

**Pontificia Universidad Católica de Valparaíso**  
**Escuela de Periodismo**  
**Facultad de Ciencias Económicas y Administrativas**



## **La representación social de cultura del diario Las Últimas Noticias en su sección Cultura**

### **Autoras**

Carla Fedora Grandón Lepe

Andrea del Pilar Muñoz Sazo

Jamie Joyce Stewart Opazo

### **Profesor Guía**

Juan Pastene Carrillo

**Valparaíso, Julio, 2013**

# ÍNDICE

<b>RESUMEN .....</b>	<b>5</b>
<b>I. INTRODUCCIÓN.....</b>	<b>6</b>
<b>1.1 LA CULTURA: UN BIEN SOCIAL MEDIATIZADO.....</b>	<b>6</b>
<b>1.2 LOS APORTES COMUNICACIONALES .....</b>	<b>7</b>
<b>II. PROBLEMATIZACIÓN.....</b>	<b>9</b>
<b>2.1 EL PROBLEMA.....</b>	<b>9</b>
2.1.1 LA CULTURA Y LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....	9
<b>2.2 LA PREGUNTA Y SUS OBJETIVOS .....</b>	<b>14</b>
2.2.1 PREGUNTA DE INVESTIGACIÓN .....	14
2.2.2 OBJETIVO GENERAL:.....	14
2.2.3 OBJETIVOS ESPECÍFICOS .....	15
<b>2.3 JUSTIFICACIÓN DE LA PROBLEMÁTICA.....</b>	<b>15</b>
2.3.1 POR QUÉ LAS ÚLTIMAS NOTICIAS.....	15
2.3.2 LUN HACIA LOS 90'S.....	16
2.3.3 LUN EN LA ACTUALIDAD .....	18
<b>III. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>21</b>
<b>3.1 LOS MEDIOS SE MASIFICAN, SUS MENSAJES TAMBIÉN .....</b>	<b>22</b>
<b>3.2 ¿QUÉ ENTENDEMOS POR CULTURA? .....</b>	<b>25</b>
<b>3.3 LA CULTURA EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: CULTURA DE MASAS O CULTURA PARA LAS MASAS ...</b>	<b>29</b>
<b>3.4 LOS MEDIOS COMO INDUSTRIA, LA CULTURA COMO PRODUCTO.....</b>	<b>32</b>
<b>3.5 REPRESENTACIONES SOCIALES: UNA CREACIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN .....</b>	<b>37</b>
<b>3.6 CÓMO LOS GRUPOS SOCIALES GENERAN LAS RS .....</b>	<b>40</b>
<b>3.7 EL DISCURSO COMO BASE DE LAS REPRESENTACIONES SOCIALES.....</b>	<b>42</b>
<b>3.8 LOS DISCURSOS Y LA LUCHA POR LA HEGEMONÍA .....</b>	<b>44</b>
<b>IV. MARCO METODOLÓGICO.....</b>	<b>46</b>
<b>4.1 CORPUS DE ANÁLISIS.....</b>	<b>48</b>

