

# El papel de lo culto en Bolivia. Una aproximación a la figuración de cultura en la prensa nacional<sup>1</sup>

Oscar José Meneses Barrancos

*Licenciado en Ciencias de la Comunicación Social por la Universidad Mayor de San Andrés (UMSA), con postgrado en Organización y Administración Pedagógica del Aula en Educación Superior (CEPIES-UMSA), y en Manejo y Gestión de Información Estratégica (IIE-UMSA/UPV). Docente universitario de las asignaturas de Investigación en la Comunicación y Métodos de Investigación de la Carrera de Ciencias de la Comunicación Social (UMSA). Consultor en temas sociopolíticos y de gestión estratégica de la Fundación UNIR Bolivia. Profesor-guía de monitoreos de medios de comunicación del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM).*

oscarmb707@yahoo.es

## Resumen

Mediante el análisis inductivo de una muestra considerada representativa, el trabajo intenta acercarse a la idea de cultura que está presente y se (re)transmite a diario en la prensa boliviana. En esa línea, a partir del estudio de la estructuración y la formalización del producto periodístico final ofrecido por dicho medio impreso de comunicación en relación con la cultura, se pretende caracterizar, con fines de generalización, la concepción de cultura subyacente a la cobertura periodística (o no) que los diarios bolivianos presentan periódicamente a propósito de tal dimensión del quehacer humano. Esto es, antes que con base en el rescate discursivo de la semantización del fenómeno cultural hecha por los enunciadores, el estudio reconstruye la subtendida concepción con base en la observación de las propiedades de la cobertura final del hecho cultural en sí. Con este cuadro de abordaje, el trabajo busca ser un insumo informativo a la comprensión del modo en que, desde una lógica de representación dada, la cultura es re-creada en y por uno de los más importantes entes sociales de producción de mensajes masiva e incesantemente consumidos por los públicos.

**Palabras clave:** Figuración – periodismo cultural – prensa de elite – semantización

## Resumo

Por meio da análise indutiva de uma amostra considerada representativa, o trabalho tenta aproximar-se da ideia de que a cultura está presente e que é (re)transmitida numa base diária na imprensa boliviana. Nessa linha, a partir do estudo da estruturação e da formalização do produto jornalístico final oferecido por este meio de comunicação impresso em relação à cultura, é tentado caracterizar, com a generalização objetivos, a concepção de cultura subjacente à cobertura jornalística (ou não) que os jornais bolivianos presentes periodicamente no que diz respeito a essa dimensão humana da tarefa. Esse é, antes com base no resgate discursivo do semantização do fenômeno cultural realizado pelos enunciadores, o estudo constitui a concepção tendencialmente com base na observação das propriedades do final de cobrir o fato cultural em si mesmo. Com esta imagem de embarque, o trabalho procura-se um insumo informativo para a compreensão da forma pela qual, a partir de uma determinada lógica de representação, a cultura é recriada em e por um dos mais importantes seres sociais de produção massiva de mensagens incessantemente e consumida pelos públicos.

**Palavras chave:** Figuração – jornalismo cultural – imprensa da elite – semantização

## Abstract

By means of the inductive analysis of a sample considered representative, the work tries to approach the culture idea that is present and it is (re)transmitted daily on a Bolivian press. In that line, from the study of the structuring and the formalization of the final journalistic product offered by this printed means of communication in relation to the culture, it is tried to characterize, with generalization aims, the underlying conception of culture to the journalistic cover (or not) that the Bolivian newspapers present/display periodically with regard to such dimension of the human task. That is to say, before with base in the discursive rescue of the semantization of the cultural phenomenon done by the enunciators, the study reconstructs the tended conception with base in the observation of the properties of the final cover of the cultural fact in itself. With this picture of boarding, the work looks for to be an informative consumption to the understanding of the way in which, from a logic of given representation, the culture is re-created in and by one of the most important social beings of massive production of messages and incessantly consumed by the publics.

