

Al borde de la inmediatez y del espectáculo: periodismo cultural en medios venezolanos en la Web

MORAIMA GUANIPA

Con una historia vinculada al periodismo impreso, el periodismo cultural en medios venezolanos mantiene su presencia en la red, tanto en medios tradicionales que migraron a plataformas en línea como en nativos digitales. Este trabajo reflexiona sobre las prácticas y expresiones del periodismo cultural en medios digitales venezolanos, sus características y desafíos. La interpretación de los datos muestra una serie de características que evidencian el predominio de las formas noticiosas breves, el uso de fuentes oficiales, en un enfoque que deja por fuera el necesario análisis, la contextualización, la interpretación e incluso expresiones como la crítica y la opinión como prácticas dirigidas a ampliar y fomentar el sentido crítico de la información en los lectores.

*No está en poder del periodismo por sí solo
cambiar la civilización del espectáculo,
que ha contribuido a forjar*
MARIO VARGAS LLOSA

*Si bien es cierto que el lenguaje de las
imágenes
y la irrupción de internet les han quitado
lectores a los diarios,
y que nada garantiza que publicar textos
largos aumente las ventas,
no parece que aplicar el método televisivo les
esté ayudando mucho.*
LEILA GUERRIERO

DOSSIER

Pasado un cuarto de siglo en el que el periodismo venezolano ha sido testigo y expresión de vertiginosos cambios sociopolíticos y tecnocomunicativos, que en pocos años nos han puesto frente a desafíos como la inteligencia artificial, los desórdenes informativos, la expansión de las industrias culturales y creativas de alcance global, cabe preguntarse por el lugar de una práctica periodística especializada: la información cultural.

¿Qué temas aborda el periodismo cultural y cuáles son los enfoques desde los cuales se informa y da cuenta de los hechos de la cultura? ¿Cómo se expresa y cubre la información de arte y cultura en medios que, como los venezolanos, en tanto industrias culturales, están sometidos a los retos de sobrevivencia, restricciones, además de la creciente pérdida de centralidad en un presente de redes sociales y del surgimiento de otras figuras referenciales en la comunicación con las audiencias? Estas interrogantes, que bien podrían aplicarse a la generalidad de la información periodística, sirven de marco para reflexionar sobre las prácticas informativas y los rituales de consumo que estas suponen, en contextos donde, como avizoró Marcelino Bisbal a finales del siglo pasado, toca “... preguntarse por los nuevos imaginarios culturales que se están fabricando en términos de relación recíproca entre los medios-emisores-pro-

ductores y los perceptores, en las dos direcciones, y nunca en una sola” (1999: p. 77).

Lo anterior resulta relevante cuando Internet y los llamados nuevos medios generaron un cambio significativo en el balance de poder del receptor, como han señalado diversos autores (Mc Quail, 1985; Pasquali, 2018, entre otros). Con el desarrollo de las redes sociales se acentuó esta redefinición del lugar de las audiencias y la información recibida viene ahora más determinada por las elecciones del emisor, lo que se expresa en una sensible disminución del control editorial en el polo de emisión (Canavilhas, 2011: p. 20).

Pese a que los cambios en el ecosistema de medios y en la comunicación suponen reacomodos en cuanto a la relación entre periodistas e instituciones mediáticas, los medios se mantienen como referentes en cuanto a la información pública. En palabras de García Canclini (2019): “Por más expansivo que sea el mundo digital, nos formamos e informamos de lo que acontece en la sociedad en medios escritos, audiovisuales y en Internet, y por supuesto en los intercambios personales y grupales desarrollados cara a cara” (p. 140).

Y es que para decirlo con Guillermo Orozco (1997) todavía hoy los medios “son más que medios”:

Son lenguajes, metáforas, escenarios donde se gana o se pierde el poder, son mediaciones y mediadores, lógicas empresas mercantiles; son instrumentos de control y modelamiento social y a la vez dinamizadores culturales y fuentes de referentes cotidianos, son educadores, representantes de la realidad y son generadores de conocimiento, autoridad y legitimación política. (Orozco, 1997: p. 26)

El lugar de la cultura y de la información periodística dedicada a su difusión adquiere mayor complejidad y exigencia si tenemos presente que, como observó García Canclini, el sentido socio-cultural es al mismo tiempo “letrado, audiovisual y digital” y donde los ciudadanos comparan noticias y versiones, al tiempo que son “... lectores de indicios y conexiones entre textos que venían separados en las secciones de política, economía, cultura y entretenimiento” (2019: p. 142). ¿Pueden permanecer el periodismo en general y

¿Qué temas aborda el periodismo cultural y cuáles son los enfoques desde los cuales se informa y da cuenta de los hechos de la cultura? ¿Cómo se expresa y cubre la información de arte y cultura en medios que, como los venezolanos, en tanto industrias culturales, están sometidos a los retos de sobrevivencia, restricciones, además de la creciente pérdida de centralidad en un presente de redes sociales y del surgimiento de otras figuras referenciales en la comunicación con las audiencias?

la información cultural en particular, al margen de estas transformaciones?

En las próximas líneas ofrezco una aproximación al periodismo cultural presente en medios venezolanos, para lo cual previamente nos detendremos en algunas consideraciones de carácter teórico sobre esta práctica, así como en el contexto mediático en el que se desarrolla en nuestro país. En este acercamiento incluyo un análisis orientado a caracterizar la información que se publicó durante un mes en una selección de medios digitales nacionales con secciones o coberturas dedicadas a la cultura.

CULTURA Y PERIODISMO CULTURAL

Un punto de partida para entrar a analizar la presencia de los temas referidos a la cultura en los medios de comunicación venezolanos sería aproximarnos a una definición. De más está reiterar el carácter polisémico del término cultura, al igual que el de comunicación, y la diversidad de acepciones que afloran desde distintas miradas disciplinarias. En particular destaca la visión que desde la antropología aporta Néstor García Canclini (2006), cuando se refiere a una definición operativa y compartida por diversas disciplinas según las cuales “... la cultura abarca el *conjunto de procesos sociales de significación*, o, de un modo más complejo, la cultura abarca el *conjunto de procesos sociales de producción, circulación y consumo de la significación en la vida social*” (p. 34. Cursivas nuestras).

Se deja atrás la idea de asociar el término cultura como aquello que no es naturaleza, pero también se va más allá de la acepción de cultivo como aspecto deseable para individuos y sociedades, e incluso de la tradicional idea que la vinculaba con la totalidad de la vida social. Para García Canclini, la cultura enmarcada en procesos sociales puede entenderse como instancia en la que cada grupo organiza su identidad; como instancia simbólica de producción y reproducción de la sociedad; como instancia de conformación del consenso y la hegemonía (legitimación y poder); como “dramatización eufemizada de los conflictos sociales” o dramatización simbólica de lo que nos está pasando (p. 38). Y todo ello en una convergencia con la comunicación, “... porque esta-

mos hablando de circulación de bienes y mensajes, cambios de significado, del pasaje de una instancia a otra, de un grupo a varios” (p. 35).