<b>4.2 POBLACIÓN Y MUESTRA</b> .....	<b>50</b>
<b>4.3 UNIDAD DE ANÁLISIS</b> .....	<b>54</b>
<b>4.4 DISEÑO DE MATRIZ DE ANÁLISIS</b> .....	<b>55</b>
4.4.1 CATEGORÍAS DE ANÁLISIS .....	55
<i>A. Tema y subtema</i> .....	56
<i>B. Registro del habla</i> .....	57
<i>C. Fuentes de la noticia</i> .....	58
<i>D. Estereotipos de los niveles culturales</i> .....	59
4.4.2 EJEMPLO GENERAL DE LA APLICACIÓN DE MATRICES DE ANÁLISIS .....	61
<b>V. ANÁLISIS</b> .....	<b>64</b>
<b>5.1 RECOLECCIÓN DE DATOS</b> .....	<b>64</b>
5.1.1 EJEMPLOS DE LA RECOLECCIÓN DE DATOS .....	64
<b>5.2 ANÁLISIS DE LOS DATOS</b> .....	<b>87</b>
5.2.1 TEMA .....	87
<i>A. Los principales temas que se abordan en la sección Cultura</i> .....	87
<i>B. Conexión temática entre título, bajada y cuerpo</i> .....	90
<i>C. Agenda cultural ¿Nacional o Internacional?</i> .....	94
5.2.2 SUBTEMA .....	97
<i>A. Aporta o desvía la atención del tema principal de la noticia</i> .....	97
5.2.3 REGISTRO DE HABLA .....	99
<i>A. Lo popular como enganche en el titular</i> .....	99
<i>B. Lo medio y lo técnico en la bajada</i> .....	101
<i>D. El cuerpo en término medio</i> .....	102
<i>C. Correlación del registro de habla entre título, bajada y cuerpo</i> .....	103
5.2.4 FUENTES DE LA NOTICIA .....	104
<i>A. Quiénes hablan en las noticias: legítimos e implicados</i> .....	104
<i>B. ¿Qué dicen? Lo que aportan o desvían</i> .....	108
5.2.5 ESTEREOTIPO DE LA OBRA .....	110
<i>A. Los atributos otorgados a la obra: ¿legítima, media o popular?</i> .....	110
5.2.6 ESTEREOTIPO DEL ARTISTA .....	114
<i>A. Los atributos otorgados al artista: ¿legítimo, medio o popular?</i> .....	114
<i>B. De Chile al extranjero</i> .....	116
5.2.7 ESTEREOTIPO DEL PÚBLICO .....	118

<i>A. Consejos para el potencial público</i> .....	118
<b>VI. HALLAZGOS</b> .....	<b>120</b>
<b>6.1 DISCURSO</b> .....	<b>120</b>
<b>6.2 ESTEREOTIPOS</b> .....	<b>121</b>
<b>6.3 FUENTES NOTICIOSAS COMO AGENTES CULTURALES</b> .....	<b>124</b>
<b>6.4 REPRESENTACIONES SOCIALES</b> .....	<b>125</b>
<b>6.5 LA REPRESENTACIÓN SOCIAL DE CULTURA</b> .....	<b>126</b>
<b>VII. CONCLUSIONES</b> .....	<b>128</b>
<b>7.1 CARACTERIZACIÓN DE LA CULTURA</b> .....	<b>129</b>
<b>7.2 CARACTERIZACIÓN DE LAS FUENTES</b> .....	<b>131</b>
<b>7.3 PALABRAS FINALES</b> .....	<b>131</b>
<b>VII. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	<b>135</b>
<b>VIII. ANEXOS</b> .....	<b>140</b>

## RESUMEN

El objetivo principal de esta investigación es identificar las representaciones sociales de cultura que presenta el diario Las Últimas Noticias en su sección Cultura, para lo que se utilizará la herramienta metodológica del Análisis Crítico del Discurso (ACD), el cual a través de determinadas categorías, pretende analizar los textos noticiosos de la sección mencionada y así descubrir el tratamiento de los temas principales y sus subtemas, el registro de habla, las fuentes noticiosas y los estereotipos presentes en la información.

Estas categorías se seleccionaron de acuerdo a las particularidades propias de las concepciones entregadas en las consideraciones teóricas de esta tesina, en las que se propone una discusión en torno a la legitimidad de los medios de comunicación masivos para la difusión de conocimientos y significados, el concepto de cultura, las industrias culturales y sus productos, las representaciones sociales y la noción de discurso.

Además, para la construcción de la herramienta metodológica, se consideraron como base las propuestas de investigadores de ACD como Siegfried Jäger, Ruth Wodak, Norman Fairclough y Teun A. Van Dijk. Cada una de las tablas de estudio, corresponden a creaciones propuestas por las investigadoras para favorecer el cumplimiento de los objetivos de la investigación.

Los resultados y hallazgos de este estudio permitieron obtener las diferentes ideas de cultura que el diario presenta en la sección analizada, las que principalmente giran en torno a una clasificación clasista y poco integradora de ésta, apelando a la legitimidad del artista y su obra en cuanto a su relación con el buen gusto y la academia.

## I. INTRODUCCIÓN

### 1.1 La cultura: un bien social mediatizado

En la actualidad, la cultura se entiende como un bien social en la que se integra la identidad, las tradiciones y las riquezas de un grupo de personas según el lugar y contexto donde se desarrolla. Esto hace posible la generación de diversas nociones de cultura a lo largo del mundo, las que pueden ser locales o globales. Es por lo anterior que instituciones gubernamentales e internacionales han tomado parte en la construcción de este concepto.

