

RESUMEN

En teoría, la Cultura y la Comunicación Social parecen ser sinónimos en nuestros tiempos. Dependiendo del concepto de cultura, el periodismo informativo puede ser un producto cultural, o no. La élite de la sociedad dominante, para continuar su dominio social, determinó que el concepto de cultura debía definirse en la dirección académica, es decir, bellas artes, literatura, etc., reduciendo el periodismo cultural a la "farándula". Una vez que los Medios llegaron a constituirse en grandes empresas, la información cultural y la Cultura responden a intereses comerciales, sobre todo, a partir de los años 70. En tiempos de democracia, la burguesía ascendente rechaza los cuestionamientos sociales que ella misma había impulsado en el pasado. El periodismo cultural no interpreta, no cuestiona, sólo informa escuetamente. Sin embargo, se intenta hacer cultura en las revistas que publican los grandes diarios semanalmente. Una vez más se publica lo que se refiere a la cultura académica de la sociedad dominante y se olvida lo popular.

In theory, the Culture and Social Communications seem to be synonymous in our times. Depending on the concept of culture, the informative journalism may be a cultural product, or not. The elite of the overbearing society, in order to continue its social domination, discerned that the concept of culture should go on the way of the academic, it means, fine arts, literature, etc., reducing the cultural journalism to show reports. Once the Media became big enterprises, the cultural, information and the culture itself, yield the commercial interests, specially from the 70's.

In democracy times, the power bourgeoisie resisted to discuss social questions, in a cultural basis, questions that the same bourgeoisie forced in the past. The cultural journalism does not interpret now, in does nor make questions, it only informs briefly. However, journalist try to make culture in the weekly magazines of the big newspapers. Once more they publish all about the academic culture of the dominant society and forget the popular culture once more.

La cultura mediatizada

Olga Dragnic

Pocas veces en la teorización contemporánea dos conceptos que representan dos actividades de disímil desarrollo histórico logran establecer una relación tan estrecha como en el caso de la cultura y la comunicación social. Tal relación se inicia en la década de los años sesenta, cuando el enfoque sectorial de la segunda se revela incapaz para explicar los fenómenos a que dan lugar los procesos comunicacionales.

Dado que una de las consecuencias más visibles de la comunicación social es la modificación que se opera en la cultura de los grupos sociales sometidos a su influencia, era lógico esperar un acercamiento teórico entre ambas, aun cuando desde el punto de vista de sus orígenes y en la evolución del pensamiento filosófico sobre la cultura no se habían manifestado contactos significativos, por lo menos antes de la irrupción de los análisis realizados por los filósofos de la Escuela de Frankfurt y la consecuente popularización de la Teoría Crítica de la Sociedad.

Actualmente, para muchos teóricos, cultura y comunicación social pasan a ser prácticamente sinónimos, cuando la comunicación es comprendida en su más amplio término como el intercambio igualitario-horizontal de significados. La UNESCO, a partir de la Primera Conferencia Intergubernamental de Políticas Culturales, realizada en Venecia en 1970, ha impulsado este enfoque, al recomendar "un tratamiento cultural de las comunicaciones y, posteriormente, en 1978 se califica esta simbiosis como "esen-

cial". Entre nosotros esas recomendaciones del organismo internacional tuvieron buena difusión sobre todo a través de las obras de Antonio Pasquali y de los trabajos realizados por los investigadores del ININCO, de la UCV. En su libro "Comprender la Comunicación", Pasquali señala que el investigador en comunicación social tiene ahora ante sí una segunda macro-estructura de problemas, casi todos sin explorar y necesitados de importantes decisiones; no sólo específico para el restablecimiento de un mínimo de justicia social y de equilibrio comunicacional, sino también el de la soldadura entre la Cultura y la Comunicación.

Aun cuando pueda aparecer como válida esa identificación en el plano conceptual, en el sentido de que ningún contenido cultural, ninguna producción simbólica, tendrá sentido y existencia fuera de las relaciones de intercambio social, de la difusión y asimilación colectivas, la identificación absoluta de los dos procesos induce, cuando menos, a no pocas confusiones, debido a los diferentes planos y conceptualizaciones en que se han realizado y pensado hasta ahora ambos fenómenos, la comunicación social y la cultura.

Esta incongruencia entre los postulados teóricos y la práctica social es sobre todo notoria cuando se aspira a analizar los contenidos y los efectos que, en el área de la cultura, se dan en los medios de comunicación social, donde, por definición, están negadas aquellas condiciones de horizontalidad entre el emisor y el receptor que exige una relación comunicacional propiamente tal.

Por otra parte, habría que diferenciar los contenidos transmitidos por los medios de comunicación social que, en sí mismos, constituyen mensajes de tipo cultural por cuanto responden a determinadas normas estéticas y son por lo tanto obras creativas, y el sector de la información periodística que, si bien en última instancia influirá en la formación cultural de sus receptores, en su génesis y en sus objetivos no constituyen formas autónomas ni creativas.