En este sentido, la perspectiva cultural que hace suya el periodismo cultural pasa necesariamente por una mirada atenta a los procesos y significados sociales que conforman lo cultural. Esto supone, siguiendo a Xosé López, “... una concepción amplia del mundo cultural que incluya desde las artes y las letras hasta las tendencias socioculturales que conviven en la Sociedad de la Información” (2004: p. 393) y en la que comunicación, información y cultura se reconozcan y asuman como ejes transversales de la práctica periodística.

Con un origen y una tradición que viene de la cultura letrada y de la prensa de finales del siglo XIX, el periodismo cultural, de acuerdo con Jorge Rivera (1995) se ajustó a lo largo de su desarrollo histórico a dos concepciones básicas de la cultura. Por una parte, la concepción ilustrada que restringía el campo de las producciones selectivas de las “bellas letras” y las “bellas artes” y, por otra, a la concepción que –sobre todo a partir de la expansión de las perspectivas de la antropología cultural– la ampliaba hasta convertirla en una muestra más abarcante e integradora.

En esta misma línea podemos seguir a Manuel Calvo Hernando (1998), para quien el periodismo cultural es tarea de especialistas que, no solo deben difundirla sino también “producir un discurso de la cultura”. Conocido por sus aportes en el periodismo científico, este autor tiene presente la diferencia:

[...] entre la práctica de difundir noticias a través de los medios sobre los acontecimientos de la vida cultural, generalmente reducidos a las actividades artísticas de actualidad, y algo muy distinto de ésta: producir el discurso de la cultura; es decir, crear la comprensión y la interacción de los individuos y grupos acerca de su realidad. (p. 13)

Autoras como Silvia Barei (1999) y María Villa (2000) se refieren a “un campo que tiene una fuerte impronta literaria”, pero que se fue volviendo complejo y sumó diversas expresiones de lo cultural conforme también salía del campo de lo culto. Partimos de la aseveración de que el

DOSSIER

periodismo cultural es una práctica periodística que se ocupa de la difusión de la cultura, pero:

Sin olvidarnos que nos estamos refiriendo a un campo que corresponde también al periodístico, nos sería de utilidad ubicarlo dentro del periodismo especializado que, si bien se enraíza en la información científica y tecnológica principalmente, el concepto se aplica a la posibilidad del periodismo de penetración en el mundo de la especialización. (Villa, 2000)

En este sentido, la perspectiva cultural que hace suya el periodismo cultural pasa necesariamente por una mirada atenta a los procesos y significados sociales que conforman lo cultural. Esto supone, siguiendo a Xosé López, “... una concepción amplia del mundo cultural que incluya desde las artes y las letras hasta las tendencias socioculturales que conviven en la Sociedad de la Información”...

El periodismo cultural puede entenderse como un “espacio ya canonizado” en los medios, como lo caracterizó Silvia Barei, en el cual se da cuenta críticamente de la producción simbólica de una sociedad y, es el que:

- determina qué textos de la producción social son susceptibles de ser leídos (literatura), vistos (cine, teatro, espectáculos, exposiciones) o escuchados (conciertos, programaciones musicales).
- especifica en qué género ha de manifestarse esta discursivización: entrevista, crónica, comentario, crítica, ensayo.
- delimita el espacio textual en el que ha de publicarse (suplemento, páginas especiales) y, por lo tanto, en qué términos se relaciona con los textos de la misma página o del periódico todo.
- instaure reglas constitutivas de los textos, una tópica y una retórica, procesos de enunciación propios del periodismo especializado y de formas de modelización del sujeto receptor.

- deja traslucir un discurso histórico que muestra las directrices fundamentales de las ideologías sociales en pugna, en tanto voces ocultas tras un tipo de saber especializado, pero fuertemente reglado por la economía de mercado. (Barei, 1999: p.p. 50, 51)

Hablamos de un periodismo también expresión de la cultura, que informa, analiza y opina sobre hechos, procesos y productos culturales y en la perspectiva de Jorge Rivera (1995) lo hace mediante géneros y productos informativos con propósitos creativos, críticos y divulgativos para atender la complejidad de los procesos de producción, circulación y consumo de bienes y servicios culturales. En esta línea, Emy Armañanzas (1996), al referirse al abordaje de la cultura en el periodismo especializado, destaca que se mantienen los mismos criterios de noticiabilidad propios del periodismo, con el riesgo de privilegiar la información puntual, de actualidad, lo que en modo alguno supone que no se mantenga en desventaja respecto al resto de los contenidos del medio para convertirse en asunto de portada, a no ser que ocurra algo “extraordinario”.

Esta pulsión informativa hacia lo inmediato trae como riesgo dejar de lado lo que resulta clave para entender desde el periodismo a la cultura como proceso social y simbólico, en palabras de Xosé López (2004):

Los periodistas tienen que mirar más a los actores y a los procesos, a las manifestaciones culturales, que a las ceremonias rutinarias programadas para el anuncio de pseudoacontecimientos. El periodismo cultural del tercer milenio, además de cultivar concepciones abiertas e integradoras y de escapar de concepciones elitistas, precisa contar lo que ocurre en el terreno cultural desde dentro, desde una inmersión en el complejo mundo de la creación. (p. 393)

Esto resulta más urgente en tiempos de interconexión en tiempo real, de redes sociales y nuevas prácticas comunicativas que desplazan la mediación de medios y periodistas, pues el usuario, el “prosumidor” (Toffler, 1980), puede convertirse en fuente de discursos artísticos y culturales, dado que:

[...] la cultura virtual ha llenado el espacio público de nuevos hablantes, de nuevos enunciados, ante los cuales el periodismo cultural tiene que replantear su trabajo de mediación, que no es otra cosa que la intervención intencional y consciente entre los hechos y los significados. (Abad, 2011: p. 4)

LA INFORMACIÓN CULTURAL EN EL CONTEXTO VENEZOLANO

Aproximarse a las dinámicas de producción informativa del periodismo cultural y sus expresiones en medios venezolanos, pasa por detenerse en el contexto y las condiciones en las que se llevan a cabo estas prácticas.

El panorama cultural y mediático venezolano de este cuarto de siglo es un recorrido de pérdidas y sumatorias, como expuse en un trabajo anterior (Guanipa, 2021). Las relaciones entre gobierno y medios; el ejercicio de poder y las restricciones legales desde los aparatos del Estado, aunado a una creciente crisis política y socioeconómica que afectó todos los órdenes de la vida nacional, incidieron en buena parte de los contenidos de los medios y también en el periodismo cultural. También habría que sumar los cambios institucionales en la cultura que se produjeron en los últimos veinticinco años, cuyas características y consecuencias han sido analizadas por diversos autores en distintos momentos¹, todo lo cual también ha impactado en la cobertura informativa en los temas relacionados con cultura y comunicación.