“La cultura puede considerarse actualmente como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales al ser humano, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias y que la cultura da al hombre la capacidad de reflexionar sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. A través de ella discernimos los valores y efectuamos opciones. A través de ella el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevas significaciones, y crea obras que lo trascienden.” (Conferencia Mundial Sobre las Políticas Culturales, UNESCO, pág. 1)

Con la llegada de la globalización y las nuevas tecnologías, la cultura también ha sido transmitida y traspasada sin importar las barreras del tiempo y el espacio. Esto ha hecho posible que se haya mezclado y fusionado a lo largo del globo, e incluso, formando nuevas nociones de cultura que consideran las influencias y visiones de otras comunidades.

El traspaso de la cultura de un lugar a otro ha sido posible, en parte, gracias a los medios de comunicación, los cuales juegan un papel importante en la difusión de mensajes de manera rápida y masiva. Estos son reconocidos como portavoces y canales que transmiten conocimientos a través de los contenidos que presentan, donde la cultura es considerada una de las temáticas tratadas al interior de ellos.

Entendemos que los medios de comunicación están integrados por personas, por lo que éstos se comprenden como una comunidad donde se comparten

creencias y valores, las que se ven reflejadas en los mensajes que entregan. Por lo mismo sus discursos no son objetivos, cada uno de ellos puede crear y transmitir su propia concepción de cultura, e identificarla se convierte en la principal motivación de esta investigación.

Por otra parte, la capacidad del medio de masificar sus mensajes asegura que éstos puedan ser recibidos por gran parte de la comunidad donde se desarrollan, influyendo en la concepción que ésta forma sobre determinados temas. Por lo mismo, es que la selección del medio de prensa a analizar en esta investigación, consideró la transversalidad de su consumo y si incluía algún apartado que denominara cultura o tratara temas que tradicionalmente se le asocian.

Todas estas características se presentan en Las Últimas Noticias, diario que enfoca su atención principalmente en temas como la farándula y los deportes, los cuales se abordan bajo el interés de conocer con quién salió determinado personaje, cómo se vistió o cómo se sintió luego de alguna confrontación personal. Sin embargo, dentro de sus páginas, entremedio de puzles y avisos económicos encontramos un apartado al cual el mismo medio denomina cultura, pero qué dice de ella es nuestro gran cuestionamiento.

## **1.2 Los aportes comunicacionales**

Esta investigación, en primer lugar, describe el problema de la cultura como contenido en los medios de comunicación, considerando la importancia que se le otorga a ésta entre los demás temas tratados y evidenciando si es abarcada como una visión integradora o sesgada.

Posteriormente, desde un paradigma teórico crítico se plantean las diferentes teorías comunicacionales y sociológicas que permitirán entender a los medios de comunicación como instituciones legitimadas para difundir y masificar mensajes. Éstos consideran a la cultura como un producto más de sus publicaciones, las cuales, contienen diversas representaciones sociales de lo que puede ser este complejo concepto. Finalmente, estas representaciones se hallan en el discurso del

medio, el cual es entendido como una práctica social que visibiliza un determinado mensaje en desmedro de otro.

Para esta investigación se decidió utilizar como herramienta metodológica el Análisis Crítico del Discurso, ya que a través de él podremos identificar la representación social de cultura que entrega el diario Las Últimas Noticias. Esta metodología permite ir más allá del mensaje textual identificando las ideas que se presentan entre líneas.

Para cumplir los objetivos planteados, es que diseñamos matrices de análisis que nos permitan recabar los datos, para finalmente inferir de ellos las conclusiones de esta tesina. El diseño de estas tablas se basó en los planteamientos teóricos de distintos autores que especializan su investigación en el Análisis Crítico del Discurso.

Por otra parte, creemos que este estudio es relevante para la investigación social ya que consideramos fundamental seguir profundizando en la lectura crítica de los mensajes que recibimos de los mass media. En la lucha por el posicionamiento de los discursos en la esfera pública, los grupos de poder que controlan los medios, pueden priorizar determinados temas que van acorde a sus intereses individuales y no a los de la comunidad en los que se desarrollan.

