

## EL ACONTECIMIENTO CULTURAL Y LA CONSTRUCCIÓN DE MITOS

*Amparo Tuñón*

### *La cultura hegemónica de los medios de comunicación*

Los medios de comunicación, en las sociedades avanzadas, se han convertido en los nuevos mentores y mitólogos de la cultura actual. Su importancia en la conformación de creencias y valores acerca del mundo que nos rodea es similar a la de la religión y a la del arte, en épocas pasadas, en cuanto formas de expresión de significados simbólicos. Además, los medios inciden en los modos de vida y en la manera de percibir la realidad fenoménica de la existencia. Tanto es así que algunos de los rasgos en los que la posmodernidad —entendida como una corriente de pensamiento sobre el tiempo actual— se reconoce, tienen su origen y su espejo en cualidades específicas de los medios de comunicación: necesidad permanente de actualidad; fragmentación y mezcla de saberes; búsqueda de estereotipos culturales; entrecruce de las categorías de espacio y tiempo...

No se equivoca Friedrich Nietzsche cuando ve en el nacimiento del periódico uno de los principios «desorganizadores» de su época, en la aurora de la primera revolución industrial y de la cultura moderna. La cultura, en lo esencial, ya no es hoy, como antaño, conciencia del pasado, sino palpito del tiempo actual, el tiempo propio de la información periodística.

La importancia de los medios de comunicación en conformar la cultura actual se acrecienta en las llamadas sociedades posindustriales, tras el auge de la segunda revolución de las comunicaciones. El nuevo espacio comunicativo surgido a consecuencia de la «impronta imparable» de las tecnologías de la información marca la línea divisoria entre viejos y nuevos medios<sup>1</sup> según el soporte tecnológico

<sup>1</sup> La distinción entre viejos y nuevos medios de comunicación es necesaria, como señala McQuail (1986), para dar un paso adelante en la investigación sobre comunicaciones de masas. Sólo dejando caer una primera mirada distintiva vemos que las posibilidades interactivas de los nuevos

del que se sirvan, para difundir información, opinión, entretenimiento o, si se quiere, consumo de ocio.

Variedad de ofertas comunicativas transmitidas a través de diversos formatos periodísticos, mediante los cuales los medios conforman símbolos, imágenes, valores, pautas de comportamiento y estilos de vida significativos. En última instancia, modelan una cultura propia ya que aportan una visión del mundo y una forma específica de conocimiento sobre la realidad actual. Realidad que, por otra parte, ellos mismos ayudan a configurar.

Los medios de comunicación, además de ser instrumentos culturales hegemónicos en las sociedades modernas, constituyen en sí mismos, un sistema cultural de vital importancia para comprender la cultura de nuestro tiempo<sup>2</sup>. En este sistema cultural, cuyo contexto remite al marco del nuevo espacio comunicativo, cada medio cumple una tarea determinada de acuerdo con la impronta tecnológica del mismo, los contenidos culturales que transmite, el público al que se dirige y la funcionalidad comunicativa que tiene dentro de la sociedad.

De acuerdo con estos presupuestos, la prensa de calidad resulta ser el formato cultural idóneo para valorar la información periodística, simbolizarla como real y verdadera y dar así un sentido trascendente a la realidad actual. La credibilidad de la que goza este medio impreso presta fuerza persuasiva a las señas de identidad de su discurso periodístico, en la teoría y en la práctica profesional. Mucho más cuando realidad y veracidad se han trastocado, en la era de la sofisticación tecnológica de la información, en recursos retóricos que, muchas veces, comunican medias verdades, verdades del sentido común, o verdades escandalosas sobre realidades falseadas.

### *La influencia «a priori» de un medio clásico*

La prensa de calidad denominada prensa de elite (Merrill y Fisher) o de referencia dominante (Vidal Beneyto) cumple la función clásica de la cultura: dar

---

medios —electrónicos, videóticos, telemáticos, compactos— dejan traslucir la pasividad comunicativa de los viejos medios —prensa, radio, cine, televisión hertziana, música registrada.

<sup>2</sup> Entiendo, siguiendo los presupuestos de Daniel Bell, que la cultura en las sociedades avanzadas tiene la suficiente importancia para ser considerada una esfera autónoma de análisis sobre el conocimiento de las sociedades modernas. La cultura genera sus propios principios axiales, diferentes y a veces contradictorios de los que rigen en la estructura tecnocómica y en el orden político. Uno de ellos es el del reforzamiento y realización del yo personal: «La cultura, para una sociedad, un grupo o una persona, es un proceso continuo de sustentación de una identidad mediante la coherencia lograda por un consistente punto de vista estético, una concepción moral del yo y un estilo de vida que exhibe esas concepciones en los objetos que adornan nuestro hogar y a nosotros mismos, y en el gusto que expresa esos puntos de vista. La cultura es, por ende, el ámbito de la sensibilidad, la emoción y la índole moral y el de la inteligencia, que trata de poner orden en esos sentimientos» (Bell, 1977: 47). Aunque es un terreno casi virgen de investigación, no hay ninguna duda sobre la importancia de los medios de comunicación en la creación de nuevos valores simbólicos relacionados con la expresión individual y colectiva.

pautas de educación a las minorías lectoras y todavía rectoras de la sociedad actual ya que es el modelo serio, por excelencia, del periodismo de calidad, legitimador del discurso público.