En Venezuela, la historia de la información dedicada a la cultura está vinculada en sus orígenes a medios impresos de larga presencia que contaban con secciones culturales diarias, con equipos de reporteros dedicados casi en exclusiva a la cobertura de distintos ámbitos del quehacer cultural y también con colaboradores y columnistas volcados a la opinión, la crítica y el comentario. Estos espacios fueron los primeros en reflejar estas crisis, particularmente las derivadas de las dificultades para el acceso a recursos y divisas para la compra de papel e insumos², la merma en las pautas publicitarias y el entronizamiento del mundo digital y de la comunicación en red.

En la década pasada circulaban en Venezuela poco más de noventa medios impresos en veinte de los veinticuatro estados federales del país, una cifra que en cinco años se redujo a veintisiete periódicos en circulación, como constatan los estudios e informes de las organizaciones no gubernamentales Instituto Prensa y Sociedad, Ipys-Venezuela y Prodavinci (2018) y Espacio Público (2018). Entre los diarios impresos que dejaron de circular en papel de manera temporal o permanente estuvieron los más antiguos del país, algunos actualmente presentes solo en el formato digital: en 2016 el diario *El Impulso*, el de mayor antigüedad en el país, con 121 años de presencia en la región centrooccidental (estado Lara); al año siguiente *El Carabobeño* fundado hace 92 años en la ciudad de Valencia (estado Carabobo); en 2018, el diario *El Nacional* (Distrito Capital), con 82 años de historia y en 2019 *Panorama* de Maracaibo (estado Zulia) con 111 años en la zona occidental del país.

Lo sucedido con los diarios y las revistas impresas si bien expresa con mayor dramatismo esta crisis, no es exclusivo de este segmento del ecosistema de medios de comunicación venezolanos y bien sirve de metáfora para expresar el fenómeno en el que también asistimos a la desaparición de medios del espectro radioeléctrico y en el entorno virtual, donde también se registraron episodios de presión sobre medios e incluso censura y autocensura.

También habría que sumar los cambios institucionales en la cultura que se produjeron en los últimos veinticinco años, cuyas características y consecuencias han sido analizadas por diversos autores en distintos momentos, todo lo cual también ha impactado en la cobertura informativa en los temas relacionados con cultura y comunicación.

Esto sin contar con el bloqueo selectivo de medios digitales por parte de operadores públicos y privados que dificulta el acceso de los usuarios a los medios en la Red. En su reporte anual *Atlas del Silencio*, IPYS (2024) encontró

DOSSIER

que existen regiones del país que califican como “desiertos informativos”, pues no cuentan con medios que provean noticias locales, lo cual deja a cerca de siete millones de personas sin acceso a periodismo local de calidad. Todo lo anterior, sumado a hechos puntuales como compras y cambios en el sistema de propiedad de medios, además de bloqueos a portales, hablan de un ecosistema mediático frágil que impacta en la información periodística en general y en la información cultural en particular.

Asomarse al interior de las expresiones del periodismo cultural en los portales informativos y otros medios nativos digitales, incluso aquellos tradicionales que migraron al ámbito digital, puede permitirnos encontrar pistas sobre cómo se viene expresando la cobertura periodística de los hechos y expresiones culturales en diversos medios venezolanos.

RASGOS COMUNES DEL PERIODISMO CULTURAL EN MEDIOS DIGITALES

Las consideraciones y definiciones antes expuestas quedarían en el aire si no las contrastamos con las expresiones del periodismo cultural en medios venezolanos. Para ello presento a continuación algunos resultados de un estudio de carácter transversal que, aplicando técnicas de análisis de contenido, tuvo por objetivo caracterizar la información cultural que ofrecen portales informativos de medios nacionales³. La idea fue ofrecer una suerte de fotografía instantánea del momento del periodismo cultural en una selección de medios con secciones o cobertura de eventos culturales para identificar patrones de recurrencia en cuanto a su enfoque o perspectiva informativa, géneros y principales temáticas abordadas.

A partir de una muestra intencional (no probabilística) se seleccionaron siete medios tradicionales en su versión digital y medios nativos digitales con secciones o espacios dedicados a la cultura. Se incluyeron tanto medios de larga trayectoria en el ecosistema mediático nacional, originalmente periódicos y medios radioeléctricos que migraron a plataformas digitales y combinan sus contenidos con formatos multimedia y redes sociales, como medios propiamente nativos

digitales de carácter independiente surgidos durante lo que algunos llamaron “la primavera de medios digitales” (Paone, 2015), en el contexto de intentos de control de medios tradicionales.

En la tabla 1 se indican los medios seleccionados. Se incorporaron los sitios Web de medios televisivos como los canales privados *Globovisión* y *Venevisión*, pero en este caso se concentró el análisis en los contenidos que sobre cultura difundieran en sus respectivos portales, por lo que se dejaron por fuera las emisiones televisivas. También se revisaron informaciones que los medios seleccionados difundieron en redes sociales como Instagram para complementar el arqueo en los días de recolección de la muestra.

Para este análisis se recopilamos durante cuatro semanas los materiales que sobre cultura difundieron los medios seleccionados entre el 18 de noviembre y el 15 de diciembre de 2024, a partir de una plantilla para la recolección de información que incluyó nueve parámetros entre los cuales estuvieron los que aquí presentamos: autoría o créditos, fuentes, elementos gráficos, géneros periodísticos, tratamientos o enfoques y temas tratados. Estos aspectos tienen que ver con criterios que, desde la preceptiva y la teoría periodística, están relacionados con la calidad informativa esperable en los textos y contenidos periodísticos.

En total se obtuvieron 478 unidades redaccionales (UR) o unidades de registro que sirvieron de base para el análisis (ver tabla 2 y gráfico 1).

Tres de los medios seleccionados concentran el mayor número de informaciones difundidas: *El Universal*, con una cuarta parte (25 %) del total, seguido por el canal *Globovisión*, con 24 % y *Últimas Noticias* con 22%. Se trata de dos medios impresos tradicionales de antigua data que, como en el caso de *El Universal*, históricamente mantuvieron secciones especializadas dedicadas a la cultura y un canal de televisión con perfil informativo.

TABLA N°1. INFORMACIÓN SOBRE MEDIOS SELECCIONADOS

Medio	Año fundación	URL	Sección	RRSS
<i>El Diario</i>	(1979) 17-12-2019	https://eldiario.com/	Cultura	Facebook, Instagram, YouTube, X, WhatsApp, Telegram
<i>El Estímulo</i> “Noticias que te mueven”	15-9-2014	https://elestimulo.com/	Cultura, Arte, Cinemanía, Destacados, Teatro	Facebook, Instagram, YouTube, X
<i>El Pitazo</i>	8-12-2014	https://www.elpitazo.net/	Entretenimiento (Cultura, Deportes, Espectáculos, Tecnología)	X, YouTube, Instagram, Facebook
<i>El Universal</i>	1-4-1909	https://www.eluniversal.com/	Entretenimiento	Facebook, Instagram, X
<i>TalCual</i> “Claro y raspao”	3-4-2000	https://talcualdigital.com/	Fuera de agenda	Facebook, Instagram, YouTube, X
<i>Últimas Noticias</i>	16-9-1941	https://ultimasnoticias.com.ve/	Cultura, Chévere, Libros	Facebook, Instagram, YouTube, X, WhatsApp, Telegram
<i>Venevisión</i>	1-3-1961	https://www.venevision.com/	Actualidad	Facebook, Instagram, Youtube, X
<i>Globovisión</i> “Red total de información”	1-12-1994	https://www.globovision.com/	Espectáculos, Estilos de vida	X, Instagram, Facebook

