

## I. Introducción

El espacio destinado a los referentes culturales ha aumentado en los últimos años en *la prensa de calidad* en España – dirigida a las elites del poder político, económico y cultural: ABC, *El País* y *La Vanguardia* [1] – tanto en el número de páginas otorgado a las secciones diarias como en la diversidad de los suplementos especiales. A pesar de ello, esos referentes aún se muestran en desventaja respecto al tratamiento periodístico que reciben los asuntos de política o de economía.

El carácter de la noticiabilidad es elástico; los valores-noticia van modificándose con el tiempo, adaptándose a la especialización temática que en un determinado momento histórico practican los medios de comunicación. Argumentos que hace algunos años simplemente no existían como referentes informativos, hoy normalmente constituyen noticia, mostrando la gradual extensión del número y del tipo de referentes considerados noticiables. "Algunos de ellos se han impuesto hasta el punto de determinar una cobertura informativa específica, bajo la forma de colaboraciones, opiniones especializadas, insertos especiales, etc. Un ejemplo es el de las páginas de cultura y de espectáculos, cuya presencia cualificada ha implicado evidentemente una adaptación y una extensión de los criterios de noticiabilidad hacia un área que precedentemente no constituía noticia, o al menos no en la medida en que lo constituye hoy" [2] .

Los responsables de las secciones de Cultura que son los que viven día a día las rutinas informativas y los mecanismos de noticiabilidad, ponen de manifiesto que el camino de adaptación en el tratamiento periodístico de los temas de cultura aún se está haciendo. De ahí, las dificultades que todavía se dan en su tratamiento como valor-noticia y, más todavía, en su conversión en acontecimiento cultural que es cuando el periódico se ve arrastrado por el hecho noticioso al igual que otros medios y, en consecuencia, se ve recorrido por textos que tienen como finalidad construirlo. La especialización temática constituye un índice significativo de la forma en que los valores-noticia se traducen en prácticas organizativas.

Al referirnos a la función del *gatekeeper* en relación a los contenidos de las secciones de Cultura de la prensa, habrá que tener en cuenta dos aspectos: que dicha tarea sobrepasa su consideración clásica de actividad individual ya que es ejercida por varias personas, y que la propia empresa, como organización, impone unos modos de hacer que afectarán a las rutinas profesionales.

El término *gatekeeper* corresponde a la noción creada por Kurt Lewin en 1947, aplicada por D. M. White, autor que centra su estudio en los individuos considerados aisladamente que actúan en las empresas periodísticas seleccionando las informaciones que llegan a ellas acerca de los acontecimientos ocurridos, al considerarlas como más relevantes o de mayor interés para una determinada audiencia. Según este planteamiento, el trabajo del *gatekeeper* consiste en una acción individual y subjetiva fundamentada en la propia experiencia profesional y en el aprendizaje cotidiano. Esta labor se muestra constituida por rutinas profesionales o implica un trabajo inmerso en una cierta estandarización de la selección de los acontecimientos noticiables y del tratamiento de la información [3] .

Más allá de la consideración de la tarea del *gatekeeper* como la que cumplen individuos aislados, pueden establecerse diversas escalas en esta función: la ejercida por una determinada organización o institución emisora, la desarrollada por un conjunto interorganizativo o institucional con límites variables y la función de *gatekeeper* que ejerce el sistema comunicativo en general como resultado de la actividad informativa conjunta de los medios de comunicación de masas [4] . Se acentúa así la idea de que "las decisiones del *gatekeeper* no son realizadas sobre la base de una valoración individual de noticiabilidad, sino más bien se relaciona un conjunto de valores que incluyen criterios profesionales y organizativos, como la eficiencia, la producción de noticias, la velocidad" [5] .