Por sus características tecnológicas, la prensa de elite representa, en términos metafóricos, el medio *frase* de los diarios impresos convertidos, en su mayoría, en periódicos más para ver que para leer. La prensa de calidad se coloca del lado de la civilización del esfuerzo, sinónimo, en su uso comunicativo, de valorar la letra impresa. El predominio, aún en sus páginas del texto sobre la imagen, de la razón sobre la sensación, de la búsqueda de sentido sobre la espectacularidad de lo noticiable son sus señas de respeto a la cultura escrita, asociada vicarialmente a cultura culta. Por otra parte, y a pesar de McLuhan, su trato es cálido: se deja coger, tocar, reposar, repasar y hasta cambia de color con el transcurso del tiempo. Cualidades sensitivas que la diferencian de la intangibilidad ligera propia de otros medios de comunicación dotados de utillajes punta.

El tipo de cultura transmitido, en las páginas culturales, por estos diarios, remite a una concepción de cultura clásica: Artes, Letras, Cine, Música. Separan también, dadas sus raíces ilustradas, las temáticas de Cultura de las de Ciencia y Tecnología y van incorporando contenidos culturales de nuevo cuño: Diseño, Fotografía, Estilo.

La prensa de elite o referencia representa el periodismo con más solera. Los primeros estudios científicos sobre la prensa de calidad —*Zeitungswissenschaft*— la consideran una institución social vital para comunicar ideas, símbolos y valores, a través de la creación de opinión pública (Schäffle, Knies, Bücher, Max Weber, Tönnies). Asentada, en sus orígenes, en la prensa política, ha pasado a la historia como vehículo de expresión de la cultura democrática. Su andadura por conquistar espacios de libertad y su apoyo en la consolidación de la nueva sociedad burguesa, le otorgan un poder, prestigio e independencia que es la base de un modelo periodístico de influencia cuya vigencia llega hasta nuestros días.

Los factores y circunstancias políticos, sociales y culturales que intervinieron en su nacimiento, acrecientan la importancia del modelo, además de marcar las diferencias con respecto a otros medios masivos:

El triunfo del liberalismo y el final, salvo en los rincones más tenebrosos de Europa, de la censura directa y las limitaciones fiscales, el asentamiento de una clase capitalista relativamente progresista de nueva planta (con la que se creó el *establishment* empresarial profesional) y numerosos cambios sociales y tecnológicos que favorecieron el funcionamiento de una prensa nacional y regional con gran nivel informativo. Los principales rasgos de la nueva prensa elitista creada en ese período fueron: independencia formal del estado y de los grupos de interés manifiestos, aceptación dentro de la estructura de la sociedad, como una institución prominente de la vida política y social, fuerte conciencia de responsabilidad social y moral, nacimiento de la profesión de periodista, consagrada a referir objetivamente los acontecimientos, adopción, al mismo tiempo, del papel de transmisor y creador de opinión, tendencia a la identificación con el interés nacional. (MCQUAIL, 1983:23).

Esta influyente prensa del siglo XIX hizo suyos los valores de la primera revolución industrial: Progreso, Modernidad, Libertad, cuya máxima virtud consiste en su constante actualidad; y los principios filosóficos de la Ilustración: Razón, Verdad, Objetividad. La defensa continuada de estas señas de identidad discursivas presta credibilidad al decir y al hacer periodísticos de los diarios de influencia. Tienen, asimismo, a su favor el haberse sabido adaptar a los nuevos tiempos, y son, en plena eclosión informativa, un marco de referencia para otros medios de comunicación más modernos y tecnificados.

### *La producción de actualidad cultural*

Todas estas características del discurso periodístico de referencia le confieren un prestigio cultural del que carecen otros medios de comunicación. De ahí, también, la importancia del área de información cultural —secciones, suplementos, artículos de opinión— de estos diarios, cuya influencia en las elites del saber los ha convertido en los nuevos intelectuales de nuestro tiempo: los debates, colaboraciones y polémicas de sus páginas marcan las líneas del pensamiento contemporáneo, además de ser un instrumento de vital importancia para la formación cultural de sus lectores.

La prensa de referencia selecciona, a través de sus propios códigos de actualidad periodística, una realidad cultural distinta (aunque, a veces, marque pautas) a la de otros medios de comunicación. De hecho, el área de información cultural es específica del modelo periodístico de referencia y no existe en los otros dos formatos hegemónicos, a escala internacional, de prensa diaria: el de la prensa de masas o sensacionalista y el de prensa a la que he dado en llamar tecnoinformativa *USA Today*. Para la primera, la cultura es un cotilleo entretenido y morboso sobre la vida privada; para la segunda, informaciones relacionadas con dos preocupaciones comunes del lector medio: la salud y el tiempo de ocio.

La producción de actualidad cultural, ciñéndonos ahora al diario *El País* —ejemplo paradigmático de la prensa de referencia de la España democrática— puede comprenderse mediante tres categorías noticiables: cultura/noticia, cultura/acontecimiento, cultura/conocimiento. Estos tres paradigmas de análisis sirven para relacionar las temáticas culturales con el interés periodístico, además de como ejercicio de interpretación sobre los diferentes niveles que el periódico tiene de profundizar en el área de información cultural. Es el Acontecimiento cultural la categoría noticiable que permite a los diarios de elite o referencia dar mayor relieve periodístico a los temas culturales tradicionalmente considerados de escaso interés noticiable, entre otras razones, por la falta de normalización profesional de esta área informativa.