**Key words:** Figuration – cultural journalism – elite press – semantization

“Los medios modelan una cultura propia ya que aportan una visión del mundo y una forma específica de conocimiento sobre la realidad actual. Realidad que, por otra parte, ellos mismos ayudan a configurar” (Tuñón, 1990: 28).

Los medios de comunicación, en la actualidad, se han convertido en los nuevos mentores y mitólogos del saber y quehacer humanos. El papel que desempeñan en la construcción de imaginarios, la resignificación de valores acerca del mundo y la dramática escenificación de la ancestral tríada hombre-espacio-tiempo alcanza cuotas excepcionales en las sociedades contemporáneas. No es exagerado decir que la más fugaz exposición a sus productos específicos dejará a merced de los sentidos, antes que una significación de lo simbólico, una inédita simbolización de significados.

En esta acción esencialmente comunicativa, los medios de difusión se yerguen como codificadores del entorno social en el más amplio sentido de la expresión. Su importancia dentro de la tupida urdimbre de sentidos que propagan en el acto del hacer saber (Martínez, 1989) está en que por el hilván de sus mensajes pasan, aseguradas firmemente a una especie de lienzo descriptivo, la política, la economía y la cultura, esto es, lo cultural mismo.

En el último caso, la intrínseca vinculación entre medio y entorno sociocultural abre el telón a un primer acercamiento analítico: los medios son canales, manifestación y reflejo de las identidades colectivas y hacen de puente entre agentes culturales, obras y públicos; y, al mismo tiempo, en consonancia con éste su rol de mediadores culturales, proyectan y modelan cultura.

Este acto de figuración<sup>2</sup>, cuya mecánica, siguiendo directrices teóricas y prácticas<sup>3</sup>, se circunscribe formalmente en el terreno del acervo productivo del periodismo cultural<sup>4</sup>, alcanza singular relevancia en la respectiva producción de la prensa de elite<sup>5</sup>. Los factores que aportan a la singular cualidad de espacio privilegiado de generación de la figuración de cultura de este medio de difusión son, entre otros, los siguientes: i) la prensa de elite o de referencia dominante (Vidal-Beneyto, 1986) es el medio legitimador del discurso público por antonomasia; ii) la credibilidad de la que goza este medio impreso otorga fuerza persuasiva a las señas de identidad de su discurso periodístico, en la teoría y en la práctica profesional, y iii) las páginas de información cultural de estos diarios, cuya influencia en las elites del saber los ha convertido en los nuevos intelectuales de nuestro tiempo, marcan las líneas del pensamiento

contemporáneo y son un instrumento de vital importancia para la formación cultural de sus lectores (Tuñón, 1990: 27-30).

Vista de ese modo, la prensa de elite, en tanto espacio de reproducción del discurso público, se convierte pues en el sujeto empírico (Marinas, 2005) número uno para cualquier emprendimiento analítico interesado en llegar a conclusiones suficientemente representativas sobre la manera en que se plasma la figuración de cultura en los medios de difusión.

Así lo fue en el caso de cuyo producto se encargan estas líneas. Para el efecto, concretado en torno a la prensa de elite boliviana, se trabajó con un universo de estudio de 11 diarios de elite<sup>6</sup>, una población de 14 unidades de edición<sup>7</sup> consideradas expresión del periodismo cultural (ver Tabla 1) y una muestra de estudio de 401 materiales identificados y observados en dichas unidades. Como marco temporal del estudio se tomó la semana del 8 al 14 de junio de 2008 (ver tabla 1).

Con el propósito de explorar en sus distintos elementos la caracterizada relación entre periodismo cultural y prensa de elite boliviana, y teniendo a la figuración de cultura como factor de nexo, el estudio se guió por las siguientes cinco directrices de exploración:

1. Dentro del total superficial ofrecido semanalmente por la prensa de elite boliviana, ¿cuál es la cuota que tienen los contenidos directamente reconocibles como productos del periodismo cultural?
2. ¿Cómo se configura el panorama de la organización editorial de los productos del periodismo cultural en la prensa de elite boliviana y, dentro de aquél, qué variantes de asignación física se usan en la presentación de sus contenidos?

