRAS CLAVE: género, comunicación web, géneros hipertextuales, evaluación web, weblogs, bitácoras gallegas.

G. DIAGO, G. y MARTÍ, D. (2006): "Propuesta de cuatro ejes para adecuar el concepto de género a la comunicación web. Aplicación en una evaluación cualitativa de weblogs vinculados en Blogaliza.org", *Madrygal (Madr.)* 9: 63-68.

ABSTRACT

This paper includes three parts. First, we draw some of the differences between web communication and communication as developed by the traditional media. Then, we identify four conceptual axes that can see used to apply the concept of genre to the web communication. And, lastly, we apply the four conceptual frameworks proposed in a quality assessment of some well-known Galician blogs.

KEY WORDS: genre, web communication, hipertextual genres, web assessment, weblogs, Galician weblogs.

G. DIAGO, G. & MARTÍ, D. (2006): "Proposal of four conceptual guidelines intended to adapt the term 'genre' to Web Communication. Implementation of the guidelines in a qualitative assessment of weblogs linked to Blogaliza.org", *Madrygal, (Madr.)* 9: 63-68.

SUMARIO: 1. Deseño, interacción, comunicación e avaliación do discurso hipertextual web. 2. Catro núcleos conceptuais para debuxar o xénero e o contexto. 3. Avaliación cualitativa de blogs galegos de referencia. 4. Referencias bibliográficas.

1. DESEÑO, INTERACCIÓN, COMUNICACIÓN E AVALIACIÓN DO DISCURSO HIPERTEXTUAL WEB

Como usuarios da comunicación web, podemos acceder a distintas estruturas argumentativas de comunicación, dispoñendo de diferentes e numerosas posibilidades para a procura de información (Miall:1996)

O contorno de cada documento accesible na rede constitúe o contexto comunicativo polos datos e complementos que pode ofrecer dun modo “inmediato” a un *click* (G. Diago: 2004a), configurando o espazo no que se desenvolven as primeiras interaccións coa proposta discursiva contida nuns documentos web.

Algunhas das diferenzas que incorporan os documentos hipertextuais con respecto á comunicación que xestionan os medios de comunicación tradicionais son:

- outras orixes (ás veces o hipertexto non está editorializado, coma o periodismo actual, senón que se edita dende fontes particulares ou externas aos medios)
- certa gama na organización e na disposición (con arquitecturas para diferentes usos e niveis de lectura)
- versións convertibles e adaptables a distintos soportes ou receptores domésticos interconectados, etc.

Por outra banda, se buscamos os *topoi* clásicos na World Wide Web, falamos de comunidades, planetas virtuais que se configuran nun tempo máis ou menos próximo e a calquera distancia xeográfica.

Na definición de xénero dixital, Watters e Shepherd (“The Digital Broadsheet: An Evolving Genre”, 1997) sinalan que os usuarios de tecnoloxías da información comparten contextos formais e de contido, cuestión que lles posibilita esquemas de comunicación e de interpretación para entenderse e comunicarse.

En “The evolution of Cybergenere (1998) os mesmos autores introducen o termo “*ciberxénero*”, manteñen a palabra como macrodefinición de todos os xéneros dixitais e clasifican dous grandes subxéneros: un para os herdados dende medios e soportes anteriores e outro subxénero que agrupa

os xéneros novidosos nados na internet, sen xenealoxía evidente.

Esta dicotomía semella necesitar de aclaracións máis profundas que diferencien tipos de xéneros dixitais. Quizais sexa interesante unha vía que debuxe tipos de documentos dixitais a partir dos compoñentes do hipertexto.

A esta idea refírese Peter Menholz (“Document Genres: The Hidden Workhorse of Information Architecture”, 2004) nun texto no que fala de “xéneros de contido”. Con todo, a súa proposta configúrase coma un paso atrás posto que non parece lóxico, para recoñecer unhas formas hipertextuais, prescindir do resto dos aspectos comunicativos, sociais e culturais relacionados, pero separables do contido.