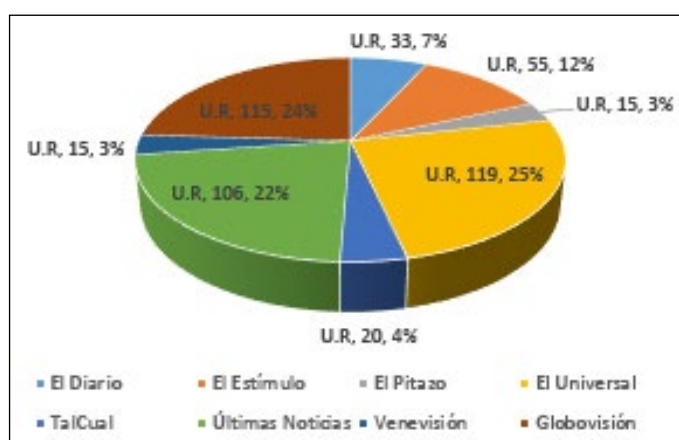
Fuente: elaboración propia.

TABLA N° 2. UNIDADES REDACCIONALES (UR) POR MEDIO

Medio	U.R
<i>El Diario</i>	33
<i>El Estímulo</i>	55
<i>El Pitazo</i>	15
<i>El Universal</i>	119
<i>TalCual</i>	20
<i>Últimas Noticias</i>	106
<i>Venevisión</i>	15
<i>Globovisión</i>	115
Total U.R.	478

Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N° 1. TOTAL DE UNIDADES REDACCIONALES (UR Y PORCENTAJES)



Fuente: elaboración propia.

DOSSIER

AUTORÍA Y FUENTES: LAS VOCES DE LA INFORMACIÓN

En el plano de la emisión de los mensajes periodísticos se identifican con claridad los protagonistas esenciales en el proceso: medios, periodistas y fuentes informativas. Los autores de la información, así como las fuentes, constituyen aspectos relevantes no solo en cuanto a las dinámicas propias del trabajo periodístico, sino que también por su importancia involucran aspectos condicionantes en cuanto a lo que algunos autores refieren como calidad periodística (Borrat, 2005; López H. y Domínguez D., 2012; Gómez M., Gutierrez L., y Palau S., 2013).

La autoría o el crédito que atribuye al periodista, al medio o a un colaborador la responsabilidad por la elaboración del material periodístico es relevante no solo para el reconocimiento de los derechos de creación y autoría, sino también por las exigencias propiamente éticas y legales para el ejercicio periodístico en el país (Ley de Ejercicio

del Periodista) e incluso para cumplir con preceptos constitucionales (prohibición del anonimato). También para satisfacer la necesaria relación de transparencia con lectores y público, quienes tienen el derecho de saber quién narra la realidad de los medios que consumen. López H. y Domínguez D. (2012) sostienen en este sentido que la calidad del medio “... no se puede –ni se debe– medir nunca exclusivamente por la cantidad de noticias que difunde diariamente a la audiencia, sino por la capacidad del propio medio de comunicación para cubrirlas por sí mismo” (p. 792).

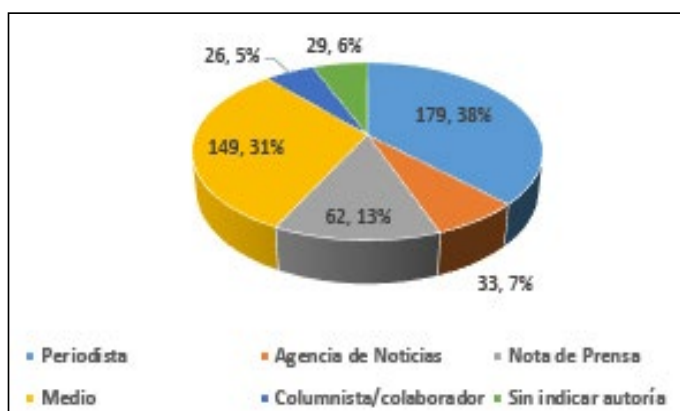
En los medios estudiados, tanto el periodista como el medio tienen mayor peso en la firma de las informaciones como se observa en el gráfico 2.

La presencia de periodistas como autores que suscriben las informaciones (38 %) habla de originalidad en el procesamiento y la elaboración de la información, al igual que evidencia responsabilidad con el público. Sin embargo, no deja de ser llamativo el hecho de que después del periodista y del medio (31 %) aparezcan con mayor frecuencia, incluso por encima de las agencias de noticias (7 %), las notas de prensa (13 %) que por lo general corresponden a materiales (boletines de prensa) provenientes de organismos oficiales, instituciones privadas que tienen oficinas de prensa o empresas dedicadas al mercadeo y las relaciones públicas. Esto puede evidenciar la intención de ciertos sectores de orientar favorablemente los temas y datos que aparecen en los medios, además de hacer más unívoco y uniforme el sentido de la información que refiere al organismo o la institución. Del mismo modo vale apuntar el porcentaje (6 %) de materiales que no llevan indicación de su autoría, lo que pudiera provocar desconfianza o suspicacia en el lector, aunque por lo general se asume que las informaciones que aparecen sin firma son responsabilidad del medio como tal.

Por otro lado, tanto la pertinencia de la fuente, en este caso especializada, como la verificación de los mensajes que aportan, al igual que la diversidad y pluralidad de fuentes usadas en los textos informativos, constituyen un aspecto de importancia a la hora de considerar el trabajo periodístico.

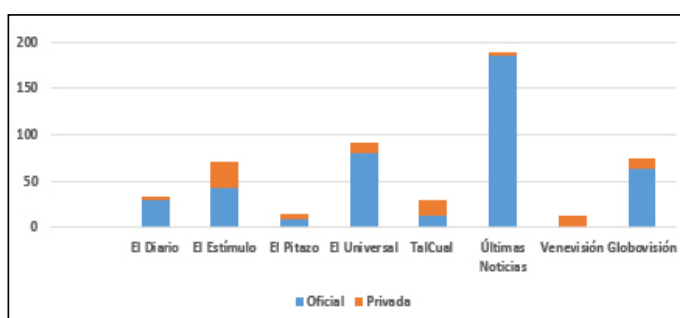
La fuente periodística, de acuerdo con Olga Dragnic (1994) es “... toda aquella persona, institución o documento que pueda proporcionar una información o dar una opinión que resulte de

GRÁFICO N° 2. AUTORÍA DE LAS INFORMACIONES (UR Y PORCENTAJES)



Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N° 3. FUENTES ATRIBUIDAS (UR)



Fuente: elaboración propia.

interés para el trabajo del reportero” (p. 114). La identificación de las fuentes en periodismo otorga mayor credibilidad al texto o material periodístico; indica la responsabilidad por la difusión de la información o de la opinión y aporta mayor transparencia al proceso informativo.