El periodismo cultural se nutre de lo que ocurre en la esfera de las artes, de la literatura, de la creación artística, académica y popular, y su misión es dar a conocer, a nivel masivo, esos acontecimientos. En un plano de mayor complejidad, también debe aportar análisis e interpretación, proporcionar trabajos que inciten a la reflexión y mantener al receptor informado no sólo de los acontecimientos cotidianos sobre la cultura sino también en relación con las corrientes del pensamiento contemporáneo.

Dentro de la limitada concepción de lo que es la cultura, siguiendo la definición que predomina en nuestros medios de comunicación, el trabajo periodístico nunca es percibido como un hecho cultural y los periodistas saben que su trabajo es simplemente una difusión informativa de los sucesos que tienen lugar en la esfera de lo cultural. Cuando se interrogan sobre los efectos de su labor — si es que alguna vez llegan a plantearse tal pregunta en medio de su inclemente trajín diario — la conceptúan como un trabajo útil y necesario para que el público pueda acceder a esos acontecimientos. Está de más decir que nos referimos en primer lugar al trabajo reporteril, de información diaria y aun semanal y no a los contenidos de las publicaciones con carácter más permanente, donde tienen cabida los trabajos de elaboración intelectual más profundos.

Si asumimos el concepto de cultura con una visión más amplia de aquella que existe en los medios masivos y coincidimos en la existencia de otros dos campos culturales, además del académico, entonces la

labor periodística en general y el periodismo cultural en especial, formarían parte del campo de la cultura de masas compartiendo ese puesto con todos los contenidos de medios.

Por eso, un enfoque más realista respecto a las características de la información cultural nos llevaría a realizar un análisis de sus contenidos y de sus resultados sociales en relación con el proceso total de la cultura de masas en sus nexos con la cultura de élite y las culturas populares. Entonces, sin duda, hallaremos en esta especialidad periodística todos los componentes que Walter Benjamín halló en otros contenidos que se transmiten por los medios de comunicación social: simplificación, homogeneización y una baja calidad en el sentido general.

LA ATOMIZACION DE LA CULTURA

En virtud de la concepción elitista de la cultura, los medios impresos primero, y radioeléctricos después, decidieron que la parcela dedicada a la información cultural debía estar ocupada exclusivamente con las referencias relacionadas con las bellas artes y la literatura, provenientes del área de la cultura académica. Esta postura se mantiene invariable hasta nuestros días, a pesar de las variaciones conceptuales provocadas por los descubrimientos de la antropología y la sociología de la cultura, y de toda la literatura y la teoría que han sido elaboradas en los últimos decenios para demostrar y combatir las limitaciones y las injusticias de esa concepción de la cultura.

Incluso podría afirmarse que esa percepción de lo cultural que excluye todas las manifestaciones del espíritu humano no perteneciente a la cultura académica se ha ido reforzando en los últimos años, con evidente sentido clasista, afianzada, además, en las políticas y prácticas



culturales provenientes del sector oficial y del privado. En este sentido, los medios masivos vienen a reflejar y reforzar una clara tendencia elitista que preside las acciones de los sectores dominantes de la sociedad.

Por esta razón, se separó de la información cultural todo aquello que no pertenece a la cultura académica. Tal es el caso de la información sobre la cultura de masas que, desde un principio, fue relegada a un espacio aparte, a menudo vista como de tercera categoría, pero que poco a poco fue adquiriendo importancia, acorde con la influencia que esos acontecimientos iban tomando en la vida diaria de los receptores. En algunos diarios nacionales, esa "información de farándula" está ganando cada vez mayor espacio, aunque ha habido poca variación en cuanto a la

calidad de esos trabajos, signados casi siempre con cierta tendencia sensacionalista y superficial.

Toda la actividad que se desarrolla en lo que se comprende como la cultura masiva y la industria cultural es hoy de enorme interés para el público. La inclusión de una información diaria sobre estos acontecimientos es tan indispensable para el lector como las noticias sobre la política o la economía. Al instalarse la televisión y los espectáculos masivos en la vida de los hombres como referencias imprescindibles en su desenvolvimiento cotidiano, ningún medio de comunicación puede ignorarlos a riesgo de perder su clientela.