Os códigos de presentación dixital e o contido pódense mostrar dende distinta linguaxe informática, pero son dificilmente separables na elocución ou na enunciación dun hipertexto, é dicir na navegación ou no percorrido de cada traxectoria web seguida polos lectores-usuarios.

Aplicar perspectivas integradoras permite identificar algúns compoñentes comunicativos que nos axudan a delimitar tipos de accións comunicativas, con intencións comunicativas socialmente recoñecibles, e con aspectos formais tamén comúns.

Para coñecer con máis detalle os elementos que entran en xogo na comunicación web, parece positivo incorporar olladas e liñas investigadoras que desprazan os obxectivos sociais e a difusión das redes, interrelacionando cos seus criterios de estudo conceptos coma o de relevancia ou o de “encontrabilidade”.

Ademais, entre todos estes fins ou obxectivos-tendencia da Internet dende Negroponte, sempre se apuntou a necesidade de ter en conta a importancia que, no deseño da comunicación na Internet, desenvolve a creación de comunidades. Máis que culturas locais, son culturas “atopables”, localizadas e interrelacionadas de xeito hipertextual, difundindo a creación individual ou grupal e os tópicos en variadas esferas e agrupacións en liña.

Así, os trazos locais quedan axustados aos protocolos de novas esferas de comunicación e convivencia dixital. Estes lugares comúns, os temas dos que se fala na Internet poden cuantifi-

carse e representarse graficamente na súa distribución no mapamundi.

Os cambios nos usos da comunicación modifícan e incluso substitúen o que configura o formato. Por exemplo, nalgúnhas empresas a conta de correo electrónico privado transfórmase nunha conta persoal visible para o resto da organización. Por outra banda, ferramentas coma os *chat* e os foros vanse incorporando aos proxectos dirixidos ao deseño, mantemento e xestión de sistemas de arquivo, de interacción, de formación, etc., tanto en empresas coma en institucións ou organizacións en xeral.

A evolución dos usos dun formato dixital, condiciona unha xestión editorial, máis ou menos participada polos usuarios. Ademais das perspectivas diferenciadoras baseadas nas características da navegación hipertextual, propóñense parámetros que taxan os contidos ou servizos prestados polas sedes a través de datos que miden o crecemento dos colectivos, as frecuencias e a duración da conexión, a cantidade de datos recibidos nos documentos web, etc.

Ao mesmo tempo que se consolidan tipos dixitais de formatos en versións visuais e audiovisuais, idéanse e aplícanse protocolos estándar para deseñar información en xeral (World Wide Web Consortium). Así, en moitas páxinas ou sedes web, márcase a guía de estilo vixente para xestionar o tratamento visual e editorial da información.

Acompañando na tarefa aos profesionais da comunicación, aos xurados de festivais da Internet e ás bibliotecas orientadas a avaliar a comunicación web (fundamentalmente dende a perspectiva do contido) dende a investigación en comunicación imos incorporando no estudo e na avaliación de documentos web cuestións que se refiren ás variables que introduce a interacción hipertextual no deseño e na xestión da comunicación¹.

A continuación, identificamos catro eixes conceptuais que parece positivo aplicar á Internet para identificar xéneros hipertextuais ou ciberxéneros.

2. CATRO EIXES CONCEPTUAIS PARA DEBUXAR O XÉNERO E O CONTEXTO

Propoñemos catro núcleos conceptuais para agrupar os distintos matices nocionais que se poden

confundir e que serven para explicar o concepto de xénero. A agrupación de trazos ou nocións permite relacionar operacións construtivas e deconstrutivas do discurso con algúns ámbitos de extensión ou aplicación posibles (tamén aludidos como contextos).