Así, la noticia de la muerte imprevista de Paquirri<sup>3</sup>, un torero famoso a escala popular por su boda con una tonadillera de renombre, se convirtió en el acontecimiento cultural más importante de la historia de *El País*, en tiempo, espacio y trascendencia informativa.

### *La noticia cultural como rutina*

La palabra noticia viene del latín *notus*, que significa originariamente novedad. El término noticia tiene en el diccionario de María Moliner dos significaciones: una de carácter periodístico: noticia en primera plana, noticia bomba, y otra de uso común: tener noticia de cierta cosa, y en su reverso: no tener noticia, ignorar por completo. De acuerdo con esta última acepción consideraremos que la noticia aporta un grado de conocimiento sobre algo que se desconocía, tal como, por otra parte, la definió Turner Catledge, el editor más antiguo del diario *The New York Times*: «Noticia es lo nuevo que el lector puede encontrar sobre algo que desconocía hasta entonces».

La noticia, como la prensa, ha sufrido profundas modificaciones desde su nacimiento. La noticia, como el relato de un hecho excepcional que atrae la atención y el interés de un público muy amplio, tiene sus orígenes en la prensa de masas<sup>4</sup>. El material noticiable de primera página estaba ligado a lo sensacional —sexo, pecado, delito, catástrofe— y a lo insólito. Las primeras definiciones periodísticas de noticia recogen este carácter de ruptura prominente con la normalidad. John B. Bogar, editor del primer diario popular *New York Sun*, hizo célebre una frase que siguen recogiendo las casi totalidad de los manuales periodísticos: «Si un perro muere a un hombre no es noticia, la noticia está en que el hombre muerda al perro». Charles A. Dana, asimismo editor del diario *The Sun*, dejó escrito que noticia era todo aquello que ocurre con la suficiente importancia para atraer la atención de gran parte del público. Joseph Pulitzer, fundador del diario *The New York World*, puso el acento en el carácter original, dramático, curioso, romántico, singular, insólito, extraño, de un hecho noticiable. Walter Williams, padre de la primera escuela de periodismo fundada en la

<sup>3</sup> Realicé para mi tesis de doctorado un análisis exhaustivo, siguiendo el método semiótico textual, sobre la construcción del acontecimiento cultural de la muerte de Paquirri en el diario *El País*. Las conclusiones aportadas en este artículo tienen el valor de una esquemática síntesis sobre un trabajo de comprobación empírica.

<sup>4</sup> La noticia de primera página, la noticia bomba, es un invento de la prensa sensacionalista del siglo XIX, cuyo precursor, como hemos visto, fue el diario *The Sun*. «Hasta ese momento las noticias generalmente se limitaban a notas sobre hechos sociales o políticos de genuina importancia, o de ciertos sucesos que tuvieran significado para un público amplio. Sin embargo, Benjamin Day llenó su periódico *The Sun* con noticias de otro carácter, relatos de delito, historias de pecado, catástrofe o desastre, que la gente de la calle consideraba excitantes, entretenidas o divertidas» (DEFLUR y BALL ROKEACH, 1982:60).

Universidad de Missouri, en 1910, consideró que noticia, en su sentido amplio, era todo lo que era de interés para los lectores, el público.

Hoy la noticia viene marcada por la impronta de la relatividad. Cada medio de comunicación define sus propios criterios a la hora de seleccionar un hecho noticiable de acuerdo con sus características periodísticas —periodicidad, tecnología, funciones, modelo— y con el público al que va dirigido. Martínez Albertos (1972:37) define la noticia como «un hecho verdadero inédito o actual, de interés general, que se comunica a un público que puede considerarse masivo, una vez que ha sido recogido, interpretado y valorado por los sujetos promotores que controlan el medio utilizado para la difusión».

El carácter noticiable de un hecho guarda hoy una mayor relación con el medio por el que se difunde que con los valores noticiables en abstracto. Así, y centrándonos en la prensa diaria, vemos que mientras la materia prima de la prensa sensacionalista la constituyen las noticias *duras* por definición —sexo, sangre y escándalo (las tres eses del sensacionalismo)—, la prensa denominada seria concede cada vez mayor importancia a las noticias *blandas*, cuya temática está ligada a estilos y formas de vida, consumo, ocio, cultura y otros materiales de una actualidad laxa, que permiten al diario aumentar el número de páginas —y en consecuencia la publicidad— y a la vez aportar una mayor información sobre realidades de la vida cotidiana. Si tomamos como punto de referencia la prensa que hemos llamado técnico-informativa *USA Today*, nos encontramos con que la concepción noticiable del diario norteamericano se acerca a la fórmula de informar de manera útil y entretenida, único rasero aparente de noticiabilidad.