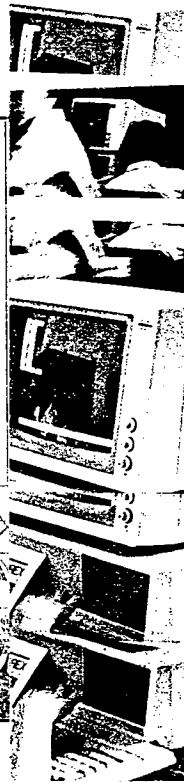
La división operada en las informaciones sobre la cultura académica y la masiva crea a menudo problemas de definición y de delimitación de las áreas periodísticas. Por ejemplo, si un concierto de música clásica es transmitido por un canal de televisión ¿dónde debe ofrecerse esta información?. Las soluciones que se están adoptando son un tanto arbitrarias. Por lo general, todo aquello que tenga relación con los medios de comunicación social es atribuido a la información de farándula sin importar su contenido o el campo cultural al cual pertenece. Esta demarcación no siempre se respeta y en ocasiones la información cultural se ocupa de estos acontecimientos sobre todo cuando la relación con las instituciones de la alta cultura es muy fuerte. A menudo se repite la noticia en ambas secciones. Algo muy diferente ocurre con el tercer campo cultural, el de las culturas populares. Por la concepción misma de lo que es cultura, los medios masivos no consideran como propio incluir en esas páginas informaciones sobre las culturas populares. La excepción son aquellos sucesos o representaciones que por alguna razón se vinculan con alguna institución perteneciente a la esfera de la alta cultura. Entonces la noticia sobre este campo aparecerá justificada más por ese nexo con la cultura de élite que por su propia significación. Pero la norma es no tomar en cuenta prácticamente ningún acontecimien-



to que provenga de lo popular. Pero esos hechos tampoco constituyen referencias propias de la cultura masiva. Por eso también son ignorados por la "farándula" y solo en ocasiones, cuando los espectáculos populares alcanzan los medios masivos, obtienen alguna cobertura.

Sucede así que todo un campo cultural no aparece ni en la información diaria, ni semanal, de los medios, con la regularidad que habría de suponer en un periodismo que se denomina cultural. Esta situación de los medios sólo puede ser comprendida como reflejo de lo que ocurre en la sociedad en relación con los tres campos culturales.

Históricamente, primero surge y se desarrolla la información sobre las artes y la literatura. Es el área que la burguesía ha cuidado de impulsar como heredera de la tradición eurocentrista de la cultura. Más tarde advino el poderío de lo masivo y de la industria cultural y requirió su correspondiente espacio informativo. El predominio de la cultura de élite legitima el carácter de clase dominante, no sólo en cuanto poseedora de los medios de producción y el consecuente disfrute del poder político, sino como el estrato más ilustrado de la población. Lo popular, al no tener preeminencia alguna en el conjunto de la sociedad, tampoco tiene eco en la información cultural.



De tal suerte que realmente sólo podemos hablar de dos tipos de información sobre la cultura: lo académico y lo masivo. Sin embargo, en la definición de lo que es el periodismo cultural solo se admite lo primero, reducido casi siempre al área de las bellas artes y la literatura, tal como fue ese periodismo en sus inicios y lo sigue siendo, a pesar de todos los avances que varias ciencias sociales han hecho en cuanto a la concepción de la cultura. En realidad, el periodismo cultural es un reduccionismo bastante agudo y tal como se practica debería denominarse de otra forma, por lo menos en el caso de los diarios y los medios radioeléctricos.

LA CULTURA EN LA INFORMACION DIARIA

En el periodismo cultural, como en cualquier otra especialización informativa, los mensajes se producen de forma vertical y con innumerables pasos de control y de filtros, sobre todo en los grandes medios impresos y en las televisoras, donde se establecen parámetros más o menos precisos sobre lo que puede publicarse y la forma de elaborarlo.

Estos controles pueden ser más laxos cuando la posición editorial o los intereses empresariales no tienen mayor vinculación con el área de la cultura. Sin embargo, en todos los casos se fija una política editorial frente a esa corriente informativa, aun en el caso de las publicaciones literarias y artísticas independientes, sobre todo en cuando a la definición de los fines que se persiguen, determinados por la convergencia de los puntos de vista de sus promotores.

En esa expresa o tácita declaración de principios están siempre presentes ciertas metas de trascendencia nacional en el contexto de los procesos culturales. Todo periodista bien intencionado suscribiría con entusiasmo tales declaraciones principistas. Su amplitud y sus propósitos de calidad hacen atractivo para cualquier periodista esa posibilidad de realizar un trabajo profesional dignificante.

Pero el siguiente paso, aquel en el cual se concretizan las proposiciones principistas, constituye la prueba de la verdad para las buenas intenciones de cualquier promotor de las publicaciones culturales.

La materialización de la política editorial se verifica a través de la pauta informativa, primero, y las decisiones que se toman más tarde en cuanto al contenido que se dará a conocer en cada edición. Las últimas tendencias en la investigación de los medios masivos se orientan al estudio del proceso que media entre la confección de la pauta informativa y la configuración definitiva del contenido que llega al receptor. Este proceso es llamado "agenda" y su análisis puede revelar los filtros que operan durante la producción del contenido periodístico.