Esta fórmula adoptada utilízase con frecuencia para revisar e fundamentar xéneros “particulares” coma o xénero cinematográfico (Altman: 2000) ou os xéneros radiofónicos (Martínez Costa / Herrera: 2005).

Como acontece con moitas clasificacións, a que propoñemos non quere ser definitiva. O propósito deste texto é delimitar olladas que debuxan xéneros e contextos comunicativos.

Identificamos catro eixes para diferenciar xéneros e contextos

- A observación formal e externa que tipifica un conxunto de textos.
- A intercomunicación discursiva en determinadas fórmulas de comunicación.
- Aspectos sociais e de caracterización da situación pública dunha comunicación habitual ou recoñecible.
- Aspectos culturais nas formas consolidadas de comunicación.

Explicamos a continuación en que se centran os catro núcleos conceptuais propostos. Para facelo con máis profundidade, situamos traballos de diferentes investigadores en cada un deles.

2.1. A OBSERVACIÓN FORMAL E EXTERNA

A observación formal e externa interpreta o xénero como formato, esquema, patrón ou rutina produtiva, quedando definido polos límites que marca o contexto e o co-texto (explícito, mencionado, recoñecido, etc.).

Se prestamos atención aos límites espazo-temporais dun discurso e aos aspectos formais do xénero, obtemos dúas perspectivas de análise: a de contido expresado e a do estilo.

Relacionamos dous controis formais da actividade enunciadora dun discurso. En primeiro lugar, identificamos un horizonte significativo, que pode

¹ Véxase “Las Revistas Académicas Ibéricas y Latinoamericanas de Comunicación en Internet en el Contexto Tecnológico Actual” (Martí: 2004a), “El análisis semiótico de hipertextos y la evaluación de websites” (Martí: 2004b), “Una perspectiva evaluadora de documentos web desde la ciencia de la comunicación” (G. Diago: 2004a), “Internet según McLuhan: Un medio frío con diferentes grados” (G. Diago: 2005a), “Método de una investigación en comunicación: fuentes primarias y card Sorting para identificar y agrupar en niveles los criterios de evaluación más utilizados en festivales web” (G. Diago / Martí: 2005), “Tres criterios para evaluar la calidad informativa de un website: credibilidad, cobertura, novedad” (G. Diago: 2005b).

marcarse dende os límites do co-texto sógnico, contexto interno (ou conceptos semellantes en Eco) e, en segundo lugar, a norma estética ou as súas desviacións (como se propuxo a partir de Mukarovsky ou de Enkvist).

Esta área nocional intégrase na formación, sexa ou non académica, e é un recurso técnico nos contextos profesionais relacionados coa comunicación para identificar tipos de textos.

2.2. A INTERCOMUNICACIÓN DISCURSIVA

A lectura ou o diálogo co texto é o marco dun tipo de xénero de discurso e un contexto interiorista e psicolóxico. Dende este eixe conceptual perfilamos aos receptores ou interlocutores con máis profundidade.

Os estudos sobre a enunciación (Benveniste), sobre a paralingüística, sobre o contexto situacional ou sobre a recepción (Hirsch, Iser, etc.) ofrecen nocións teóricas que propoñen variables para explicar a interlocución ou as interaccións que se producen en distintos lugares ou momentos do discurso.

2.3. ASPECTOS SOCIAIS E DE CARACTERIZACIÓN DA SITUACIÓN PÚBLICA DA COMUNICACIÓN

Os aspectos sociais e de caracterización da situación pública da comunicación refírense aos usos convencionais dos xéneros ou subxéneros. Este tratamento, aínda que habitual non é demasiado rigoroso no que se refire á integración da noción de contexto social e dunhas formas tipificadas de comunicación.

A extensión, o abuso da denominación xenérica e do seu ámbito de aplicación social pode desnaturalizar aspectos esenciais do xénero ou da sociabilidade dos contextos, facéndoos indistinguibles entre a variedade de designacións de xéneros e subxéneros industriais, comerciais, etc.