Los *gatekeepers* adquieren una especial relevancia en relación a la capacidad de iniciar y de establecer la agenda temática al realizar la selección de los temas y al establecer el grado de relevancia de los mismos. Determinan, también, cuál es el período de permanencia de un tema en los medios y destacan cuáles son los conflictos de mayor presencia pública. Es decir, la agenda de los medios de comunicación dependerá de la acción de los *gatekeepers* que son los actores profesionales que individual u organizativamente determinan los items de actualidad valorados como relevantes en cada momento [6] .

Gaye Tuchman ha desarrollado el concepto de *gatekeeper* como origen de la producción de la noticia, La información como

constructora de la realidad social tiene su punto de partida en una amplia red informativa que alcanza dimensiones planetarias pero que se ejemplifica en las estructuras internas de las organizaciones emisoras. En ellas, los profesionales de la información se encuentran sometidos a un amplio sistema jerárquico que les otorga una determinada función en la recogida de la información y en la determinación de lo que será considerado como noticia, y del tipo de tratamiento de la información que dará lugar a la narración de los hechos (en cuanto mediación simbólica) [7] .

Desde este punto de vista, vamos a referirnos a la producción de la noticia de cultura en la *prensa de calidad* de este país en relación a algunos de los valores que conciernen a criterios tanto profesionales como de organización. El tratamiento periodístico que los *diarios de calidad* en España otorgan actualmente a los referentes culturales es el resultado de una de las más importantes modificaciones en sus planteamientos que los periódicos han vivido en estos años democráticos. Con anterioridad a esta etapa histórica, los textos de cultura aparecían en la prensa fundamentalmente bajo la forma de artículos firmados por personalidades de la vida cultural o por personajes procedentes de otros ámbitos que opinaban sobre cultura, pero no existía un planteamiento como sección plenamente estructurado.

## 2. Desarrollo

Ha sido en los últimos años cuando los referentes culturales han pasado de no tener un marco sintagmático fijo donde encuadrarse, a contar con secciones propias de periodicidad fija. La *prensa de calidad* en España ha ido dándole con el paso del tiempo mayor importancia a los temas de cultura a través de un número más alto de páginas que ha engrosado esas secciones.

La relevancia que actualmente otorgan estos periódicos a los temas de cultura procede, también, de la separación que han establecido entre la sección de Cultura y la de Sociedad. Asimismo, *la prensa de calidad* ha creado y ha ido diversificando los suplementos que versan de manera especializada sobre las diversas Artes, hecho que ha introducido una diferenciación en el tratamiento periodístico de los contenidos incluidos en las secciones diarias y en los citados cuadernillos.

En las secciones de Cultura prevalece la información puntual donde prima la actualidad en torno a actividades culturales: inauguraciones con participación institucional, cada vez más frecuentes, en las que el hecho cultural se convierte en político; conferencias sobre múltiples aspectos de la cultura; personajes-noticia, etc. El planteamiento general de las secciones de Espectáculos que, en ocasiones, comparten temas con las de Cultura, es el de la evaluación crítica de ciertas actividades culturales mostradas al público, tanto dentro del ámbito de la cultura de masas – medios audiovisuales, toros, etc.– como en el de las obras de creación de la cultura humanista: crítica de música clásica, de teatro, de danza, etc.

Tomando como ejemplo el mes de noviembre de 1988, el número de páginas de Cultura y de Espectáculos, en *ABC*, estaba casi igualado: sobrepasaban las tres páginas de media diaria cada una de las dos secciones. Esa media en la sección de Cultura de *El País* fue de casi cuatro páginas, mientras que en la de Espectáculos, de dos y media. En el caso de *La Vanguardia*, la media de páginas diarias de la sección de Cultura fue de dos, el más bajo respecto a *ABC* y *El País*, mientras que la media de las dedicadas a Espectáculos fue el doble, cuatro.

Respecto al total de páginas de cada diario, *El País* es el periódico que más alto porcentaje de páginas destina a las secciones de Cultura y Espectáculos, un **9,1%**; *La Vanguardia*, un **8,9%** y *ABC*, un **5,1%**, dentro del período señalado. Aun así no hay que olvidar que los temas que se refieren a cultura han traspasado las secciones de Cultura para ocupar un espacio en los suplementos especializados en las diversas Artes pero también en secciones centradas en materias bien distintas de estos contenidos culturales como los suplementos dominicales, las páginas de Opinión, etc., y cada vez más frecuentemente en primera página.