En la información cultural el condicionamiento, no sólo es interno en virtud de la política editorial del medio. Intereses variados confluyen para determinar las informaciones y su orientación. El sector de mayor impacto en este proceso lo constituyen las mismas fuentes informativas, tanto oficiales como privadas. En los últimos años, debido a la creciente presencia de la pauta publicitaria en los espacios de información cultural, también se siente la influencia de la publicidad.

Esta es una relación relativamente nueva en esta especialidad. La definición de la actividad periodística en el marco de la libre empresa determinó su carácter mercantil y éste, a su vez, la desaparición de aquellos contenidos que no proporcionaban utilidades. Para nuestros periódicos, una vez transformados en modernas empresas, la cultura no significó ni un incentivo para aumentar el número de lectores, ni fuente de nuevos ingresos por concepto de publicidad. Sin embargo, en todo lo que va del presente siglo hasta los años setenta, se puede registrar una constante, aunque no extensa información sobre las artes y la literatura, publicada evidentemente con fines altruistas y en cumplimiento de la cobertura de la actualidad, sin que se produjera una contrapartida a través



del aumento de los lectores, ni la reacción de avisos en esta área. El Estado, a su vez, no constituía un ente de la importancia que actualmente tiene, ni como fuente informativa ni como anunciante. Pero aun concebida como ofrenda cultural, la información sobre las artes y la literatura debía ceñirse a las normas del periodismo objetivo que ya para entonces dominaba en las técnicas periodísticas. Se pasó así al registro de los acontecimientos culturales, bajo los esquemas de la doctrina de la objetividad, reduciendo de paso su temática sólo a los hechos, sin posibilidad de una profundización de los fenómenos a la luz de la evolución de la cultura en su totalidad.

A partir de los años setenta, se produce un cambio cualitativo, tanto en lo que respecta a la actividad cultural del país, como al trabajo periodístico. Dos fenómenos que surgen casi al mismo tiempo determinarán modificaciones en la información cultural. Por un lado, cierto desarrollo de la industria cultural y la masificación de algunos eventos artísticos. Por el otro, la creciente importancia de la acción oficial en el campo de la cultura académica. Ambos procesos generan cierta mercantilización de los acontecimientos artísticos pasan a constituir fuentes de ingresos para sus promotores en el sector de la acción privada y aspecto de primera importancia para

los fines ideológicos de los sucesivos gobiernos de la era democrática.

La información cultural se transforma en uno de los vehículos más importantes para la promoción, en el sentido más lato de la expresión: una buena y profusa información sobre un libro, por ejemplo, significa asegurar las ventas; una entrevista elogiosa a un pintor implica realizar el valor de sus cuadros.

El Estado, a través de sus organismos culturales, necesita difundir la labor que realiza, justificar ante la opinión pública la inversión, ahora millonaria, de los presupuestos culturales, crearse una imagen de promotor cultural.

Las galerías privadas, las editoriales, los empresarios teatrales, los promotores musicales comienzan a valorar la información como el más eficaz y el más barato de los medios para lograr sus fines. En los tiempos recientes, las fundaciones privadas, cuyo objetivo es la acción cultural, se sumaron a los dos sectores anteriores y en conjunto representan tanto una fuente importante de ingreso por concepto de publicidad, como nuevo origen de presiones en la confección de la agenda periodística.

En este proceso de cambios, también el periodista del área cultural sufrió modificaciones en su trabajo y en su relación con el hecho artístico en sí. Hasta los años sesenta, aún con todas las limitaciones que imponía el entorno cultural y político del país, en las páginas de los diarios y sobre todo de los semanarios y quincenarios, tenían cabida trabajos de análisis y de reflexión, de crítica y de interpretación periodística. En las ediciones de las décadas anteriores de los diarios *La Esfera*, *El Universal*, *El Heraldo*, *Ahora*, se publicaban informaciones de largo aliento, realizadas por periodistas que aún conservaban aquella característica común en muchos profesionales del siglo pasado: eran, además de periodistas, creadores, novelistas, cuentistas, poetas, pintores o dramaturgos. Se sentían poseedores de determinados conocimientos, con una formación humanística bastante completa. Eran capaces de analizar

el hecho cultural desde su personal punto de vista, y procedían con independencia de criterio, deseosos de proporcionar al lector algo más que el simple registro de los acontecimientos.

Muchos son los nombres que pertenecen a esa pélyade de periodistas-escritores, desde Andrés Mariño Palacios, Ramón Díaz Sánchez, Antonio Arráiz, Guillermo Meneses, y más recientemente, Miguel Otero Silva, José Ratto Chiarlo, Héctor Mujica, Manuel Trujillo, para nombrar sólo a algunos.