En la tipología de fuentes periodísticas, las más conocidas y utilizadas son las llamadas fuentes vivas o personales y las documentales (documentos de cualquier tipo y formato y soporte). En los datos recogidos para este estudio, del total de 478 unidades redaccionales analizadas encontramos 56 % de fuentes vivas; 39 % de fuentes documentales y 15 % de notas que no indicaban la fuente. Esto último iría a contravía de la preceptiva periodística que plantea como mandato que, salvo en contados casos, toda noticia debe ser atribuida a la fuente origen de la misma. Como bien señala Elena Blanco C. (2004), la ausencia o escasez de fuentes en la información no está justificada en el periodismo especializado, donde también es necesario establecer la validez y pertinencia de las fuentes.

Por otra parte, dentro de las clasificaciones y tipos de fuentes se incluyen las denominadas fuentes oficiales o institucionales (vocero, portavoz o documento que informe a nombre de la institución que representa) y las fuentes privadas: personas que hablan en nombre propio (Dragnic, 1994: p. 114). En el caso de los medios analizados, resulta mayoritario el uso de fuentes oficiales atribuidas o citadas en las informaciones, como puede verse en el gráfico 3.

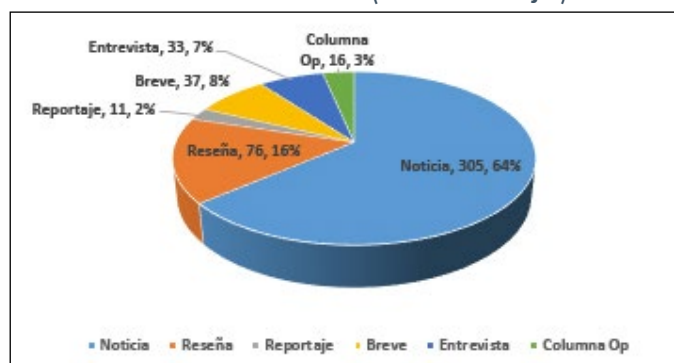
La abrumadora presencia de fuentes oficiales pudiera evidenciar una tendencia que favorece relatos que aspiran ser dominantes. Bien vale tener presente la observación de Javier Mayoral (2005):

[...] las fuentes no acostumbran aportar información a los periodistas por generosidad y altruismo. Actúan, más bien, llevadas por la ambición de prefabricar un relato de los hechos. Esto es: si entregan información a quienes cuentan qué ocurre (los periodistas), es sólo para influir más intensa y directamente en el relato de lo ocurrido. (p. 94)

PERSPECTIVAS Y FORMAS: GÉNEROS Y TRATAMIENTOS

En cuanto a los géneros periodísticos usados, en la selección de medios estudiados la noticia copa el más alto porcentaje de las informaciones seguida de la reseña, la entrevista y el breve, como puede observarse en el gráfico 4 y la tabla 3.

**GRÁFICO N° 4. GÉNEROS USADOS
EN LAS INFORMACIONES (UR Y PORCENTAJES)**



Fuente: elaboración propia.

TABLA N° 3: GÉNEROS UTILIZADOS POR MEDIO.

Medios	Noticia	Reseña	Rep.	Breve	Entrev.	Colum Opinión	Totales U.R
<i>El Diario</i>	21	4	1	0	6	1	33
<i>El Estímulo</i>	19	13	2	9	9	3	55
<i>El Pitazo</i>	14	1	0	0	0	0	15
<i>El Universal</i>	89	12	0	8	10	0	119
<i>TalCual</i>	8	4	2	0	1	5	20
<i>Últimas Noticias</i>	72	24	2	0	4	4	106
<i>Venevisión</i>	13	1	0	1	0	0	15
<i>Globovisión</i>	69	17	4	19	3	3	115
Totales	305	76	11	37	33	16	478

Fuente: elaboración propia.

DOSSIER

Resulta llamativa la escasa presencia de géneros propios del periodismo de opinión (artículo, columna, entre otros) que históricamente estaban asociados con el periodismo cultural en la figura de expertos y colaboradores regulares de las secciones dedicadas a cultura en un abanico que incluía textos y comentarios críticos, análisis sobre cine, artes plásticas, literatura, por mencionar algunos. Del total de 478 unidades redaccionales los textos y columnas de opinión ocupan solo el 3 %. Esto habla de una sensible baja en los espacios dedicados al análisis, el debate y la apertura a la difusión de ideas, visiones artísticas y nociones culturales donde el peso de la argumentación resulta clave. Del mismo modo que la crítica de arte y cultura constituyen espacios históricamente vinculados al periodismo cultural, son también los ámbitos de la discusión pública y donde los receptores y audiencias pueden formarse criterios propios.

Otro dato a considerar: las formas periodísticas más complejas como el reportaje o la crónica no encuentran mayor espacio en las secciones o medios que trabajan la información cultural. Esta situación tampoco resulta nueva si tenemos presente que en investigaciones previas (Guanipa, 2014, 2021) sobre diez años de información cultural en la prensa venezolana en el siglo XX también se registraba esta recurrencia de la noticia y la reseña, además del breve como los géneros de mayor uso en los medios impresos. Igual resultado se detecta en una investigación realizada en Colombia y coordinada por Germán Rey, en cuyo documento se indica que:

[...] aunque es explicable el énfasis en la noticia, preocupa la gran cantidad de breves que informan sobre cultura y la enorme desventaja de otros géneros como el perfil, la crónica, el informe especial o la entrevista dentro del panorama narrativo de la cultura en los medios de comunicación colombianos. (2008: p. 21)

La presencia de géneros y enfoques preferentemente informativos, muestra un marcado interés por la presentación de lo que Armañanzas (1996) llama el “presentismo” como criterio noticioso.

FOCO Y ENFOQUE: TRATAMIENTOS PERIODÍSTICOS, TEMAS Y USO DE IMÁGENES

Derivado de la presencia recurrente de géneros propios del periodismo informativo como la noticia, la reseña y en especial el breve, es posible encontrar en los textos analizados un predominio en el tratamiento o enfoque informativo. Olga Dragnic (1994) se refiere a los tratamientos como las distintas maneras de concebir el trabajo periodístico y lo que se denomina como el tratamiento informativo privilegia el hecho o suceso en sí mismo, sin atender a su necesaria contextualización. Otro tipo sería el tratamiento interpretativo, “... cuya meta es proporcionar explicaciones válidas para los fenómenos sociales complejos” (p. 303).

En el gráfico 5 puede apreciarse el peso del tratamiento informativo presente en la selección de medios analizados.

En un trabajo sobre el periodismo cultural, Olga Dragnic planteaba la necesidad de ir más allá de la información contingente:

Los acontecimientos culturales, como todos los fenómenos y procesos de cierta complejidad, requieren de un tratamiento superior al simple registro de los hechos. El lector precisa de orientación no sólo valorativa, sino también de un enfoque que sitúe cada hecho cultural en el contexto del cual forma parte. (1993: p. 40)

Y esto último supone un enfoque interpretativo.