**Tabla 1**  
**Unidades de edición consideradas en el estudio**

DIARIO	TIPO DE UNIDAD	NOMBRE (pp.)	DÍAS									
			D	L	Ma	Mi	J	V	S			
			8	9	10	11	12	13	14			
Correo del Sur	Su	Suplemento cultural: Puño y Letra (8 pp.)			✓						Semanal	—
El Deber	Su	Escenas: cultura, espectáculo y TV (8 pp.)	✓								Semanal	—
	Se	Escenas: cultura, espectáculo y TV	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Diaria	Sección entera
El Diario	Su	El Alba: cultura mágica (8 pp.)							✓		Semanal	—
	Se	La Paz - Cultural			✓	✓	✓	✓			Diaria (de martes a viernes)	Porción de sección
El Mundo	Su	El Lampión: cultura en acción (8 pp.)	✓								Semanal	—
El Nuevo Día	Se	Cultura			✓	✓	✓			✓	Diaria (de martes a sábado, excepto viernes)	Sección entera
El Potosí	Se	Pantalla: actividades culturales			✓						Semanal	Sección entera
La Patria	Su	El Duende: suplemento orureño cultural (8 pp.)	✓								Quincenal	—
	Se	Arte y Cultura	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	✓	Diaria	Sección entera
La Prensa	Se	Cultura	✓		✓	✓	✓				Diaria (de domingo a jueves, excepto lunes)	Sección entera
La Razón	Se	Cultura				✓	✓			✓	Diaria (de miércoles a sábado, excepto viernes)	Página entera
Los Tiempos	Se	Agenda cultural				✓	✓	✓	✓	✓	Diaria (de miércoles a sábado)	Porción de sección
Opinión	Su	Estilo y cultura (8 pp.)									Diaria (de martes a viernes)	—

Se: Sección  
Su: Suplemento

3. ¿Qué porcentaje alcanza la presencia en primera plana de los materiales periodístico-culturales identificados?

4. ¿Cuál es la distribución de los productos del periodismo cultural en la prensa de elite boliviana considerando el tipo de tratamiento periodístico en la formalización de los mismos?

5. Considerando la cantidad de notas publicadas, ¿cuál es la composición primaria de la oferta periodística de la prensa de elite boliviana en razón de la temática cultural en que aquéllas enmarcan sus contenidos?

Los cuadros que siguen sintetizan los resultados obtenidos en consonancia con las anteriores pautas de indagación:

Directriz 1		
Dentro del total superficial ofrecido semanalmente por la prensa de elite boliviana, ¿cuál es la cuota que tienen los contenidos directamente reconocibles como productos del periodismo cultural?		Dentro del total superficial ofrecido semanalmente por la prensa de elite boliviana, los contenidos directamente reconocibles como productos del periodismo cultural tienen una cuota del 2%.

FUENTE: Mariana Pérez C. (ONADEM)

Directriz 2		
¿Cómo se configura el panorama de la organización editorial de los productos del periodismo cultural en la prensa de elite boliviana y, dentro de aquél, qué variantes de asignación física se usan en la presentación de sus contenidos?	(Cálculo basado en el número de materiales)	El panorama de la organización editorial de los productos del periodismo cultural en la prensa de elite boliviana, por orden decreciente, se configura de la siguiente manera: el 65% del total producido aparece en suplementos culturales y el 23%, en secciones de igual tipo. El resto de la oferta se distribuye entre tres unidades de edición menores: porciones de sección (7%), porciones de página (3%) o páginas enteras (2%).

FUENTE: Mariana Pérez C. (ONADEM)

Directriz 3		
¿Qué porcentaje alcanza la presencia en primera plana de los materiales periodístico-culturales identificados?	(Cálculo basado en el número de materiales)	La presencia en primera plana de los materiales periodístico-culturales identificados alcanza el 1%.