En relación con el sistema que le da valor normativo: ruptura de la normalidad, la noticia supone una desviación insignificante de la norma. Opera en un primer nivel de selección de la Actualidad periodística. La noticia sirve para ordenar una realidad que se repite cotidianamente. Se ha convertido en una rutina productiva, un hábito profesional. Aporta significado a la realidad noticiable por su repetición. Su sentido viene dado más por la reiteración que por la novedad sorpresiva del mensaje. Las posibilidades de elección novedosa que toda noticia comporta quedan reducidas a la selección programada por los medios. Esta selección depende de múltiples variantes: algunas veces son noticias aquellos hechos que el periodista encuentra interesantes, bien por condicionamientos socioculturales o porque las fuentes con las que trabaja deciden por él. La selección depende asimismo de otras contingencias: la estación del año (en verano se consideran noticias lo que en otras épocas del año con mayor abundancia noticiable serían irrelevantes) o la competencia con otros medios.

La noticia puede definirse como la información corriente de los sucesos del día puesta al alcance del público. Forma primera de conocimiento sobre la realidad social<sup>5</sup>, la noticia hoy hace posible el carácter institucional del conocimiento, ya

<sup>5</sup> El conocimiento que la noticia proporciona se define por ser no sistemático, intuitivo, fragmentario y enmarcado en el sentido común, compartido colectivamente por una comunidad. Para Park, las noticias en su conjunto, y mediante su acción constante, determinan el conocimiento que un

que son generalmente las fuentes institucionales las que constituyen la garantía verídica de la información.

Las noticias culturales que aparecen diariamente en las páginas de *El País* confirman las anteriores aseveraciones. Si con respecto a la actualidad, el sentido de la noticia viene marcado por su carácter rutinario, en relación con la cultura está condicionado por la redundancia temática: exposiciones, congresos, inauguraciones, coloquios, encuentros de intelectuales, presentaciones de libros, descubrimientos arqueológicos, premios menores, sucesos de importancia leve, eventos relacionados con la cultura institucionalizada constituyen el pan y la sal de las noticias culturales del día.

Podríamos decir, siguiendo a Mouillaud, que la noticia cultural es el reencuentro en un escenario —preconstruido— de una variante del programa. O parafraseando a Moles, las noticias culturales son las variaciones perceptibles de un entorno noticiable ya previsto. O de acuerdo con Bechelloni, los hechos noticia culturales son aquellos que han sido programados por el medio para ser noticias. En su repetición se pierde conocimiento: se trata de un saber que pre-existe a un saber que se supone tiene un lector avezado en la temática cultural.

Las noticias culturales se ordenan y jerarquizan en las páginas diarias que *El País* rubrica en la sección La Cultura, atestigüando así que hay una única cultura o bien que la cultura es lo que el diario entiende como tal. Reducción semántica de un término tan complejo que traduce una visión cultural del diario acorde con los códigos culturales del Iluminismo burgués. Discurso cotidiano que propone una lectura de la realidad informativa bajo las pautas de una cultura concebida fundamentalmente como Letras y Artes plásticas<sup>6</sup>.

### *El acontecimiento cultural: la noticia de la gloria y la muerte*

El término acontecimiento se usa habitualmente en la primera acepción que ofrece el diccionario de María Moliner: «Hecho, ocurrencia, suceso, cosa que acontece». Se acostumbra a ignorar, sin embargo, la calificación que a continuación lo acompaña: «Acontecimiento casual, feliz, desgraciado», y más aún el tercer sentido del término: «Suceso importante o de gran resonancia». Traducido este último significado a términos de actualidad periodística, tendremos que el

---

individuo tiene de su entorno y su posición respecto de este entorno. Park se expresa con estas palabras en *Morale and News*: «Todos nosotros vivimos en un mundo del cual nosotros somos el centro y las dimensiones de este mundo se definen por la dirección y la distancia con que las noticias nos alcanzan» (Saperas, 1987:21)

<sup>6</sup> La incorporación de Vicente Verdú a la dirección de los contenidos culturales del diario modificó la concepción temática de las páginas culturales del diario *El País*. Arquitectura, Moda, Diseño, últimas variantes en auge de la cultura actual, aparecen con mayor frecuencia en la sección La Cultura, sección que, por otra parte, está ahora más atenta a noticias culturales originadas fuera de España, rompiendo el habitual localismo madrileño de las páginas culturales. Se advierte, asimismo, una tendencia a conceder mayores espacios a la reflexión y a la polémica cultural, a través de artículos de opinión y entrevistas, en la páginas diarias.

acontecimiento es hoy lo que la noticia era ayer: una desviación significativa de la normalidad, programada por los medios, que constituye la noticia. Así, Stanley Walker, editor del diario *The New York Herald Tribune*, dejó dicho: «La noticia es más imprevisible que el viento». El acontecimiento cultural es hoy, a nuestro entender, lo que los estudiosos de los valores noticiables consideran como noticia-ideal, aquella que reúne las máximas variantes de umbral noticiable: «Proximidad, Impacto, Novedad, Consecuencias, Interés humano» (Agee, Ault, Emery, 1983:23). Abundando en lo dicho, un clásico estudioso de los géneros periodísticos, Carl G. Warren, considera que la noticia capaz de interesar a un mayor número de personas es aquella que reúne las siguientes cualidades relativas: «Actualidad, Proximidad, Prominencia, Curiosidad, Conflicto, Suspense, Emoción, Consecuencias» (WARREN, 1975:23).