Si bien, encontramos investigaciones relacionadas con la metodología de esta tesina, ninguna de ellas consideraba el análisis crítico de discursos que aborden temas relacionados con la cultura. De esta manera, queremos promover la realización de estos estudios para seguir conociendo, más profundamente, qué ideas de la cultura están transmitiendo los medios de comunicación.

Entendiendo a los medios como un sujeto que posee opinión dentro de las comunidades, es que sus mensajes culturales cargados de sus propias creencias y valores, tienen más posibilidades de ser escuchados que los de una persona común y corriente. Este último no posee la capacidad de masificar sus discursos de forma tan rápida como lo logra un medio masivo de comunicación, por lo que es importante comprender qué nos dicen, promoviendo una lectura más activa y crítica de los mensajes mediáticos.

## II. PROBLEMATIZACIÓN

### 2.1 El problema

#### 2.1.1 La cultura y los medios de comunicación

Considerando el impacto que los medios de comunicación tienen en la vida cotidiana de las personas y en cómo sus mensajes influyen en la vida social, política y económica de una comunidad, resulta interesante averiguar qué ideas son las que presentan en sus contenidos. Como futuras periodistas, somos conscientes de la influencia que los medios poseen en los temas que rondan la opinión pública y privada. La política, la economía, el vandalismo, el rol de la mujer, por dar algunos ejemplos, son ideas que los medios transmiten y posicionan, por lo que consideramos fundamental ser críticos en la recepción de los mensajes mediáticos.

La cultura, como parte de los contenidos de los medios de comunicación, sin importar su formato, también es segmentada por éstos a la hora de ser posicionada en la esfera pública. En sus mensajes son descritas algunas de sus ideas, disciplinas, hechos y creadores, conformando una visión del concepto que no necesariamente podría representar el significado total del término, sino que puede resultar una noción sesgada o más bien acotada a lo que el medio desea publicar.

Un medio de comunicación por sí solo es un fenómeno cultural, ya que “son expresiones de cultura, agentes de socialización y modelos culturales de los grupos humanos, especialmente en aquellos más expuestos y menos selectivos” (V Jornadas Nacionales Universitarias de Cultura, 36). Sin embargo, existe una separación al hablar de cultura y ésta se intenta adaptar a las principales funciones de los medios masivos: informar, entretener y educar.

Como investigadoras, para adentrarnos más en el tema, quisimos conocer qué secciones de la prensa escrita impresa diaria de tiraje nacional, incluyendo los medios más leídos, están dedicadas a la cultura o bien llevan su nombre. Para lo que diseñamos la siguiente tabla

<b>Diario</b>	<b>Nombre Sección</b>	<b>Temas de la sección</b>	<b>Suplemento o cuerpo de fin de semana</b>	<b>Temas del suplemento o cuerpo</b>
<b>El Mercurio</b>	Cultura	Música, ilustraciones, libros, creaciones audiovisuales, pintura, muralismo, etc.	Artes y Letras, Cultura (Cuerpo E)	Reportajes, biografías, música, artículos de opinión, literatura, etc.
<b>La Tercera</b>	Cultura y espectáculos	Muralismo, Cine, Teatro, Redes sociales, reportajes de televisión local e internacional.	No Presenta	No presenta
<b>La Segunda</b>	Espectáculos	Cine, Teatro, televisión local, artículos de opinión.	Los días viernes presenta apartado llamado por fin es viernes y el sábado vuelve a la normalidad de la semana	Teatro, cine, panoramas, entre otros.
<b>La Cuarta</b>	No presenta	No presenta	No presenta	No presenta
<b>Las Últimas Noticias</b>	Cultura	Exposiciones, fotografía, pintura, libros, comentarios de opinión, etc.		

A través de esta información se puede observar que los medios de comunicación señalados presentan de forma distinta sus secciones, aunque los temas tratados sean preliminarmente los mismos. En algunos se relaciona la cultura con los espectáculos, en otros, se habla de cultura relacionada con las artes; no obstante, la información sigue siendo similar, la que incluye literatura, cine, teatro, exposiciones, pintura, televisión, entre otros.