FUENTE: Mariana Pérez C. (ONADEM)

Directriz 4		
¿Cuál es la distribución de los productos del periodismo cultural en la prensa de elite boliviana considerando el tipo de tratamiento periodístico en la formalización de los mismos?	(Cálculo basado en el número de materiales) (321 materiales son no periodísticos)	Considerando el tipo de tratamiento periodístico en la formalización de los productos del periodismo cultural en la prensa de elite boliviana, la respectiva distribución de los mismos muestra una producción mayoritariamente noticiosa (96%). La formalización opinativa alcanza el 4% y la interpretativa es inexistente. Junto a ello, la producción propiamente periodística no sobrepasa el 20%.

FUENTE: Mariana Pérez C. (ONADEM)

Directriz 5		
Considerando la cantidad de notas publicadas, ¿cuál es la composición primaria de la oferta periodística de la prensa de elite boliviana en razón de la temática cultural en que aquéllas enmarcan sus contenidos?		Considerando la cantidad de notas publicadas, la oferta periodística de la prensa de elite boliviana en razón de la temática cultural en que aquéllas enmarcan sus contenidos queda compuesta de manera primaria por arte (80%) y otros temas (20%).

FUENTE: Mariana Pérez C. (ONADEM)

La interpretación de las respuestas contenidas en cada uno de los anteriores cuadros permite hacer las siguientes apreciaciones inductivas:

La cultura, en términos de superficie ocupada por el despliegue de su cobertura temática, tiene una presencia insignificante en la prensa de elite boliviana. Tal presencia, principalmente efectivizada en suplementos —unidades de edición separadas del cuerpo principal de los impresos— o secciones culturales, en muy pocos casos es fruto de una valoración excluyente del medio, antecedente éste que determina la inclusión o no de algún material en primera plana.

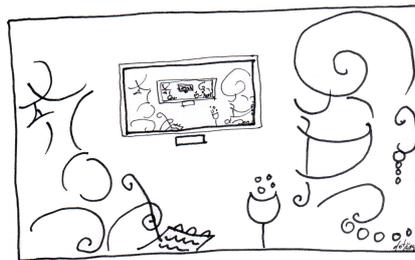
En lo referente a la formalización periodística de los productos culturales, la notable preferencia por el formato informativo en la factura de los mismos deja entrever que el proceso de semantización<sup>8</sup> de la cultura por parte de la prensa de elite boliviana se verifica condicionado —o al menos incidentalmente limitado— por un efecto de banalización mediática<sup>9</sup>, producto del cual aquélla, salvo contadas excepciones, termina siendo objeto de un tratamiento documental meramente descriptivo.

Es llamativo, por otro lado, que más de la mitad de los materiales consignados en las unidades de edición formalmente representativas del periodismo cultural esté conformada, técnicamente hablando, por materiales no periodísticos<sup>10</sup>. En muchos casos, detrás de este nada irrelevante contrasentido, puede verse el hecho de que en la estructuración de la oferta del periodismo especializado en temas de cultura en la prensa de elite boliviana, en lo que hace al despliegue y agrupación de sus productos, convergen factores similares a los observables en la presentada por la oferta de especialidades más bien políticas o económicas, típicamente constituidas con arreglo a patrones de alternancia genérica y/o discontinuidad temática (Lozano, 2001). En todo caso, los resultados concretos de esta deducida convergencia son el implícito redimensionamiento de la oferta cultural denotada lingüísticamente así por el medio y, paralelamente a ello, la indirecta resignificación del hecho cultural en sí.

Consustanciada con los anteriores rasgos de carácter comentados, la cuestión de la figuración de cultura en la prensa de elite de Bolivia queda desentramada en juego con las implicaciones que tiene la prevalencia artística dentro de la

composición temática primaria de la oferta periodística cotidiana de dicha prensa. El desbroce principal dentro de esto tiene que ver con que, en la prensa de elite boliviana, la figuración de cultura tiene lugar como efecto de una semantización focalizada en lo artístico. Para decirlo con palabras de Villa (1998), el concepto de cultura que está detrás del periodismo cultural boliviano es arte.