En cuanto a los temas y actividades culturales a los que el periodismo cultural le dedica cobertura, encontramos que la música sigue ocupando un lugar destacado en la agenda de los medios. Esta preeminencia temática no es nueva y ya la hemos encontrado en anteriores estudios ya indicados (Guanipa, 2013, 2014).

Los medios digitales seleccionados y analizados para el presente trabajo, ofrecen lo que se desglosa en el gráfico 6 en lo relativo a las temáticas de su información cultural.

Otras categorías igualmente presentes en la agenda de los medios en las cuales es obligante detenerse son la farándula y los espectáculos. Entendida la primera como la dedicada a la vida

de artistas y personalidades del espectáculo y las artes, para la segunda recogemos sus acepciones básicas: como actividad de diversión pública que se celebra en espacios donde se congregan personas para presenciarla y también como las actividades profesionales relacionadas con los espectáculos (RAE, 2014). La recurrencia de informaciones dedicadas a estos ámbitos suma el centenar y constituyen el mayor número de unidades redaccionales después de la música.

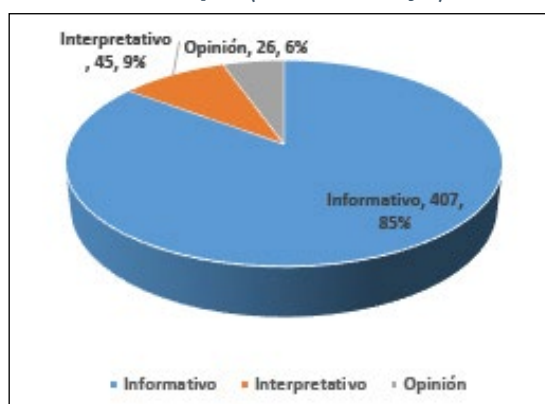
Los profesores María Gabriela Zambrano y Orlando Finol Villalobos (2010) han debatido sobre la falta de fronteras entre el periodismo cultural y de espectáculos: “... en el espectáculo es común encontrar que la mayoría de sus casos sean meros hechos informativos, lo que también se observa en la cultura. En cambio, el periodismo cultural ha de poseer un contenido educativo, interpretativo y hasta opinativo” (p. 79). Estos autores hablan del riesgo de estar ante un “periodismo restringido” en el que incluso se tiende a “... creer que se trata de una sola especialización”.

También destaca la aparición de temas referidos al patrimonio cultural y las tradiciones, lo que podría explicarse por la fecha de recolección de información, cuando se conoció la declaratoria del casabe como Patrimonio Inmaterial de la Humanidad por parte de la Unesco (3-12-2024), así como los eventos referidos al inicio de la Navidad.

Un último aspecto no menos importante tiene que ver con el uso de imágenes, recursos gráficos, videos y multimedia usados en las informaciones seleccionadas; en el gráfico 7 puede observarse tanto el uso de fotografías como de los recursos multimedia.

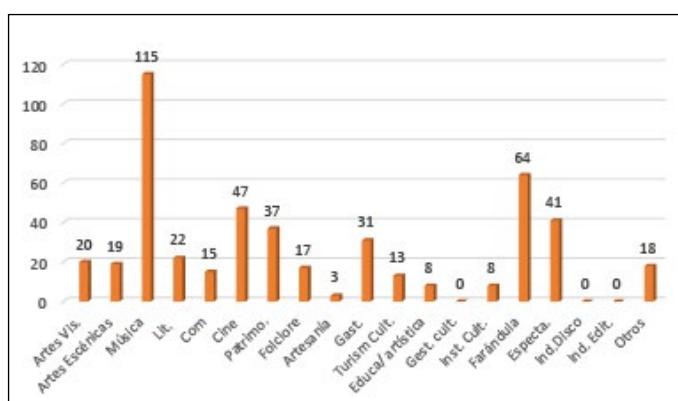
Los materiales analizados en su totalidad estaban acompañados por imágenes. En algunas unidades redaccionales se registraron de una a tres o más fotografías. Ahora bien, llama la atención que los portales Web de los medios, incluso de los audiovisuales, recojan mayoritariamente fotografías antes que el uso de los recursos multimedia propios de estos tiempos en los que los medios digitales apelan a narrativas multimediales. En el caso de *Globovisión* y *Venevisión*, si bien se trabajó con la información desplegada en sus portales Web, no destacan los usos de videos

GRÁFICO N° 5. TRATAMIENTOS PERIODÍSTICOS O ENFOQUES (UR Y PORCENTAJES)



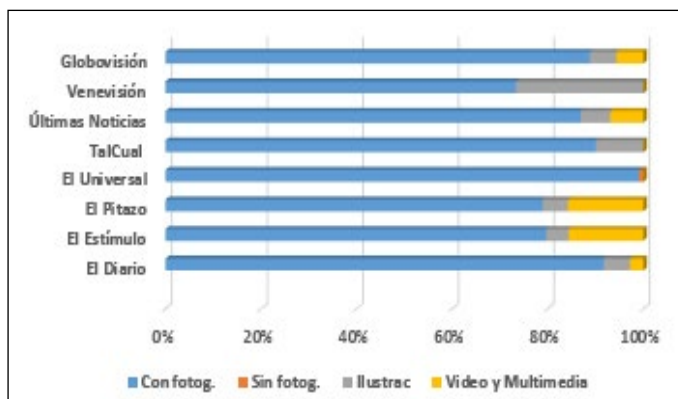
Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N° 6. TEMÁTICAS DE LA INFORMACIÓN EN CULTURA



Fuente: elaboración propia.

GRÁFICO N° 7. ELEMENTOS GRÁFICOS UTILIZADOS (PORCENTAJES)



Fuente: elaboración propia.

u otros recursos multimedia que podrían aprovechar a partir de los insumos propios de los formatos audiovisuales de los canales televisivos, más cuando las informaciones remiten al canal como fuente primera del material.

DOSSIER

Infante y Pereda (2013), al referirse a los retos del periodismo cultural digital y sus desafíos, plantean el aprovechamiento de recursos propios de la multimedialidad, “...que no se limite al uso de textos, sino que se explore en la aplicación de infografías, dossiers monográficos y reportajes multimedia. La disponibilidad de recursos que brinda los soportes digitales es un camino a medio recorrer en nuestros medios”.

APUNTES PARA UN CIERRE

Dejo a continuación, para un cierre provisorio, algunos apuntes y reflexiones a partir de lo antes presentado. Un primer punto: por lo acotado de la muestra de medios y del periodo analizado, los hallazgos aquí resumidos en modo alguno pueden considerarse generalizables al universo mediático venezolano. Haría falta adelantar investigaciones que contengan aspectos comparativos e incluso análisis de más largo aliento que permitan caracterizar las informaciones y agendas del periodismo venezolano en nuestros días.