En ese periodismo cultural estaba presente la información, pero también la reflexión, el aporte del periodista que orientaba al lector y lo hacía cómplice de su propio pensamiento. La línea editorial del medio pocas veces se interponía en su trabajo, no había intereses publicitarios que cuidar y las presiones políticas sólo se manifestaban en tiempos de dictadura. La burguesía, cuasi incipiente, no consideraba aún al sector cultural como el área de sus intereses fundamentales. De allí cierta libertad de proceder, cierta independencia de la línea editorial y total ausencia de las presiones publicitarias. Era una época de limitaciones en cuanto a la actualidad de los hechos culturales que eran pocos y mucho menos cosmopolitas que ahora. Pero los periodistas realizaban su trabajo a conciencia y sin presiones.

Los cambios advienen con el régimen democrático. Las modalidades periodísticas no surgen ni desaparecen por generación espontánea. Son producidos —y a menudo constituyen su parte más visible— por los cambios sociales más profundos. La expresión “la cultura siempre es subversiva”, tomada en su sentido lato, parece un exabrupto. Sin embargo, el solo hecho de que la cultura es explicada, en su acepción más amplia, como las formas reflexivas que asume un grupo social sobre su existencia y su futuro, siempre contiene una dosis de inconformismo que en determinadas circunstancias puede llevar a análisis y acciones más importantes. La evolución que en tal sentido tuvo la conceptua-



lización de la cultura a partir del Iluminismo puede caracterizarse, siguiendo a Adorno, como una huida de la imprenta revolucionaria que tuvo en los inicios de la revolución burguesa. Marcuse habla de la transformación de los postulados iniciales de la burguesía en una cultura afirmativa, dando a entender que a partir de la consolidación de la clase ascendente en el poder, la cultura subversiva de sus comienzos pasa a buscar las vías para detener el proceso de cuestionamientos que ella misma había impulsado con sus proclamas de igualdad y de libertad, y la difusión de la cultura como la forma más importante para alcanzar sus objetivos de justicia social. La afirmación de una cultura estática y discriminatoria ayudó considerablemente a la reafirmación de la misión histórica de la burguesía en su aspecto más inmediatista: reafirmar su dominio del poder.

Estos planteamientos de los filósofos de la Escuela de Frankfurt a menudo fueron obviados por sus difusores actuales para realizar su apocalíptico análisis de la sociedad masificada y sometida a los nefastos influjos de la cultura de masas. Se pretende, además, combatir esas afirmaciones a través de innumerables ejemplos a escala mundial de rupturas e innovaciones en el plano de la creación artística y la extensión cada vez mayor de una acción de

“culturización” de las masas, lo que vendría a demostrar la amplitud de posturas que ha asumido la clase burguesa en relación con el desarrollo de las culturas nacionales.

Es cierto que las vanguardias, las insurgencias generacionales, la permanente búsqueda de novedades formales o substantivas son una constante en la historia de la cultura académica del último siglo. Pero también es cierto que ninguna de esas innovaciones ha podido hasta ahora modificar la orientación afirmativa de la misma. Es más, ese tipo de políticas culturales han logrado aniquilar o absorber todas las corrientes, tendencias y en muchos casos también las individualidades que intentan poner en tela de juicio la validez de sus premisas fundamentales. En la reciente historia de Venezuela, la que va de los años sesenta a esta parte, hay numerosos casos que evidencian esta capacidad de anulación o de modificación del pensamiento y de creación cuando se enfrentan a la cultura dominante y sus preceptos más importantes.

Entre nosotros, este proceso tuvo su inicio en acontecimientos políticos de los años sesenta, pero con los años ha ido perdiendo esa connotación para situarse netamente en los planos artístico-culturales. Como en otras partes del mundo, también aquí se estimulan todas las innovaciones formales, mientras se desconfiaba y rechaza todo aquello que no sigue la ruta indicada por ese sentido afirmativo de la cultura.

La información cultural es utilizada profusamente para lograr esos fines, además de otros poderosos mecanismos de coacción. Sería difícil hallar en la prensa nacional de los últimos años ataques frontales a alguna corriente o tendencia artística o literaria o cuestionamientos de fondo a las políticas culturales oficiales y privadas. Sólo se prodigan esos cuestionamientos cuando el objetivo político preside al cultural, como es el caso de la cultura cubana actual.

Los mecanismos de presión son más sutiles. Estos van desde el halago hasta el silenciamiento completo, desde el ofrecimiento de promoción

más prometedor hasta la conquista mediante prebendas burocráticas. Una vez aceptado el ofrecimiento, las formas expresivas pueden mantenerse, no así su orientación cuestionadora. Hay argumentos poderosos para inducir al creador a aceptar estas modificaciones: las nuevas tendencias en el mercado internacional y nacional, la superación de viejos esquemas y vieja temática, la imperiosa necesidad de innovar. Sólo así se puede acceder a las grandes salas de exposición, a las editoriales y a los premios.