A parte activa da execución discursiva está determinada, entre outras condicións, pola localización, xa que as alusións a un contexto coñecido (social, informativo, etc.) e en parte compartido (Austin, Sperber-Wilson, etc.) proporcionan á enunciación do discurso contextos sociais que o activan e realizan como tal.

Os xéneros, tal e como os utilizan os medios de comunicación e a publicidade, diríxense a uns

tipos de público con intención de alcanzar niveis relevantes de audiencias.

A repetición industrial das fórmulas de éxito é a que caracteriza nun momento dado o xénero como social. Isto non evita que a revisión histórica por públicos posteriores engada un novo perfil de lectura daquel xénero social nunha distinta época histórica.

Na información mediática e comercial acerca dos xéneros hai demarcacións pragmáticas e sociolóxicas. Os datos que achegan son relevantes para actualizar un discurso, para avaliar o grao de integración que producen nun contexto social histórico, ou para analizar a construción virtual de novas comunidades tecnoloxicamente mediadas.

Na mesma liña poderíase considerar o traballo doutros teóricos que empregan un senso histórico, temporal do xénero (Saphiro) en disciplinas comunicativas (Lorenzo Gomis, Josep Martí ou Mariano Cebrián).

2.4. ASPECTOS CULTURAI

Pódense identificar aspectos culturais cando un xénero contén alusións ou referencias intertextuais, nacionais, aínda que sexa para mudar os significados de símbolos públicos ou de protocolos vixentes.

Esta perspectiva abre a revisión de destacados ou influíntes discursos para estudar os fundamentos e a renovación de tradicións, de costumes ou de coñecementos comúns. Dende esta ollada acércase o xénero ao paradigma ou á expresión dos límites dun determinado contexto cultural.

A investigación do diálogo intercultural (Malinovski) ou a investigación metacontextual, teórica pura ou filosófica (Coseriu ou Frege) perfilan un nivel no que a memoria do discurso deixa sinais máis profundos.

Na comunicación web, como apuntaba Albaladejo (2004), o papel da *memoria* retórica resulta ampliado, e en certo modo complicado, como memoria cibernética, que pon á disposición do internauta, un *click*, páxinas e visitas no abano multimedial do seu contexto de traballo e reflexión.

3. AVALIACIÓN DE BLOGS GALEGOS DE REFERENCIA

O propósito desta última parte do artigo é aplicar os catro eixes conceptuais propostos para,

dende unha perspectiva cualitativa, avaliar blogs galegos de referencia.

Os blogs avaliados agrúpanse en torno á sede Blogaliza.org, creada no inverno do ano 2002 despois da grave catástrofe ecolóxica e económica ocasionada coa marea negra do *Prestige*.

A continuación aplicamos os catro eixes conceptuais propostos para avaliar os weblogs situados en Blogaliza.

3.1. A OBSERVACIÓN FORMAL E EXTERNA

Dende un punto de vista formal non proporciona gran innovación. O deseño sobrio da cabeceira e a lista de blogs enlazados subliña unha versión grupal dos contidos actualizando as súas entradas en *Blogaliza* (Blogomillo 1.0), segundo son publicadas no blog de cada autor.

O deseño da cabeceira actualizouse nun par de ocasións nos seus tres anos de vida. Entre os estilos máis depurados dominan as bitácoras literarias (a cabeceira ata hai pouco só recollía fragmentos de texto), máis numerosas que as fotográficas ou visuais como acontece noutros planetas de blogs.

3.2. A INTERCOMUNICACIÓN DISCURSIVA

Sobre o punto da intercomunicación discursiva, a maioría dos blogs compoñen espazos temáticos persoais, sendo maior a orientación individualista dos contidos nos blogs recentemente incorporados a Blogaliza.

En tres anos, case cen bitácoras se incorporaron ás 30 que tiña a comezos do ano 2003. A metade delas manteñen unha actualización de contidos en cifras semellantes a outros contornos de bitácoras.