La noticia ayer era voceada, el acontecimiento hoy es el tema del que se habla: un eco de resonancias fortuitas y desdichadas. Lo inesperado, el azar —lugar de la fatalidad para los medios— irrumpe en la monotonía cotidiana noticiable. Despierta curiosidad, interés y un afán de saber que la información no logra acallar, mostrando así la carencia constitutiva de la misma: ese no decir que se cree siempre dicho pero que no acaba de contarse, a pesar de generar múltiples noticias y divergencia de opiniones.

El acontecimiento, como señala Morin, «debe ser concebido en primer lugar como un elemento nuevo que irrumpe en el sistema social (...), el acontecimiento es precisamente lo que permite comprender la naturaleza de la estructura y el funcionamiento del sistema».

En relación con el sistema informativo cultural que le da significación, el acontecimiento entraña una desviación significativa de la norma de actualidad. Es la noticia excepcional, los hechos ruptura de los que habla Bechelloni. El acontecimiento tiende a romper el equilibrio del sistema ya que no está previsto el momento de su irrupción, aunque el medio sí tiene prevista la necesidad de ordenarlo, clasificarlo, agotar su sentido, contextualizarlo, para conjurar su posible peligro —de ahí la continua generación de hechos y opiniones—, al igual que en la antigüedad se intentaba aplacar la amenaza del acontecer imprevisible mediante el rito. El acontecimiento en las sociedades primitivas era una no historia, ya que ponía en tela de juicio el equilibrio sobre el que estaban fundadas. En las sociedades actuales, la información funciona, o intenta funcionar, como un reductor de incertidumbre. La prensa de elite, medio interpretativo por excelencia, intenta reducir la complejidad del acontecimiento; dar orden al ruido que ocasiona, mostrando, como dice Grossi, que la función del periódico muchas veces no consiste tanto en la capacidad de comprender o seleccionar el hecho sensacional, sino en la competencia de contextualizarlo.

Los medios asimismo contribuyen a través del acontecimiento a construir la historia de nuestros días: «Un acontecimiento se destaca sobre un grado de uniformidad; es una diferencia, algo que no podíamos conocer a priori: la historia es hija de la memoria» (VEYNNE, 1981: 15).

El tiempo de la noticia —nace y muere generalmente en un día— se alarga en el acontecimiento: su duración se prolonga durante días, meses y se memoriza



posteriormente. Tal es el caso de las noticias —acontecimientos que han hecho historia. El manifiesto de los intelectuales en «el affaire Dreyfus» (publicado en portada en el diario *L'Aurore*, el 14 de enero de 1898) puede ser considerado como el primer acontecimiento cultural que dio origen a un gran debate histórico: el papel del intelectual en las sociedades modernas. Otros acontecimientos periodísticos más recientes han marcado el tiempo de la historia contemporánea: «Watergate», «Irangate».

Los medios hacen del acontecimiento una representación de novedad ruidosa, una explosión; sin embargo, «lo más ruidoso no es lo más auténtico, el acontecimiento de corta duración, el de los medios, es explosivo, tonante. Echa tanto humo que llena la conciencia de los contemporáneos pero apenas dura, apenas se advierte su llama» (BRAUDEL, 1984: 64-65).

Es preciso recordar que el tiempo de la información es el del olvido: las noticias se suceden en un continuo presente y el lector de periódicos es un lector sin memoria. La ausencia de profundidad que conlleva la actualidad periodística y la duración efímera de la noticia son dos aspectos del mismo fenómeno. Sólo el acontecimiento pertenece al mundo de la ilusión realista: parecer ser duradero y profundo.

Esta plusvalía informativa del acontecimiento con respecto a la noticia hace que el acontecimiento se utilice por la prensa de elite para dar significado cultural explícito a la información al valorarse su sentido en las páginas de opinión.

Por otra parte, el acontecimiento es el lugar del deseo para los medios. Una noticia puede ser recogida por unos y silenciada por otros. No hay acontecimiento ciego. Todos reconocen en él esa categoría esencial de la Actualidad, que presta a la información su razón de ser<sup>7</sup>. El acontecimiento iguala: todos los medios se hacen masivos: prensa, radio, televisión dejan traslucir a través de él esa semejanza que se oculta tras la diferencia aparente.

Y es que el acontecimiento es hoy el suceso para la prensa de masas: la noticia que permite proyectar el imaginario colectivo.

<sup>7</sup> El acontecimiento presta a la actualidad periodística un carácter casi esencial. Los medios, parafraseando un dicho popular, lo necesitan como el comer. La selección que se lleva a cabo en la portada de los diarios, la noticia que abre un telediario intentan, cotidianamente, llenar el hueco de un gran notición. De manera formal, muchas veces, la noticia del día tiende a revestirse de acontecimiento. Este sentido originario del término periodístico lo recogía el diario francés *L'Evenement* editado en 1848, en su declaración de principios: «Daremos el lugar más visible al acontecimiento del día, tal como sea, que proceda de la región del alma o que sea del mundo... Si, en estos días inesperados llega un día ordinario que sería el más extraordinario de todos, si... el acontecimiento nos fallara una vez, intentaríamos este día que nuestro periódico fuese él mismo el acontecimiento» (Hemerlin). (Cit. por Miquel Rodrigo: en «Terrorismo y mass media». Tesis doctoral, 1986).