Los medios informativos son el lugar donde la sociedad postindustrial produce nuestra realidad. La prioridad descollante de determinados valores, conforme a criterios de selección temática (tematización), puede explicar las áreas de mayor cobertura informativa que, en el caso de las secciones de Cultura, están atendidas por menor número de redactores que otras consideradas de mayor relevancia.

Las secciones de Cultura de *ABC* y de *La Vanguardia* cuentan con la mitad de redactores que otras secciones como Política, Economía o Internacional. El número de periodistas de la sección de Cultura de *El País* es parecido al de otras secciones del diario pero hay más redactores en Economía e Internacional por ser consideradas éstas las secciones de más influencia del periódico. Esta situación organizativa refleja que la sección de Cultura aún se considera, incluso en la *prensa de calidad* en

España, como de segunda categoría al otorgarle menos medios humanos para la organización de la actividad informativa de los referentes culturales [8] .

Las secciones diarias de Cultura de la *prensa de calidad* están trabajadas por periodistas, mientras que los especialistas copan las páginas de los suplementos especializados en las diversas Artes. No consideramos válido el argumento de que los especialistas refuerzan con sus textos los contenidos de las secciones de Cultura y que, por ello, éstas necesitan menos periodistas, porque donde los especialistas publican prioritariamente es en las páginas de Espectáculos – lugar preferente de la crítica – y en los suplementos de Cultura. Por otra parte, las secciones de Economía y de Política también cuentan con firmas de especialistas que diariamente publican artículos de opinión en sus páginas y no por ello los diarios creen necesario reducir el número de periodistas en esas secciones.

Se ha creído necesario incluir las declaraciones de los responsables de las secciones de Cultura de los diarios *ABC*, *El País* y *La Vanguardia*, a los cuales entrevisté entre 1990 y 1991, por ser quienes organizaban el trabajo periodístico de las citadas secciones [9] . En su actuación como *gatekeepers* han manejado criterios profesionales y organizativos en la aplicación de los mecanismos de noticiabilidad, y han tomado parte, al igual que otros *gatekeepers* del diario, en la construcción del acontecimiento cultural.

A la hora de convertir un suceso en noticia de Cultura, las razones de la noticiabilidad se adecúan a cada situación. En este nivel, los responsables de las secciones de Cultura son los *gatekeepers* que toman las decisiones y los que dejan entrar en juego la experiencia profesional y el aprendizaje cotidiano, cierta estandarización en la selección de los acontecimientos noticiables, la rutinas del tratamiento de la información, la motivación provocada por las agencias informativas y las fuentes informativas espontáneas, así como la creencia de que otros periódicos van a publicar una determinada información [10] .

Para el redactor-jefe de Cultura de *ABC*, "todos esos factores mencionados entran en juego, pero el que decide al final es el responsable de la sección y yo creo en el lector. Algunos temas pueden ser minoritarios pero creo que son importantes y por eso los doy. También afecta que se trate de una exclusiva. Elementos que convierten un suceso en noticia son: los lectores, la importancia del tema, la exclusividad y lo atractivo del asunto".

El que fuera redactor jefe de Cultura de *El País*, afirma que, normalmente, es el interés general el que provoca la noticia. Asimismo, pone el énfasis en la aptitud de los profesionales: "Uno de los motores principales de la sección 'La Cultura' es la inteligencia y el otro, la ignorancia, y muchas veces esta última, junto con la pereza, hace dejar las informaciones, 'de mañana para pasado'. Esto es demasiado frecuente en los periódicos".