Unha terceira parte, as que naceron no ano 2004 ou incluso antes, son as máis lidas, cunha

frecuencia destacada entre as que posúen comentarios, citas e aparecen en listas de bitácoras aconselladas.

3.3. ASPECTOS SOCIAIS E DE CARACTERIZACIÓN DA SITUACIÓN PÚBLICA DA COMUNICACIÓN

Blogaliza conta con referencias noutras sedes web coma o portal de información *Vieiros.com* e o diario *La Voz de Galicia*.

No que se refire a fórmulas de entrada nos weblogs, fixémonos no acceso aos contidos dende agregadores². No conxunto das bitácoras, esta ferramenta de sindicación e lectura aparece como minoritaria.

As bitácoras lidas a través do agregador utilizado maioritariamente, *Bloglines*, contan con 30 ou 40 suscripcións, aínda que só vinte blogs do conxunto alcanzan dez suscripcións no agregador.

3.4. PUNTO DE VISTA CULTURAL

Dende os indicadores temáticos utilizados confirmase a intención fundacional da comunidade ó redor da construción cultural en e desde Galicia.

Como arquivo e elenco de tradicións, lembranzas ou proxectos pode ser útil en formato wiki como formularon Piñeiro e Pazos aos centros galegos da emigración en Galicia Wiki (Martí: 2005).

Con acento político e mediático coméntase en Blogaliza a actualidade. Ademais, tamén se percibe a formación de subcomunidades entre tecnólogos, docentes e literatos ou afeccionados á literatura.

As achegas dos blogs, así coma o empuxe que reciben dos seus aneis de blogs decidirán nun futuro o alcance das súas propostas.

² Os agregadores son sistemas de suscripción ou sindicación de contidos que avisan e recompilan titulares e entradas recentes duns blogs previamente seleccionados para seguir a actualización dos seus contidos.

4. REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- ALBADALEJO, T. (2005): "La comunicación retórica en los sitios web", *I Congreso Online del Observatorio de la Cibersociedad*. Disponible en: http://www.cibersociedad.net/congres2004/grups/fitxacom_publica2.php?grup=24&llengua=es&id=417.
- ALTMAN, R. (2000): *Los géneros cinematográficos*. Barcelona/Buenos Aires: Paidós Comunicación.
- ECO, U. (1977): *Tratado de semiótica general*. Barcelona: Lumen.
- ENKVIST, E. (1987): "Estilística, lingüística del texto y composición" en BERNÁRDEZ, E. (comp.): *Lingüística del texto*, Madrid: Arco Libros.
- G[ómez] DIAGO, G. (2004a): "Una Perspectiva Evaluadora de Documentos Web desde la Ciencia de la Comunicación", *Razón y Palabra*, n.º 40, México, Proxecto Internet do ITESM Campus Estado de México. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n40/ggomez.html>.
- (2004b): "El ratón: ¿Un difuminador sobre las formas de comunicación tradicionales?" *Alzado*. Disponible en: http://www.alzado.org/articulo.php?id_art=366.
- (2005a): "Internet según McLuhan: un Medio Frío con Diferentes Grados", *Razón y Palabra*, n.º 44, México, Proxecto Internet do ITESM Campus Estado de México. Disponible en <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n44/ggomez.html>.
- (2005b): "Tres criterios para evaluar la calidad informativa en Internet: credibilidad, cobertura, novedad" *Global Media Journal en Español*, n.º 4, México, Centro de Investigación en Comunicación e Información e Maestría en Ciencias da Comunicación do Tecnolóxico de Monterrey, en coordinación co Departamento de Comunicación e Artes Creativas da Universidade de Purdue-Calumet, Hammond, Indiana, USA. Disponible en: http://gmje.mty.itesm.mx/articulos4/gomez_g.html.
- G. DIAGO, G. e MARTÍ, D. (2005): "Método de una investigación en comunicación: fuentes primarias y card sorting para identificar y agrupar en niveles los criterios de evaluación más utilizados en festivales web". *TEXTOS de la CiberSociedad*, n.º 7. Disponible en <http://www.cibersociedad.net/textos/articulo.php?art=64>.
- MARTÍ, D. (2004a): "El análisis semiótico de hipertextos y la evaluación de websites", *Razón y Palabra*, n.º 38, México, Proxecto Internet do ITESM Campus Estado de México. Disponible en: <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/antiores/n38/dmarti.html>.
- (2004b): "Las Revistas Académicas Ibéricas y Latinoamericanas de Comunicación en Internet en el Contexto Tecnológico Actual", *Razón y Palabra*, n.º 41, México, Proyecto Internet del ITESM Campus Estado de México. Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n41/dmarti.html>.
- (2005): "Galicia Wiki intenta un nuevo género". *Comunisfera, Observatorio de e-comunicación, evaluación, diseño y gestión de la comunicación*. Disponible en: http://comunisfera.blogspot.com/2005_10_01_comunisfera_archive.html.
- M. [MARTÍNEZ] COSTA, M e HERRERA, S. (2005): "¿Qué son los géneros radiofónicos y por qué deberían importarnos?" *Global Media Journal en español*, n.º 3, México, Centro de Investigación en Comunicación e Información e Maestría en Ciencias da Comunicación do Tecnolóxico de Monterrey, en coordinación co Departamento de Comunicación e Artes Creativas da Universidade de Purdue-Calumet, Hammond, Indiana, USA. Disponible en: http://gmje.mty.itesm.mx/articulos3/articulo_7.html.
- MENHOLZ, P. (2004): "Document Genres: The Hidden Workhorse of Information Architecture", *Peterme.com. Links, thoughts, and essays from Peter Merholz*. Disponible en: http://peterme.com/assets/document_genres.pdf.
- MIALI, D. (1996): "Hypertext as discourse", *Hypertext, Reading & Writing*. Disponible en: http://www.arts.ualberta.ca/%7Edmiall/hyperead/hypcog_c.htm.
- SHEPHER, D. e WATTERS, C. (1998): "The Evolution of Cybergenres", en R. H. SPRAGUE: *Thirty-First Annual Hawaii International Conference on System Sciences*, Volume 2, Proceedings of the Thirty-First Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Los Alamitos: IEEE Computer Society, pp. 97-109. Disponible en: <http://csdl2.computer.org/persagen/DLabsToc.jsp?resourcePath=/dl/proceedings/&toc=comp/proceedings/hicss/1998/8236/02/8236toc.xml&DOI=10.1109/HICSS.1998.651688>.
- WATTERS, C. e SHEPHERD, M. (1997): "The Digital Broadsheet: An Evolving Genre", en R. H. SPRAGUE (ed.): *30th Hawaii International Conference on System Sciences (HICSS)*, Volume 6, Digital Documents Proceedings of the Thirtieth Annual Hawaii International Conference on System Sciences, Los Alamitos: IEEE Computer Society, pp. 22-29. Disponible en: <http://csdl2.computer.org/comp/proceedings/hicss/1997/7734/06/7734060022.pdf>.
- "WEB CONTENT ACCESSIBILITY GUIDELINES 2.0". W3C. World Wide Web Consortium. Disponible en: <http://www.w3.org/TR/WCAG20/>.
- "O BLOGMILLO RENOVA ESCAPARATE NO BLOGALIZA" (10/10/05). *Vieiros. Novas na túa liña*. Disponible en: <http://www.vieiros.com/publicacions/nova.php?Ed=42&id=45415>.
- "El sitio de las bitácoras gallegas" (3/11/05). *La voz de Galicia*. Disponible en: http://www.lavozdegalicia.es/se_tecnologia/noticia.jsp?CAT=39072&TEXTO=10000079987.