Sin embargo, a pesar de las diferencias en sus nombres o incluso en sus agendas temáticas, resulta evidente que los medios de comunicación posicionan contenidos culturales dentro de sus publicaciones e incluso algunos le dan especial importancia otorgándole espacios en suplementos extras al cuerpo principal del diario. Entonces, los medios de comunicación se consolidan como difusores de la escena cultural, de sus acontecimientos y representantes, rol que no está exento de críticas.

Entender a los medios como instituciones que podrían acercar la cultura a las personas, no es un tema delimitado al azar. En las políticas culturales nacionales, emanadas de las directrices políticas gubernamentales, se ha considerado a los medios de comunicación como estructuras que propician la difusión cultural y elementos por los cuales los chilenos pueden consumir productos culturales.

Ya en las políticas culturales correspondientes al período 2005 -2010, “Chile quiere más cultura”, se presenta el rol que cumplen los medios de comunicación, estimando que el 93% de los sectores socioeconómicos más bajos del país consumen productos culturales a través de la radio, televisión y la lectura eventual de periódicos o a través de la escucha de música. (Chile quiere más Cultura, 11)

Es por esto que dentro de las líneas estratégicas de estas definiciones, se considera el rol de los medios de comunicación en cuanto a la difusión cultural proponiendo que es fundamental,

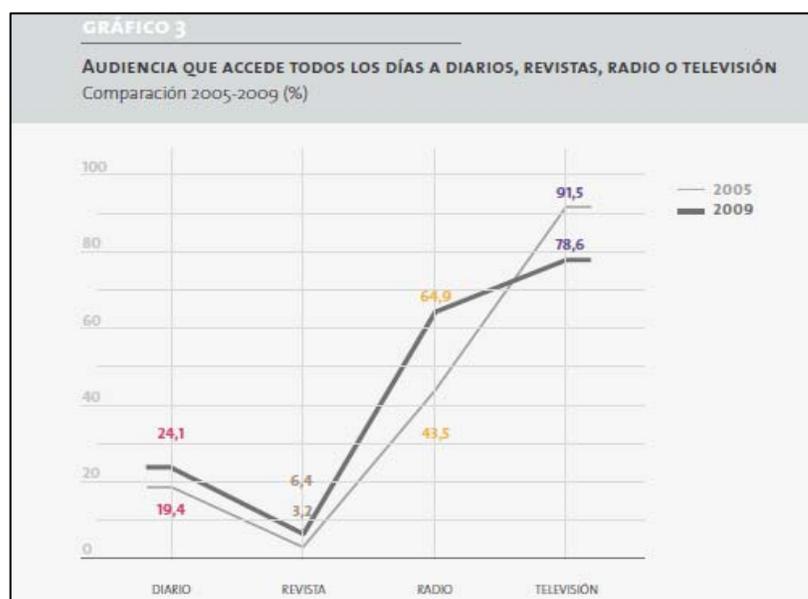
“fortalecer el rol de los medios de prensa escrita, multiplicar las publicaciones y ampliar y diversificar los espacios destinados a las expresiones artísticas y culturales. La diversidad de medios, con pluralidad de contenidos, es

fundamental para sostener una sociedad con capacidad creativa y consolidar el marco para un desarrollo cultural sustentable”. (Chile quiere más Cultura, 21)

Si bien lo anterior resulta importante, en las políticas culturales del nuevo quinquenio (2011-2016) no se menciona en ninguna parte a los medios de comunicación como difusores culturales, o bien, como instituciones que propenden a su acceso. Esto, en contraposición a la II Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (ENPCC) correspondiente al año 2011, la que menciona a los medios como una de las “dimensiones que componen la participación ciudadana en el campo cultural” (ENPCC, 17).

En esta misma encuesta se describe que el acceso a diarios se ha incrementado y que dentro de las secciones leídas está aquella que se refiere a la cultura. Si bien ésta no presenta un gran índice de lectoría respecto a las demás partes de los diarios, sí es leída de forma transversal en cuanto a los rangos etarios y socioeconómicos de las audiencias.