La caracterización ofrecida de los medios estudiados y sus productos informativos lleva a enfatizar en la necesidad de pensar en la cultura más allá del entretenimiento, como “... una creación simbólica que tiene que ver con las identidades, el desarrollo social, la configuración de ciudadanía, el fortalecimiento de la democracia o la participación social”, en palabras de Germán Rey (2007). Este autor advierte sobre lo que denomina el “periodismo-miscelánea”, de enfoque básicamente centrado en el mercado y que asume al lector como un *target*:

...por lo acotado de la muestra de medios y del periodo analizado, los hallazgos aquí resumidos en modo alguno pueden considerarse generalizables al universo mediático venezolano. Haría falta adelantar investigaciones que contengan aspectos comparativos e incluso análisis de más largo aliento que permitan caracterizar las informaciones y agendas del periodismo venezolano en nuestros días.

Esta comprensión está construida sobre la idea de que el lector tiene poco tiempo, selecciona aquellos temas que le resultan más agradables y obedece a unas rutinas previsibles. La cultura, entretanto, sería aburrida, demasiado densa y especializada. Por eso se adoptan mecanismos para aligerarla, mezclarla, introducirla dentro de las lógicas más resueltamente comerciales (Rey, 2007: p. 324).

Cuando hace más de una década, el recientemente fallecido escritor y Premio Nobel de Literatura, Mario Vargas Llosa se preguntaba de qué manera el periodismo ha influido en lo que llamó “la civilización del espectáculo”, él sostenía que:

[...] sin que se lo haya propuesto, el periodismo de nuestros días, siguiendo el mandato cultural imperante, busca entretener y divertir informando, con el resultado inevitable de fomentar, gracias a esta sutil deformación de sus objetivos tradicionales, una prensa también *light*, ligera, amena, superficial y entretenida. (2012: p. 54)

En un presente marcado por el vértigo hipermediático en el que “la información ya no es periódica sino omnipresente” (Canavilhas, 2011) y donde ya no es el consumidor que va en busca de las noticias, sino que son estas las que buscan a sus consumidores, los medios, en tanto emisores, están obligados “... a buscar nuevas formas de transmitir la información para una recepción heterogénea, dispersa geográficamente y cuyos intereses pueden cambiar en función de variables desconocidas para el emisor” (p. 22).

Pero los medios mantienen sus prácticas informativas que vinculan la cultura con el entretenimiento, con un mayor énfasis en la noción de fugacidad informativa, con relatos de lo cultural que derivan hacia la farándula y el espectáculo, ajenos en cierto modo a que la identidad medial de los receptores proviene de la apropiación: “Consumir medios es leer, identificar y decodificar el mundo y la propia vida. La percepción selectiva, plural, asimétrica y polisémica del receptor le permite negociar significados en la vida política, económica y cultural” (Hidalgo Toledo, 2010).

¿Están los medios digitales venezolanos en condiciones y disposición de cambiar sus prácti-

cas para acercarlas a los usuarios, abrir el diálogo y hacer de la información cultural un ámbito para la educación, el debate ciudadano y también, para el disfrute? Las señales todavía no se ven en el horizonte, pero es necesario insistir, antes de que el periodismo cultural, empeñado en perseguir la inmediatez del tiempo informativo, sea devorado por la banalidad, por lo breve y fugaz.

Comparto las palabras de la periodista Leila Guerriero:

Dirán que no siempre se puede, y es verdad: no siempre se puede.

A veces no se puede porque, simplemente, sería una pesadilla abrir el periódico y toparse, cada día, con que todas las notas de la sección Cultura empiezan diciendo cosas como: ‘La mañana de junio en que el Secretario de Plazas y Paseos firmó la autorización para organizar la Decimonovena Feria de las Orquídeas en el Parque Japonés, llovía.’ A veces no se puede por falta de tiempo, por falta de recursos, por falta de espacio. Pero, urja o no el tiempo, azuce o no la falta de recursos, ahorque o no el espacio, a veces el empeño está puesto sólo en cumplir burocráticamente con la información, y entonces el periodismo se transforma en una línea de montaje en la que se escribe, se imprime, se archiva y ya. (Guerriero, 2015)

Por lo pronto, queda en el aire la sensible observación de Osío Cabrices sobre la cultura venezolana en el actual contexto de diáspora y difusión de la cultura, cuando figuras del arte y la cultura nacionales son conocidos y reconocidos internacionalmente:

Paradójicamente, en medio del desastre, hemos ido emergiendo ante los demás y ante nosotros mismos como una generosa fuente de inteligencia y de belleza gracias a la calidad de lo que hace nuestra gente, y al hecho mismo de que hemos sido obligados por las circunstancias a actuar en otros espacios, otros canales. Es una necesidad de contar, de decir, de denunciar también. De procesar lo que nos ha pasado (Osío Cabrices, 2019).

Y el periodismo cultural debería estar allí para contarlo.

MORAIMA GUANIPA

Licenciada en Comunicación Social de la Universidad del Zulia (LUZ) y magíster en Literatura Venezolana de la UCV. Periodista especializada en Información Cultural. Profesora en pregrado y en posgrados de Comunicación Social en la UCV y en la UCAB.

Notas

- 1 En la bibliohemerografía sobre el tema resultan destacables los siguientes trabajos: el libro *Saldo en Rojo. Comunicaciones y cultura en la era bolivariana*, coordinado por Marcelino Bisbal (2013), editado por la UCAB; el ensayo de Gisela Kozak Rovero, G. (2015): “Revolución Bolivariana: políticas culturales en la Venezuela socialista de Hugo Chávez”, publicado en *Cuadernos de Literatura*, Enero-Junio, XIX (37). Pp. 38-56; el artículo de Carlos Delgado Flores (2008): “Políticas culturales en la administración Chávez. El espectáculo de las miserias”. En: revista *SIC*, Año LXXXI (710). Pp. 500-503; María Elena Ramos (agosto 18, 2019) con “La cultura en Venezuela: notas sobre el desmontaje y la resistencia”, publicado en “Papel Literario”, *El Nacional*. Pp. 4-5; el libro de Manuel Silva Ferrer (2017): *El cuerpo dócil de la cultura. Poder, cultura y comunicación en la Venezuela de Chávez*. Caracas: abedcciones de la Universidad Católica Andrés Bello-Iberoamericana Vervuert y los libros Roldán Esteva-Grillet: *País en vilo: arte, democracia e insurrección en Venezuela*, editado en 2017 por la UCAB-Konrad Adenauer Stiftung y, más recientemente, los volúmenes de *Poder versus cultura, 2004-2019*, publicados en 2020.
- 2 Desde los propios medios y en informes de organizaciones no gubernamentales se ha señalado que entre las medidas que afectan la libertad de expresión y el derecho a la información en Venezuela figuran el uso discrecional de la asignación de divisas para la compra de insumos y papel para la producción de medios impresos, en el marco del control cambiario impuesto a comienzos del año 2003 y vigente, con modificaciones, hasta la fecha. En 2013, fue creada la Corporación Editorial Alfredo Maneiro, CEAM por sus siglas, (*Gaceta Oficial* N° 40.168 del 16-05-2013), empresa estatal que monopoliza el papel y los insumos para medios y libros impresos en el país.
- 3 El estudio fue realizado en el marco del Seminario electivo “Información Cultural” en la Escuela de Comunicación Social de

DOSSIER

la Universidad Central de Venezuela (ECS-UCV) durante el semestre 2024-2 y contó con la participación de dieciocho estudiantes cursantes de la materia para la recolección de datos bajo mi coordinación. El trabajo forma parte de la línea de investigación Periodismo, Comunicación y Cultura que adelanto desde hace más de quince años en el Departamento de Periodismo de esta escuela.