En opinión del coordinador de Cultura de *La Vanguardia*, "depende de la persona; no hay una jerarquía de valores clara, Es verdad que se da cierta estandarización. El trabajo que hacemos es una mezcla de dos líneas: una es lo que le interesa al público ya – son caminos trillados –, y otra, lo que le puede interesar más a largo plazo, le das las nuevas tendencias, le marcas caminos. También se sigue lo que dan otros diarios. Es fácil caer en la rutina, en los asuntos que te proponen desde múltiples sitios, pero luchamos contra ello".

Algunos sucesos se convierten en acontecimiento imprevisto que desborda la mera noticia de un día prolongándose en el tiempo. La *prensa de calidad*, como siempre y con más empeño en este caso, los ordenará creando su propio acontecimiento periodístico. "El acontecimiento iguala: todos los medios se hacen masivos. Prensa, radio y televisión dejan traslucir esa semejanza de la diferencia. Una noticia puede ser recogida por unos y silenciada por otros. No hay acontecimiento *ciego*", afirma Amparo Tuñón precisando la noción de acontecimiento cultural en el caso de *El País*: "El diario *El País* construye el acontecimiento cultural – tema de portada relevante – a través de dos referentes noticiables: los premios mayores (consagrados por instituciones y/o reconocimiento académicos) y la muerte" [11] .

Las subastas de arte es el nuevo acontecimiento que ha igualado los medios de comunicación al tenerse que hacer todos eco de él. Tanto las primeras páginas de *ABC*, como las de *El País* y las de *La Vanguardia* han incluido las subastas de arte en diversas ocasiones en los últimos años. De la misma manera, la radio y la televisión han informado de los grandes récords alcanzados por la pintura en tanto ha durado el auge de esta modalidad del comercio del arte [12] .

Mientras los referentes culturales no tienen su lugar todos los días en primera página, los que provienen de otras secciones como las de Política, Internacional, Economía, etc., cuentan con varios espacios asegurados diariamente como algo que les

correspondiera por derecho propio. En cambio, la cultura, en cuanto supeditada a los criterios de actualidad, tiene que ser defendida con insistencia por los responsables de las secciones de Cultura para que sea incluida en portada ya que no es considerada acontecimiento informativo salvo en los casos señalados.

La tarea de construir el acontecimiento cultural supera el cometido del profesional que ejerce de responsable de sección; "... las nociones de noticiabilidad reciben sus definiciones en cada momento; como, por ejemplo, cuando los responsables del periódico negocian qué ítems han de ir en la página uno" [13]. La escasa valoración que los máximos responsables de los diarios muestran hacia los temas de cultura, es uno de los síntomas de la adaptación de estos referentes al quehacer periodístico diario que todavía se está viviendo.

A la hora de construir el acontecimiento cultural, la función de *gatekeeper* ejercida por los máximos responsables de los diarios que priman los referentes de política y economía, choca con la postura de los responsables de Cultura que, aunque reconocen que aquellos le dan a la política preferencia sobre la cultura, esto les condiciona la defensa de los temas de su sección. "El hecho general es que, en el conjunto de un periódico, el apartado de cultura está determinado por la línea del periódico y por el director. A la hora de llevar un tema a primera página entiendo que no tiene el mismo gancho informativo un tema de cultura que otro de política o de economía, pero si el tema es bueno, se vende solo; no tengo que pelearlo, a diferencia de lo que ocurre en otros diarios. De todas las maneras, los periódicos están cambiando y ABC no escatima los temas de cultura", afirma el redactor-jefe de Cultura de este diario.

El ex-redactor-jefe de Cultura de *El País* comenta la primacía dada a los referentes de política y de economía: "He ofrecido siempre temas de Cultura en la reunión donde se decide la primera página – se celebra a las 6 de la tarde entre los jefes de sección, el subdirector y el director adjunto – pero, ante tanto desastre internacional, etc., la información cultural carece de fuerza. También es por falta de tradición. Se debería dar obligatoriamente todos los días información de Cultura en primera página".