## *El acontecimiento y la producción de sentido*

La prensa de elite europea, y concretamente *El País*, construye el acontecimiento —tema revelante de portada— a través de dos referentes culturales noticiables: los premios mayores (consagrados por instituciones, Academia y Crítica, o prestigiados económicamente, luego socialmente) y la muerte. La muerte es la gran catástrofe de la cultura. *La muerte es el verdadero* acontecimiento cultural que traspasa las páginas diarias y atraviesa otros espacios de opinión del diario. Adquirirá mayor o menor importancia periodística según la popularidad del personaje y su significación dentro de contexto sociocultural en que se produzca.

No hay protagonista cultural, especialmente si tiene relación con el mundo de las letras, que se libre de esta liturgia noticiable. La muerte esperada anunciada, bien por enfermedad o por vejez, deja revelar sintomáticamente un caudal de artículos necrológicos, de amigos y especialistas en la vida y la obra del autor de turno, que relatan e interpretan, sin la menor tacha de sospecha, una historia ejemplar rica en hechos y, sobre todo, en opiniones contrastadas pero convergentes. Escritos que dejan traslucir una casi santificación, terrena por supuesto, del muerto glorificado por una efímera posteridad.

El valor noticiable prima sobre el cultural. La muerte de un escritor reconocido pero poco conocido por estos lares, en su mayor parte poetas (la poesía es el género de cultura escrita más minoritario), puede pasar sin pena no gloria —en el caso improbable de que se seleccione como noticia— en una información descolocada y mínimamente contextualizada. Actores y directores de cine, adscritos en vida a la sección de espectáculos, se convierten en Cultura cuando mueren: en el caso, casi generalizado, de que se den alguna de estas dos variantes noticiables culturales: que sean reconocidos por los oficiantes del saber —los críticos— como cultos (dígase François Truffaut) o que tengan, como los héroes de antaño, el privilegio de que la muerte convierta su vida en destino: es decir, que acabe en tragedia. Así, Rock Hudson, actor de segunda fila según criterios críticos, primera víctima del último terror realizado por los medios, fue alzado al olimpo noticiable por el SIDA. Se convirtió en acontecimiento cultural en *El País* a pesar de ser la suya una muerte anunciada.

No ocurre lo mismo con los científicos, cuyo rostro mortal, y a condición de tener algún premio o descubrimiento importante en su haber, remite en una breve necrológica a las páginas de sociedad, sección de variedades temáticas que incluye otro tipo de truculencias menores: sucesos que no necesitan una contextualización ya que el sistema social los considera marginales.

En su distribución espacial, el acontecimiento traspasa las páginas de La Cultura y concurre con las de Opinión —espacio del diario connotado por la reflexión— tanto en el caso de la muerte como en el de los premios (generadores a su vez de unísonas glosas enardecedoras). Eventos ambos —la gloria y la muerte— previsible e imprevistos.

La gloria, como bien dice el sentido común, es efímera; la muerte queda. Así sucede noticiablemente: aquélla pasa; ésta será recordada. Tarde o temprano tendrá

su aniversario. El acontecimiento cultural sirve a la prensa de elite para simbolizar la realidad informativa en el presente, el pasado y el futuro.

El acontecimiento, en fin, es lo más cercano al azar y a lo imprevisible, aunque todo acontecimiento haya tenido lugar, según el pensamiento mítico, o pueda preverse sin irrupción, de acuerdo con la pretensión lógica-científica. Precisamente por ello, la prensa de elite tiende a generar conocimiento cuando se produce para que su sentido no se escape de los valores del sistema social hegemónico. La prensa tiende, al igual que otros sistemas científicos, a reducir lo contingente, lo singular, lo vivido y a ordenarlo bajo un acopio de hechos y opiniones. Motivo por el cual el acontecimiento permite ver, mejor que la noticia, el sentido cultural que el diario produce.

### *El conocimiento de la información cultural*

El verbo conocer lo define el diccionario de María Moliner como «presencia en la mente de ideas acerca de una cosa». También tiene otras acepciones igualmente relevantes: «Sensibilidad, sentido. Facultad de relacionarse con el mundo exterior. Conocimiento de causa».

En la relación paradigmática cultura/conocimiento, conocer comporta información pero asimismo conlleva la necesidad de estructuras teóricas, de marcos de significación, so pena de que la información se convierta en una simple acumulación de datos. La información está menos estructurada que el conocimiento. De hecho, gran parte de la misma consiste en hechos aislados y no relacionados. En general, la información se puede ordenar en la memoria humana sólo cuando se la llega a asociar con alguna estructura preexistente de entendimiento y llega a formar parte del conocimiento de una persona.

Informar y conocer pueden convertirse de hecho en actividades contradictorias: un exceso de información puede acarrear la muerte del sentido. El conocimiento informativo periodístico está construido generalmente por fragmentos de conocimientos sobre el mundo exterior que son las noticias: «Conocer es penetrar en los pliegues del hecho: informarse es una ocupación y conocer es una preocupación, en todos los sentidos de la palabra» (ÁLVAREZ, 1979:52-53).