Una vez consolidada la democracia representativa como forma de gobierno, eliminada la amenaza de una insurgencia revolucionaria, la clase dominante comienza a ver en la acción cultural una importante vía para su consolidación definitiva en el poder. Desde entonces, la cultura como un todo y las actividades artísticas en particular, serán objeto de interés preferencial por parte de los gobiernos y a esta decisión se sumará con entusiasmo, sobre todo a partir de los años ochenta, la empresa privada, con generosos aportes financieros, a través de fundaciones, con el patrocinio de los espectáculos y acciones de tipo cultural que incluso trascienden los límites de la cultura académica.

Este es un cambio social y cultural en pleno proceso en el país. Distraída como está la izquierda con sus problemas de supervivencia, conquistados muchos de sus teóricos y creadores por los mecanismos antes descritos, los procesos de esta conquista ideológica en el plano cultural no tienen respuesta teórica ni resistencia de carácter político.

Los medios de comunicación social se vieron ante una novedad que les exigía una toma de posición, además de producir modificaciones en los sistemas informativos. Se vieron, además, favorecidos por la aparición de los anuncios publicitarios del sector oficial y privado lo que, desde el punto de vista de los mecanismos internos de funcionamiento de los medios, implicó un importante cambio. La pauta publicitaria, además de significar nuevos ingresos,

ocupó los espacios dedicados a la información cultural. Para la cobertura del cada vez mayor número de hechos artísticos y literarios era preciso aumentar un tanto el número de periodistas en esta sección. Pero el espacio redaccional se vio reducido, lo que implicó la acentuación en el uso de las fórmulas "objetivas" en el tratamiento de las informaciones culturales diarias. La cobertura oportuna y total, sobre todo en su fase anunciativa, debía cumplirse con mayor rigor, porque ahora, además de los artistas y las organizaciones involucradas en los hechos, había un cliente publicitario que podría reclamar el descuido informativo referente al espectáculo patrocinado.

Otro fenómeno hizo su aparición en el trabajo diario de los medios de comunicación social: los boletines de prensa, elaborados por las oficinas de relaciones públicas de los organismos Públicos y de las empresas privadas involucradas en la acción cultural. Realizados por profesionales, estas informaciones redactadas con buen sentido periodístico, proporcionan a las secciones culturales de los diarios, las radios y las televisoras, un abundante material, junto con las fotografías respectivas. Pronto se transformaron en la más importante fuente de información, con el agravante de que la investigación reporteril propia de cada medio se limitó a los acontecimientos de mayor envergadura, o cuando resulta imprescindible un enfoque autónomo. Pero la mayor parte de las informaciones culturales que se ofrecen al lector provienen de esos boletines, en los cuales la orientación y el tratamiento tienen siempre un carácter promocional, como es de suponer en un trabajo con las características de relaciones públicas.

Con estos procedimientos, la información sobre las artes y la literatura renuncia a uno de sus principios fundamentales, como es el sentido de independencia y de autonomía frente a la fuente informativa. En muchas oportunidades, pasan a ser simples reproductores de noticias elaboradas por los mismos organismos que promueven determina-

do, o patrocinan, algún evento cultural.

Como muchas veces se ha dicho en los textos sobre el periodismo, estos boletines en sí mismos constituyen una considerable ayuda para el trabajo periodístico. Pero su utilización debería circunscribirse sólo a ser una fuente de información primaria para que el reportero pueda proceder con rapidez a realizar su propia investigación al respecto. En todo caso, las noticias ofrecidas en los boletines podrían ser reproducidas en las agencias informativas de los diarios, como simples anuncios del evento. Toda valorización del hecho cultural debería ser efectuada por los periodistas, independientemente de la orientación, siempre interesada que contienen esos boletines.

Esta fuente de condicionamiento de la información, si bien la más frecuente, no es la única. Los organismos públicos y los privados, los protagonistas del hecho artístico o sus representantes recurren a diferentes subterfugios para obtener una información que los favorezca. Desde el halago hasta la amenaza, pasando por la presión directa a través de los editores, amigos o poderosos de cualquier signo son utilizados en esta especialidad periodística, sin hablar de los vetos editoriales o de las preferencias que se originan en los nexos empresariales entre el medio masivo y las instituciones culturales. Por todas estas razones, actualmente no resulta fácil elaborar una sección de información cultural autónoma o libre de condicionamientos. En la misma medida en que la cultura como actividad pública y privada ha ido adquiriendo importancia, la información sobre esta área se ha visto presionada por diferentes vías. La abundancia de los eventos, hace imposible que dos o tres reporteros cumplan adecuadamente la cobertura de todos los acontecimientos y mucho menos les permite hacer una labor de cierta profundidad.

Por otra parte, el profesional que hoy ocupa los puestos de redactor de la sección cultural tiene un perfil muy diferente de los periodistas de hace treinta o cuarenta años. Casi

todos son jóvenes, egresados de las escuelas de comunicación social, donde han recibido una formación periodística más o menos completa. Sus destrezas profesionales son evidentes en la fase reporteril y en la redacción de sus trabajos. Carecen, por el contrario, de una formación específica en el área de las bellas artes, en la literatura o cualquier otra manifestación de la cultura académica. En este sentido, podría decirse que son autodidactas, pues los más conscientes de esas deficiencias, han ido superando sus limitaciones a fuerza de aprendizaje.