Referencias

- ABAD, Gustavo (2011): *Periodismo cultural: cartografía de un campo en movimiento*. Quito: Ciespal. Recuperado de https://issuu.com/ciespal/docs/periodismo_cultural-final__2_
- Asamblea Nacional. (1994): "Ley de Ejercicio del Periodismo". En: *Gaceta Oficial* N° 4.883, del 31 de marzo de 1995.
- Asamblea Nacional Constituyente. (1999): "Constitución de la República Bolivariana de Venezuela". En: *Gaceta Oficial Extraordinaria* N° 36.860, 30 de diciembre de 1999.
- ARMAÑANZAS, Emy (1996): "La cultura, una parcela para periodistas especializados". En: *ZER*. N° 1, diciembre 1996. *Revista de Estudios de Comunicación*. Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación Universidad del País Vasco, España.
- BISBAL, Marcelino (1999): "Más allá de las industrias culturales o la fascinación por lo massmediático". En: L. Barrios *et al.*, *Industria Cultural*. Caracas: Litterae Editores. Pp. 55-79.
- BLANCOC., Elena (2004): "Emisores de mensajes informativos: características, tipologías y comportamiento de las fuentes especializadas". En: J. Fernández del Moral (Coord.), *Periodismo especializado*. Barcelona: Editorial Ariel. Cap. 6. Pp. 99-121.
- BORRAT, Héctor (2005): "Periódicos de calidad: primeras propuestas para una lectura crítica". En: *Lecciones del Portal de la Comunicación*. Instituto de la Comunicación, Universidad Autónoma de Barcelona-España (INCOM-UAB). Recuperado de http://www.portalcomunicacion.com/lecciones_det.asp?id=21
- CALVO HERNANDO, Manuel (1998): "Periodismo cultural, conceptos y problemas". En: *Chasqui* 63: 11-13, septiembre 1998. Recuperado de <http://hdl.handle.net/10469/12378>
- CANAVILHAS, José (2011): "El nuevo ecosistema mediático". En: *Index comunicación*, 1(1). Pp. 13-24.
- DRAGNIC, Olga (1994): *Diccionario de comunicación social*. Caracas: Edit Panapo.
- DRAGNIC, Olga (1993): "La cultura mediatizada". En: *Comunicación: Estudios venezolanos de comunicación*, 19, N° 81 (Ene.-Mar. 1993). Caracas: Centro Gumilla. Pp. 34-41.
- ESPACIO PÚBLICO (2018, agosto 7): *La agonía de los periódicos en Venezuela*. Recuperado de <http://espaciopublico.org/la-agonia-de-los-periodicos-en-venezuela/>
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (2006): *Diferentes, desiguales y desconectados*. Barcelona: Gedisa Editorial.
- GARCÍA CANCLINI, Néstor (2019): *Ciudadanos reemplazados por algoritmos*. Alemania: Calas-Universidad de Guadalajara.
- GÓMEZ M., Josep; GUTIERREZ L., Juan F. y PALAU S., Dolors (Eds.). (2013): *La calidad periodística: teorías, investigaciones y sugerencias profesionales*. Aldea Global.
- GUANIPA, Moraima (2013): "La agenda de la cultura en la prensa. Análisis temático en dos medios nacionales (1998-2008)". En: *Revista Venezolana de Economía y Ciencias Sociales*. 18 (3) (septiembre-diciembre). Caracas: UCV. Pp. 125-138.
- GUANIPA, Moraima (2014): La cultura en la prensa: un rostro breve, misceláneo y espectacular. En: *Revista Comunicación. Estudios venezolanos de Comunicación*. (165). Caracas: Centro Gumilla. Pp. 38-47.
- GUANIPA, Moraima (2021): "Between resistance and reinvention: cultural diffusion in Venezuelan media". En: E. Korin, P. Pain (Eds.), *When media succumbs to rising authoritarianism: cautionary tales from Venezuela's recent history*. New York: Routledge. Pp. 220-236.
- GUERRIERO, Leila (2015, agosto 18): "El periodismo cultural no existe, o los calcetines del pianista". En: *revista Gatopardo*. Recuperado de <https://www.gatopardo.com/articulos/archivo-zona-de-obras>
- HIDALGO TOLEDO, Jorge A. (2014): "Indicadores psico-sociales del uso y consumo mediático e hipermediático". En: *Virtualis*, 2(4), 5-44. Recuperado de <https://doi.org/10.2123/virtualis.v2i4.42>
- INFANTE, Rubén R., y PEREDA O., Alcides R. (2013): "Periodismo cultural digital: retos de la Web 2.0". En: *Revista Aportes de la Comunicación y la Cultura*, (16), 23-29. Recuperado de http://www.scielo.org.bo/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S2306-86712013000100004&lng=es&tlng=es
- INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD (IPYS-Venezuela). (2024): *Atlas del silencio*. Recuperado de <https://ipysvenezuela.org/atlas-del-silencio/index.html>
- INSTITUTO PRENSA Y SOCIEDAD (IPYS-Venezuela) y Prodavinci. (2018, diciembre 14): *Periódicos en Venezuela: datos de una crisis*. Recuperado de <https://prodavinci.com/periodicos-en-venezuela-datos-de-una-crisis/>
- MAYORAL S., Javier (2005): "Fuentes de información y credibilidad periodística". En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 11. Pp. 93-102. Recuperado de <http://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/view/ESMP0505110093A/12446>
- LÓPEZ H., María Á. y DOMÍNGUEZ D., Rubén (2012): "El valor documental del periodista como autor". En: *Estudios sobre el mensaje periodístico*, Vol. 18, N° 2 (julio-diciembre). Pp. 791-803. Recuperado de <https://revistas.ucm.es/index.php/ESMP/article/viewFile/41046/39293>
- LÓPEZ, Xosé (2004): "Información cultural: Herramientas para comunicar cultura en escenario marcado por la sombra de la mercantilización mundial". En: J. Fernández del Moral (Coord.), *Periodismo especializado*. Barcelona: Editorial Ariel. Pp. 377-396.
- OSÍO C., Rafael (2019, noviembre 18): "Una cultura viva". En: *Cinco8*. Recuperado de <https://www.cinco8.com/perspectivas/una-cultura-viva/>
- OROZCO, Guillermo (1997): "Medios, audiencias y mediaciones". En: *revista Comunicar*, N°8. Pp. 25-30.