El conocer, en su acepción de conocimiento de causa, se contrapone, si atendemos al uso humanista del término, a un futuro conocimiento telemático que, según Lyotard, sólo podrá ser operativo si puede ser traducido en cantidades de información. Todo saber que no pueda ser codificado en el lenguaje de las máquinas podrá considerarse obsoleto.

La manera de conocer hacia la que nos encaminamos tiene en la cibernética su modelo paradigmático de pensamiento. El saber tiende cada vez más a especializarse, racionalizarse y tener, sobre todo, un carácter funcional. Su valor está hoy, más que nunca, del lado de la eficacia.

En la búsqueda del «sentido perdido», recogemos la pregunta del poeta Eliot: ¿Cuál es el conocimiento que perdemos en la información y cuál es la sabiduría que

perdemos en el conocimiento? La información es una manera elemental de conocer aunque también sin ella es imposible el conocimiento. La sabiduría que el conocimiento sugiere y necesita, guarda relación con la experiencia y la sensibilidad. Categorías del sentir, de acuerdo con varios dichos, que, a pesar de su diferente formulación, vienen a decir: quien no siente profundamente no piensa. Este modo de pensamiento reflexivo sensible es escaso. Algunas de sus huellas se pueden encontrar en la prensa de elite, concretamente en *El País*, en algunos artículos periodísticos privilegiados por esa rareza del pensar sabio.

La Cultura como conocimiento tiene su referente habitual en las páginas de opinión y en los suplementos especializados en el diario español.

### *El acontecimiento cultural y la construcción de mitos*

La muerte de Paquirri reunía todas las características noticiables del Acontecimiento: azar, impacto, emoción, proximidad, imprevisibilidad y además fue recreada, en vivo y en directo, por la televisión.

El diario *El País* colocó la muerte del torero en las páginas culturales —connotadas por su adscripción a una idea de cultura clásica elitista e institucional— y fue tema de portada durante tres días consecutivos. La construcción noticiable del Acontecimiento se llevó a cabo mediante un relato de los hechos noticia relativos a la muerte y el entierro del torero, que incluía textos interpretativos.<sup>8</sup> Relato de cuatro días, que comió cualquier otra actualidad cultural, engarzado a modo de secuencias —cintillos en términos periodísticos— en la sección diaria.

La noticia de la muerte imprevista de Paquirri traspasó la sección cultural para ser argumentada en las páginas de Opinión, lugar donde se simboliza la muerte del torero por cornada. En ellas, el torero muerto se convierte en un héroe sagrado —al interpretarse la corrida como un rito sacrificial— y en un mito, al ser Paquirri víctima de un destino trágico<sup>9</sup>.

<sup>8</sup> En el análisis semiótico textual que llevé a cabo descubrí cuatro tipos de noticias que funcionan en el relato de los hechos como unidades narrativas, siguiendo a Roland Barthes: noticias centrales (núcleo), noticias complementarias (catálisis), noticias valorativas (indiciales) y noticias interpretativas (informantes). La cornada es la isotopía discursiva, en la acepción de Greimas, que atraviesa toda la narración, pero se enfatiza de manera latente en los textos indiciales e informantes. Estos textos tienden un puente clave a la simbolización de la muerte por cornada, base argumentativa de los artículos de opinión.

<sup>9</sup> Los textos de opinión, que funcionan a modo de unidades argumentativas en la narración de la noticia, simbolizaron la muerte del torero por cornada en base a cuatro recursos retóricos. En el editorial, *La Cornada*, se utilizó el entinema y sus consecuentes razonamientos de sentido común. En la columna de contraportada, *Paquirri*, el tópico de la España negra, en lo que he denominado ensayo periodístico, *El ritual de la muerte en la plaza*, género en el que se analiza en profundidad la noticia, se recurre la hipótesis-tesis, anunciada en el titular del artículo, como argumento demostrable. El artículo de fondo, *El sacrificio del héroe*, firmado por un especialista en etnología religiosa, es una muestra del valor argumentativo de la metáfora.

De esta manera, el diario *El País*, al igual que otros medios de comunicación masivos, utiliza el acontecimiento cultural para construir mitos. El mito, como se sabe, es la manera más antigua de simbolizar la realidad, trascender y dar un sentido a la experiencia cotidiana, luego es una forma de cultura en el sentido vital y primigenio de la palabra. Los medios de comunicación, y he aquí una prueba más de su importancia cultural, actúan a modo de nuevos mitólogos de nuestro tiempo con su imparable narración de historias que no cesan de repetirse. La prensa de referencia, al igual que los ancianos y venerados mitólogos de la antigüedad, es el medio más capacitado para dar credibilidad y veracidad a las noticias que cuenta. Ya que no sólo las relata sino que también las argumenta, les da un sentido.

Sin embargo, el diario *El País* construye un mito sobre una realidad más imaginaria que real y una verdad más verosímil que verdadera, ya que de hecho, en verdad de la buena, el torero no murió sólo por asta de toro —base de la argumentación simbólica— sino también a causa de deficiencias sanitarias. La muerte por cornada es, sin embargo, un legado de hondas raíces mitológicas en la cultura española y por lo tanto de fácil identificación con el lector. La muerte por cornada es asimismo un estereotipo cultural legado por los medios y anteriormente por el sentir y el sentido común.