Pero en la mayoría de los casos, la falta de una formación sólida impide que los periodistas puedan asumir todo el proceso con plena independencia, con criterio propio, que puedan percibir y juzgar los acontecimientos culturales libres de la manipulación que se origina en las fuentes informativas.

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. En la información diaria de los periódicos, de las televisoras y las radios es necesario informar oportunamente sobre la programación del área. Es la información contingente que cumple una misión importante. Pero el periodismo cultural no debía terminar allí, pues se corre el riesgo de presentar los hechos culturales como simples espectáculos.

Para poder acceder a un nivel superior de tratamiento, a través de análisis, interpretación e incluso crítica, el periodista necesita de una formación idónea en cada área de esta especialidad informativa. Actualmente hay preocupación tanto entre los periodistas como en las escuelas de comunicación social para enfrentar este problema de especialización en el periodismo cultural a través de cursos de postgrado y seminarios que proporcionen la formación y los conocimientos necesari-

os a los periodistas que escogen al periodismo cultural como su campo de trabajo profesional.

EL PERIODISMO CULTURAL NO DIARIO

Además de la información diaria, donde predomina una percepción de la cultura restringida a las bellas artes y la literatura, existen publicaciones de mayor periodicidad, semanarios, suplementos y revistas que también se ocupan de esta actividad. En algunos casos se trata de publicaciones de interés general o especializadas en otras áreas informativas, que tienen secciones dedicadas a la cobertura de la actualidad cultural. En estos últimos casos, el tratamiento corre parejo al del diarismo, en el sentido de que poseen la misma concepción de lo que es la cultura y las modalidades periodísticas no difieren mucho.

Paralelamente a estas prácticas del oficio periodístico coexisten publicaciones de una factura diferente, con una visión más amplia de los contenidos culturales, al mismo tiempo que se busca un nivel más alto en cuanto a la producción de los textos. Su relación con la actualidad es más laxa.

Esta variedad de publicaciones provoca no pocas confusiones a la hora de delimitar el campo de trabajo periodístico. La tradición, más literaria que informativa, había otorgado a estas últimas ediciones un carácter fundamentalmente difusor de las novedades literarias, un vehículo donde podrían plantearse polémicas o exponerse las nuevas teorías, todo ello dedicado a un público más o menos restringido. A menudo, eran también las únicas expresiones de disidencia frente a los valores culturales canónicos. Su influencia en los procesos de cambio, tanto en la literatura y bellas artes como en el conocimiento de las nuevas teorías sociales, filosóficas o científicas, ha sido notable en Venezuela.

En torno a esas publicaciones, por lo general, se agrupaban los representantes de una generación de creadores, identificados por el mis-

mo objetivo de innovación y de rupturas. Todo ello implicaba cierta coherencia en la orientación y en el contenido, no distorsionada por los hechos intempestivos o por variaciones circunstanciales. Sus promotores poseían la intención de enfocar globalmente los acontecimientos, desde su propia perspectiva de análisis, para lo cual, además, estaban capacitados por su formación y por la independencia de las mismas publicaciones.

En el caso venezolano, estas ediciones —revistas o semanarios— son evocados hoy como hitos en la historia literaria, social y periodística. **El Cojo Ilustrado**, **La Alborada**, **Viernes**, **Elite** en su primera etapa, **Crítica Contemporánea**, **Cruz del Sur**, y más recientemente **El Techo de la Ballena**, **Cal**, **Cambio**, **En Letra Roja** y muchas otras publicaciones reflejan el desarrollo de las artes y de la literatura, pero también de todas las demás actividades que guardan relación con la evolución cultural del país.

La ausencia de la actualidad contingente en estas revistas hace que muy pocos analistas las asocien con el trabajo periodístico propiamente tal. Sin embargo, en gran parte de ellas, sobre todo en las más recientes, la presencia de los periodistas era constante en diferentes fases de su producción, como autores y diseñadores, participantes activos en su factura.

Tampoco están completamente ausentes los géneros y las modalidades propias del periodismo. Entrevistas, reseñas, reportajes, ocupan considerable espacio en cada una de sus ediciones. En la actualidad, estas revistas, como **Imagen** y **Criticarte**, se nutren de las modalidades interpretativas de carácter periodístico. En las décadas anteriores, en el país existían publicaciones independientes que sobrevivían por el entusiasmo de sus promotores, generalmente organizados en equipos con algún tipo de identidad cultural o política. En los últimos años, debido a los cambios que se han operado en la vida artística y política nacional son cada vez más escasos los intentos por editar ese tipo de revistas.