Si a esta práctica sinonimia comprensiva entre cultura y arte se añade el hecho de que el arte clásico es el macrotema con el que tiene relación referencial la mayor parte de las notas periodísticas observadas<sup>11</sup>, se tiene que en la figuración de cultura en las páginas de la prensa de elite boliviana, a la par de la tenencia de una concepción sobre cultura procedente del iluminismo burgués<sup>12</sup>, se siguen los



cánones axiológicos de una visión elitista y reduccionista de la misma<sup>13</sup>. En esta tácita negación de la cultura como producto de la actividad desarrollada por una sociedad humana a lo largo del tiempo, a través de un proceso acumulativo y selectivo (Colombres, 1987), se afinca, por fin, una figuración de cultura cuyo principio activo opera por oposición a la representación de la misma como todo el modo de vida de un pueblo, representación postulada, más bien, por las corrientes de inspiración crítica de la antropología y la sociosemiótica (Cfr. Blanco, s.f.).

Sin dejar de insistir en que el conjunto de las apreciaciones arriba hechas sigue una lógica inductiva de racionalización ni en que la realidad retratada con base en ella tiene como origen un trabajo exploratorio, habrá que concluir diciendo que cada día, cuando los productos del periodismo cultural de la prensa de elite boliviana llegan a su destino, sus lectores tienen entre las manos el resultado de una figuración de cultura que reduce a ésta a arte o, recuperando el valor de lo expuesto, sus lectores tienen, ante sí, al papel de lo culto.

## Notas

1. El presente artículo sintetiza un estudio efectuado entre mayo y agosto de 2008 merced al estímulo y respaldo del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) — una iniciativa de la Fundación UNIR Bolivia y la Asociación Boliviana de Carreras de Comunicación Social (ABOCCS)— y, en particular, al minucioso trabajo de recolección de datos de Mariana Pérez Callejas.
2. En el plano del funcionamiento del discurso periodístico de los medios, el perfil general de la representación de un determinado asunto de interés noticioso (Cfr. Tuñón, 1986).
3. Cfr. Álvarez (1979) o Navarro (2004).
4. De una manera general, se puede definir al periodismo cultural como “la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación” (Tubau, 1982: 8). En tal entendido, se trata, con precisión, de “una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las ‘bellas artes’, de las ‘bellas letras’, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental” (Rivera, 1995: 11-12). En lo relacionado con los mencionados propósitos, el periodismo cultural se ve concretado dependiendo de los contenidos que trata, los destinatarios a los que se dirige y el lenguaje que utiliza (Cfr. Serrano, 1979, y Blanco, s.f.).
5. Con Merrill y Fisher (1980), se entiende por prensa de elite al conjunto de medios de comunicación impresos de tipo comercial que, a tono con su autoconcepción como representantes por excelencia del periodismo de calidad, dan pautas de educación a las minorías rectoras de la sociedad actual (Cfr. Tuñón, 1990: 28-29).
6. A saber: Correo del Sur (Sucre), El Deber (Santa Cruz de la Sierra), El Diario (La Paz), El Mundo (Santa Cruz de la Sierra), El Nuevo Día (Santa Cruz de la Sierra), El Potosí (Potosí), La Patria (Oruro), La Prensa (La Paz), La Razón (La Paz), Los Tiempos (Cochabamba) y Opinión (Cochabamba). El Alteño (El Alto), El País (Tarija), Jornada (La Paz), La Palabra del Beni (Trinidad) y Nuevo Sur (Tarija) no forman parte del universo en razón de que no publicaron ningún material cultural durante la semana cubierta por el estudio.
7. Para el efecto, suplementos y/o secciones culturales.
8. La semantización, según Verón (1976), es el proceso a través del cual un aspecto de la realidad social es incorporado a los contenidos discursivos de un medio de difusión.
9. Esta acción, resultado de la ponderación temática que un medio de difusión hace a propósito de un determinado contenido noticiable (Fernández y Esteve, 1993), concide con una resultante práctica de recurrente proscripción opinativa e/o interpretativa de determinados asuntos considerados periodísticamente periféricos (Cfr. Bullard, 1985).