Por otra parte, la fuerza comunicativa del estereotipo prima sobre los conceptos de realidad y verdad, hoy transmutados, por obra y gracia de los medios de comunicación, en figuras retóricas —maneras de persuadir y atraer al lector. Pero esto ya sería harina de otro costal: ver como los medios de comunicación contribuyen a la creación de la nueva cultura que se nos avecina.

## Bibliografía

- AGEE, W.; AULT, P.H.; EMERY, E. (1983); *Reporting and Writing the News*. New York. Harper Row.
- ÁLVAREZ, Carlos (1979); «La creación cultural en Periodismo», en *Cultura en Periodismo*. Madrid. Fundación Juan March.
- BECELLONI, G. (1979); «Notizia o interpretazione?», en *Problemi dell'informazione*, núm. 4.
- BELL, Daniel (1977); *Las contradicciones culturales del capitalismo*. Madrid, Alianza Editorial.
- BRAUDEL, Fernad. (1984); *La Historia y las Ciencias Sociales*. Madrid. Alianza Editorial.
- DEFLEUR, M. L.; BALL-ROKEACH, S. (1982); *Teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós. (4ª edic.)
- GEERTZ, Clifford (1987); *La interpretación de las culturas*. Barcelona. Gedisa.
- HARDT, Hanno (1979); *Social Theories of the Press. Early German and American Perspectives*. Prólogo de James W.Carey. Londres. SAGE Publications.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, José Luis (1977); *El mensaje informativo*. Barcelona. ATE.
- MCQUAIL, Denis (1973); *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.
- MCQUAIL, Denis (1986); «Is media theory adequate to the challenge of new communications technologies?», en *New Communication Technologies and the Public Interest. Comparative Perspectives on Policy and Research*. Londres. Beverly Hills. Nueva Delhi. SAGE Publications.
- MERRILL, J.; FISHER, D. (1980); *The World's Great Dailies. Profiles of Fifty Newspapers*. Nueva York. Hasting House Publishers.
- MORIN, Edgar (1972); «Le retour de l'événement», en *Communications*. nº 18. París. Seuil.
- MOULLAUD, M. (1984); *La production du réel et dans la presse de référence*. Bolonia. AMELA.
- RODRIGO, Miquel (1986); *Terrorismo y mass media. El discurso periodístico sobre el terrorismo en cuatro diarios españoles*. Tesis de doctorado. Universitat Autònoma de Barcelona. Facultat de Ciències de la Informació.
- SAPERAS, Enric (1987); *Los efectos cognitivos de la comunicación de masas*. Barcelona. Ariel.
- TUÑÓN, Amparo (1986); «Perfiles del discurso cultural periodístico», en *El País o la referencia dominante*. Barcelona. Mitre, pp. 113-130.
- TUÑÓN, Amparo (1988); *Connotaciones culturales de la prensa de elite. (Análisis de un acontecimiento en El País: la muerte de Paquirri)*. Tesis de Doctorado. Facultad de Ciencias de la Información. Universidad Autónoma de Barcelona.
- VEYNE, Paul (1981); *Comme on écrit l'histoire*. París. Seuil.
- VIDAL-BENEYTO, José (1986); «El espacio público de referencia dominante», en *El País o la referencia dominante*. Barcelona. Mitre, pp. 13-24.
- WARREN, Carl (1975); *Géneros periodísticos informativos*. Barcelona. ATE.

---

## Resumen

En este artículo se abre una perspectiva de análisis sobre los medios de comunicación desde su importancia en la conformación de la cultura actual. La prensa de referencia es el medio intelectual por excelencia dentro del sistema comunicativo. Su influencia en las elites del saber confiere un prestigio añadido al área de información cultural. Para ver de qué manera se lleva a cabo la producción de actualidad cultural, la autora aplica tres categorías noticiosas: cultura/noticia, cultura/acontecimiento, cultura/conocimiento que sirven asimismo para entender el interés periodístico de la actualidad cultural. El Acontecimiento cultural es el paradigma utilizado para crear mitos de la cultura de masas, tal como hizo el diario *El País* con la muerte imprevista de un torero famoso. Un análisis estructural de los textos periodísticos utilizados por el diario revela que la construcción del mito se basa en la fuerza de un estereotipo cultural: la muerte en la arena.

## Abstract

### Cultural Events and the Creation of Myths

A new perspective on analysis of the media from their importance in the shape of modern culture is given in this article. Reference press is the most significant intellectual medium within the communications system. Its influence in the élites of knowledge gives extra prestige to the area of cultural information. In order to see how production of cultural current events is carried out, the author applies three newsworthy categories: Culture/news, Culture/event, and Culture/knowledge. The three of them also help to understand why cultural current events are newsworthy. Cultural events are the paradigm used to create myths for the masses' culture, just as the daily newspaper *El País* did with the sudden death of a famous bullfighter. A structural analysis of the journalistic texts used by *El País* reveals that the creation of the myth is based in the power of a cultural stereotype: death in the «arena».

## Nota biográfica

Amparo Tuñón es periodista y profesora de Periodismo Cultural en la Facultat de Ciències de la Informació de la Universitat Autònoma de Barcelona. Sus principales trabajos de investigación versan sobre las relaciones en cultura y medios de comunicación, con especial hincapié en el análisis del discurso cultural periodístico de los diarios de referencia.

---