Los últimos esfuerzos independientes en ese sentido han sucumbido a los pocos números, debido a los crecientes costos de producción y a la imposibilidad de obtener financiamiento por las vías tradicionales, pues ni la publicidad llega a sus páginas, ni se logran subsidios de entidades oficiales o privadas.

El último intento por dar vida a una revista cultural autónoma fue el de la revista **Papeles para el Diálogo** que desapareció al publicar su cuarta edición. Los costos elevados y la negativa de las agencias publicitarias en anunciar en una publicación como ésta hicieron imposible su supervivencia.



Menos azarosa es la historia de los suplementos llamados a veces literarios, a veces culturales, que acompañan a las ediciones dominicales de los grandes diarios. Tal vez por la proximidad física con los contenidos informativos del periódico, la actualidad cultural está presente con mayor frecuencia que en las revistas. Se utilizan las técnicas informativas en muchas de las secciones, aunque los objetivos centrales son ocupados por los análisis a través de los ensayos, y por la reproducción de trabajos netamente literarios. Hay notables diferencias en las formas como abordan lo cultural. Por ejemplo, el **Papel Literario** del diario El Nacional pone énfasis en las bellas artes y la literatura, coincidiendo en la percepción de lo que es la cultura con la sección diaria del mismo periódico. El **Suplemento Cultural** de Últimas Noticias, por el contrario,

amplia ese concepto a todas las formas de la vida cultural e incluye, además de los dos tópicos anteriores, los análisis de los fenómenos sociales, políticos y económicos y realiza una importante labor de difusión de la filosofía.

Los suplementos culturales de los demás diarios del país prefieren el modelo desarrollado por el **Papel Literario** y, por lo general, lo cultural se reduce a la literatura, a los ensayos y la crítica sobre las bellas artes, el teatro y el cine.

Esta sucinta revisión de lo que existe actualmente en el país en materia de periodismo cultural induce a pensar que tenemos una notable carencia de publicaciones periódicas y de los espacios en los medios radioeléctricos que satisfagan las necesidades informativas e interpretativas de los receptores de los últimos años del siglo veinte.

Se registra una abundante promoción de los hechos de la cultura académica, sobre todo en las ediciones diarias que pocas veces trasciende lo fáctico. En cambio, existe total ausencia de las culturas populares en todos los medios masivos, salvo algunas excepciones cuando estas manifestaciones son tratadas con un espíritu proclive a lo exótico o a lo simplemente masivo. Ni siquiera en las ediciones de los suplementos o de las revistas se puede hallar un tratamiento diferente.

Los procesos y los hechos de la cultura masiva no han merecido hasta ahora, por parte de los periodistas y de los intelectuales, la consideración que se merecen, acorde a su importancia social, debido a los cambios culturales que provocan. Existe una abundante literatura teórica sobre esta área, pero la actualidad, los hechos concretos, son abordados por el periodismo de farándula y de espectáculos o bien con espíritu promocional o con críticas demoledoras sin la profundización necesaria.

Lo académico, sin bien tratado con preeminencia casi absoluta, sobre todo en el diarismo, es enfocado como algo efímero que no trasciende más allá del hecho mismo. Nuestro periodismo cultural ha renuncia-

do a ser la guía de los procesos culturales. No se producen trabajos de análisis de las políticas culturales, de las nuevas tendencias en la literatura o las bellas artes, no se interroga por el significado que a mediano y largo plazo tendrán las decisiones que ahora se toman, ni sobre su relación con las verdaderas necesidades del país.

Cuando se realizan consideraciones sobre los medios de comunicación social siempre nos orientamos a tomar como único referente al receptor anónimo que es su principal destinatario. Pero en el caso del periodismo cultural hay otro referente profundamente interesado en esta labor y es el creador cultural como individuo o como institución. No nos referimos al interés promocional sino a ese otro papel que deben cumplir los medios masivos en cuanto orientadores de los mismos productores de la cultura.

Tal labor resulta bastante desarticulada de la realidad. Si bien existen críticos y críticas en algunas manifestaciones artísticas y en la literatura, el periodismo de opinión en el área de la cultura no ha sido desarrollado ni valorado en toda su potencia. Los críticos asumen su misión con mayor o menor acierto, muchas veces se improvisa, otras se procede con un sorprendente espíritu sectario, en muchos casos surgen y desaparecen firmas y figuras sin explicaciones. En pocas ocasiones esta tarea es asumida por los periodistas, como si el ejercicio de emitir juicios de valor en el sector cultural no fuera de su incumbencia.

En esta lamentable situación influyen muchos factores, algunos ya señalados, desde la concepción "objetivista" de la labor periodística hasta las carencias formativas de los reporteros que generan en ellos cierta inseguridad a la hora de opinar, interpretar y valorar los acontecimientos culturales.

Son situaciones que pueden ser superadas a través de una actitud profesional más completa y más consciente. Solamente si el periodista asume como propias todas las fases del proceso comunicacional se puede hablar de un verdadero periodismo cultural.