10. Dentro del 80% de los productos no periodísticos identificados están materiales en cuyos espacios pueden encontrarse, por ejemplo, crucigramas, o información referencial sobre teléfonos de urgencia, farmacias de turno, carteleras cinematográficas, convocatorias e, incluso, obituarios.
11. En detalle, de 322 notas, 179 (56%) dan cobertura al arte clásico, 92 (28%) al arte moderno y 51 (16%) al arte popular.
12. En los medios de difusión, (...) discurso cotidiano que propone una lectura de la realidad informativa bajo las pautas de una cultura concebida fundamentalmente como Letras y Artes plásticas” (Tuñón, 1990: 33).
13. Esta visión se basa en una escala de valores aceptada por la sociedad desde el Renacimiento. Entre dichos valores, (...) característicos de la cultura humanística burguesa y que en términos generales, todavía sirven de criterio para distinguir los contenidos culturales en los ámbitos cultos, y en las secciones especializadas de la prensa (...)” (Blanco, s.f.: 168), se puede mencionar a los siguientes: jerarquía, abstracción, universalidad, racionalidad, rareza, individualidad y esfuerzo (Cfr. Serrano, 1979). De ahí que la visión ésta, que proviene de la ilustración y parte del concepto tradicional de la cultura como herencia del pasado, (...) se aplica para designar a un grupo de personas que detentan ‘el saber’ y el ‘buen gusto’, por lo que divide los grupos en cultos e incultos” (López, 2004: 380).

## Bibliografía

- ÁLVAREZ, Carlos (1979) “La creación cultural en periodismo”, en *Cultura en Periodismo*. Fundación Juan March. Madrid.
- BLANCO, María (s.f.) *Información cultural: ¿existe un lenguaje especializado en moda?* Universidad San Pablo-CEU. Disponible en <http://www.unav.es/actividades/pdf/Congreso%20>
- BULLARD, Moisés (1985) *Teoría y práctica de la información periodística*. Edit. Belgrano. Buenos Aires.
- COLOMBRES, Adolfo (1987) *Sobre la cultura y el arte popular*. Ed. del Sol. Buenos Aires.
- FERNÁNDEZ, J. y ESTEVE, F. (1993) *Fundamentos de la información periodística especializada*. Síntesis. Madrid.
- LÓPEZ, Xosé (2004) “Información cultural”, en *Periodismo Especializado*. Ariel. Barcelona.
- LOZANO, Carlos (2001) *Analítica y crítica del periodismo especializado*. Ariel. Barcelona.
- MARINAS, Manuel (2005) “Diseño y aplicación estratégicos del muestreo por segmentación”, en *Metodología y práctica de la investigación científica en Ciencias Sociales*. UEV. Caracas.
- MARTÍNEZ, José L. (1989) *El mensaje informativo*. Paraninfo. Madrid.
- MERRILL, J. y FISHER, D. (1980) *The World's Great Dailies. Profiles of Fifty Newspapers*. Hasting House Publishers. Nueva York.
- NAVARRO, Fidela (2004) *La cultura y su periodismo*. Disponible en <http://www.saladeprensa.org/art529.htm>
- RIVERA, Jorge (1995) *El periodismo cultural*. Paidós. Argentina.
- SERRANO, Martín (1979) “La información cultural en medios impresos”, en *Cultura en periodismo*. Fundación Juan March. Madrid.
- TUBAU, Iván (1982) *Teoría y práctica del periodismo cultural*. ATE. Barcelona.
- TUÑÓN, Amparo (1986) “Perfiles del discurso cultural periodístico”, en *El País o la referencia dominante*. Mitre. Barcelona.
- (1990) “El acontecimiento cultural y la construcción de mitos”, en *Anàlisi*. Núm. 13. Madrid.
- VERÓN, Eliseo (1976) “Ideología y comunicación de masas: La semantización de la violencia política”, en *Lenguaje y comunicación social*. Ed. Nueva Visión. Buenos Aires.
- VIDAL-BENEYTO, José (1986) “El espacio público de referencia dominante”, en *El País o la referencia dominante*. Mitre. Barcelona.
- VILLA, María (1998) “El periodismo cultural. Reflexiones y aproximaciones”, en *Revista Latina de Comunicación Social*. Núm. 6. Tenerife.