En este sentido, el coordinador de Cultura de *La Vanguardia* afirma: "La sección 'Cultura' ofrece temas para primera todos los días y se rechazan con más frecuencia que se aceptan. Los jefes no se fían del responsable de Cultura", comenta queriendo reflejar que, aunque éste ofrezca temas de cultura para la primera página, los que deciden su importancia – "es el director con los directores adjuntos quienes redactan la primera página" – ni dominan plenamente el área ni tampoco ponen toda su confianza en los responsables directos que están en contacto diario con la cultura. "En situaciones irresolubles, la mayoría de las veces se lleva el gato al agua 'Internacional'. Dosificas los esfuerzos y no defiendes causas perdidas pero, en el **20%** de los casos, sí que valoras esa información y la defiendes hasta el final".

### 3. Conclusión

Si de una parte la prensa ha estructurado un espacio fijo destinado a los referentes culturales, a la hora de convertirlos en acontecimiento informativo persiste hacia ellos un tratamiento en inferioridad de condiciones con respecto a los referentes de política y de economía. Un hecho que se desprende de la actuación de los distintos niveles de *gatekeepers*, tanto de los redactores como de los responsables de las secciones de Cultura y del equipo directivo del periódico. Este último juzga los contenidos de cultura con los mismos baremos que los contenidos de otras secciones.

La responsabilidad de este planteamiento de la prensa no descansa, exclusivamente, en manos de la dirección de los diarios sino también en los redactores. La profundidad en el conocimiento de los temas de cultura reside en los suplementos especializados en las distintas áreas de la cultura; un *gueto* para especialistas [14]. Por su parte, los profesionales de las secciones de Cultura si no cuentan con una preparación profunda en las materias que tratan, que no siempre la tienen, carecerán de la fuerza suficiente para poder respaldar, con más criterio, la importancia de los temas de cultura ante los máximos responsables de la publicación.

"Los periodistas valoran la novedad a partir de si esa noticia les resulta nueva a ellos mismos, asumiendo que si así es también resultará para el público" [15], afirma Herbert J. Gans. Este planteamiento se da frecuentemente en las secciones de Cultura a la hora de seleccionar qué es noticia, debido a las características propias de esta materia, más especial en sí misma que otras, lo que produce mayor dificultad de dominio. El redactor puede dejar de seleccionar algún referente cultural que sí tenga trascendencia porque él desconoce su naturaleza y su importancia en el conjunto de la cultura.

En este sentido, afirma el que fuera redactor jefe de Cultura del diario *El País*: "Hacemos la información cultural con la

misma técnica de la información general: los relatos son iguales; no hay escritura cultural; hay mucha ligereza; el periodista va sin tiempo, sin profundizar. Faltan expertos y textos de calidad. En el periodismo español no hay una verdadera cultura. Los periodistas no tienen una cultura superior: lo que no conocemos, lo despreciamos. La tendencia es que sólo se publica lo que suena; tenemos una cultura de deshecho".

'Tiene que pasar algo' para que ese tema que proviene de la sección de Cultura sea visto por los máximos responsables de los periódicos con la suficiente importancia informativa como para que sea digno de ser incluido en ese escaparate del diario que es la primera página. Es decir, se están aplicando los mismos criterios informativos a todos los textos que provengan de cualquier sección, bien sea desde Cultura como desde Economía, etc. Con estos baremos de noticiabilidad, los temas de Cultura estarán en desventaja respecto al resto de los contenidos de un diario para convertirse en asunto de portada, a no ser que ocurra algo 'extraordinario': los premios importantes, la muerte de personajes de la cultura y los récords alcanzados en las subasta de arte lo son, por ello se han convertido en acontecimiento cultural" [16] .

En su acepción más sencilla, la noticia es la transmisión de un hecho novedoso a un público a través de un medio de comunicación masivo. La noticia como realidad construida "... no es espejo de la sociedad. Ayuda a constituirla como fenómeno social compartido, puesto que en el proceso de describir un suceso la noticia define y da forma a ese suceso..." [17] . Pero lo nuevo, lo que no se conocía [18] , es un criterio que no casa bien con el significado de cultura considerada como creación intelectual.

Es la no aceptación de que la cultura, considerada así, es ajena, generalmente, a lo impactante, a lo nuevo, que su esencia está ligada, precisamente, a la permanencia. "Si un *dur désir de durer* fue el resorte principal de la cultura clásica, es bien posible que nuestra poscultura se distinga por la disposición a no perdurar con tal de no reducir los azares del pensamiento" [19] , en palabras de George Steiner.

---

[1] Estos diarios son denominados de *élite* por los teóricos John C. Merrill y Harold A. Fisher.

Gerard Imbert y José Vidal Beneyto utilizan el término *prensa de referencia dominante* para referirse a los diarios de más calidad.

[2] Mauro Wolf, *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*, Paidós, Barcelona 1987, p. 225.

[3] Cfr. D. M. White, "The Gatekeeper: A Case Study in the Selection of News" en: *Journalism Quarterly*, 27, 1950.

[4] Cfr. Roberco Grandi, "La ricerca mediologica di matrice anglosassone sulla professionalità giornalistica" en *Problemi dell'informazione*, X/3, julio-septiembre, 1985.

[5] G. Robinson, *News Agencies and World News*, University Press, Friburgo 1981, p. 97.

[6] Cfr. Enric Saperas, *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*, Ariel, Barcelona 1987, pp. 63 y SS.

[7] Cfr. Gaye Tuchman, *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, Gustavo Gili, Barcelona 1983.

[8] Cfr. Emy Armañanzas, *La Subasta de Arte como acontecimiento agonístico en la prensa de calidad*

(1987-1990), Tesis Doctoral, inédita, Universidad del País Vasco 1992.

[9] Cfr. Emy Armañanzas, *op. cit.* Han sido entrevistados los redactores jefes de Cultura de *ABC*, J. A. Álvarez-Gundín; el de *El País*, Juan Cruz, y el de *La Vanguardia*, Llátzer Moix. Si se mencionan nombres de periodistas cuyo discurso se cita, no quiere decir que nuestro análisis se haga cargo de sus personalidades ni de sus cualidades profesionales sino sólo de los modos de funcionamiento del sistema.

[10] La competencia se produce como atadura común entre medios de comunicación porque frena las posibles innovaciones en la selección de noticias; contribuye, también, a establecer parámetros profesionales, modelos de referencia. En Estados Unidos, *The New York Times* y *The Washington Post*, ambos considerados *diarios de calidad*, desempeñan esta función. "El *Times* es tratado como prototipo de los estándares profesionales (...) Cuando los redactores y los jefes de redacción están dudando si seleccionar una noticia, verán cuándo y cómo el *Times* ha cubierto la historia", en Herbert J. Gans, *Deciding What's News. A Study of CBS Evening News. NBC Nightly News and Time*, Pantheon Books, New York 1979, p. 181.

[11] Amparo Tuñón, "El espacio cultural del periódico. Perfiles del discurso cultural periodístico

(Análisis de un acontecimiento en *El País*)" en: Gérard Imbert y José Vidal Beneyto (coords), *El País o la referencia dominante*, Editorial Mitre, Madrid 1986, pp. 18 y 19.

[12] Cfr. Emy Armañanzas, *op. cit.*

[13] Gaye Tuchman, *op. cit.*, p. 197.

[14] *Vid.*: Gaye Tuchman, *op. cit.*, p. 80, y Mauro Wolf, *op. cit.*, p. 227.

[15] Herbert J. Gans, *op. cit.*, p. 167.

[16] Emy Armañanzas, *op. cit.*

[17] Gaye Tuchman, *op. cit.*, pp. 197-198

[18] Cfr. Gaye Tuchman, *op. cit.*, pp. 13 y ss. Y pp. 222 y ss. y Mauro Wolf, *op. cit.*, p. 236.

[19] George Steiner, *En el castillo de Barbazul*, Editorial Labor, Barcelona 1977, p. 121.