En el siguiente gráfico se demuestra el crecimiento en el acceso a diarios por parte de los chilenos en el año 2009 respecto al 2005, reflejándose un aumento que de un 19,4% aumentó a un 24,1% respectivamente. (ENPCC, 97)



Fuente: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural, 97

En cuanto a los temas que se leen, esta misma encuesta clasifica los contenidos de los diarios por secciones otorgándole un espacio a la cultura. De los resultados obtenidos se puede apreciar que el consumo cultural, como se dijo anteriormente, si bien no es alto en comparación a temas como los deportes o las notas policiales, sí es transversal en cuanto a las edades de los lectores y sus niveles socioeconómicos, lo que se puede apreciar en las siguientes tablas. (ENPCC, 101)

**TABLA 1**  
LECTORES DE DIARIOS POR SECCIONES LEÍDAS  
Según tramo de edad (%)

15 A 29 AÑOS	16	11,1	17,7	7,1	9	12	7,7	4,6	14,7
30 A 44 AÑOS	25,4	16,2	9,7	4,3	10,4	4,5	13,7	5,3	10,6
45 A 59 AÑOS	23,9	17,3	9,8	7,9	9,6	8,3	11,1	2,8	9,4
60 AÑOS Y MÁS	25	12,9	4,9	11,2	9,6	3,9	13,4	6,8	12,3
	LO LEÍ COMPLETO	NACIONAL CRÓNICA	DEPORTIVA	NACIONAL POLÍTICA	NOTICIAS INTERNACIONALES	REGIÓN SOCIALES	NACIONAL POLICIAL	CULTURAL	OTRAS, VARIOS

**TABLA 2**  
LECTORES DE DIARIOS POR SECCIONES LEÍDAS  
Según nivel socioeconómico (%)

ABC1	16	11,1	6,8	12,3	12	8,1	8,7	9	16
C2	26,7	12,5	14,6	7,8	6,6	6,7	8,3	5,1	11,7
C3	24,7	16,8	12,5	9,3	10,5	6,7	6,3	4,2	9
D	20,9	14,9	10,2	14,8	8,6	9	6,6	1,2	13,9
E	11,9	18,9	18,9	14,9	13,1	12,4	2,3	2	5,5
	LO LEÍ COMPLETO	NACIONAL CRÓNICA	DEPORTIVA	NACIONAL POLÍTICA	NOTICIAS INTERNACIONALES	REGIÓN SOCIALES	NACIONAL POLICIAL	CULTURAL	OTRAS, VARIOS

Fuente: Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultura, 97

Con lo anteriormente dicho, se concluye que la cultura adquiere importancia para los medios en cuanto a su condición de contenido para sus publicaciones y para los gobiernos, entendiéndola como un bien social que es transmitido por los medios de comunicación masivos, facilitando su acceso. Sin embargo, nada se dice acerca de cómo es tratada en estas ediciones, ni qué ideas sobre ella son publicadas.

Existen muchas creencias de lo que puede significar este concepto, una gran cantidad de representaciones sociales en torno a sus aplicaciones, a quienes las crean y sus difusores. No obstante, no existe claridad en torno a cuáles de estas visiones son las transmitidas por los medios masivos.

Néstor García Canclini, plantea que ya para 1952, tras una investigación realizada por dos antropólogos, se recolectaron 300 definiciones de lo que podría ser cultura y que en el 2001, Melvin J. Lasky, sin conocer la publicación anterior, conceptualizó el término en 57 usos diferentes. (García Canclini, 2004, 29) Esto ejemplifica, de alguna manera, la complejidad del término y sus múltiples interpretaciones en los medios.

Desde este problema nacen nuestros principales cuestionamientos como investigadoras en comunicación ¿Qué es lo que los medios entienden por cultura? ¿Cuáles son las ideas que transmiten? La cultura entendida como todo lo hecho por el hombre, incluyendo las artes y las ciencias, o bien, como la identidad y tradiciones de una comunidad, es lo que le otorga cierta ambigüedad al concepto, por lo que conocer qué idea de cultura es la que finalmente se halla en los mensajes mediáticos, constituye la pregunta transversal de esta investigación.

## **2.2 La pregunta y sus objetivos**

Por todo lo mencionado anteriormente, y con el fin de identificar cuáles son las ideas y creencias de cultura que presentan los medios de comunicación en el discurso mediático, es que a continuación será expuesta la pregunta que guiará esta investigación y los objetivos, generales y específicos que busca cumplir.

### **2.2.1 Pregunta de investigación**

¿Cuál es la representación social de cultura que se presenta en las noticias de la sección Cultura del diario Las Últimas Noticias durante enero, febrero y marzo del año 2013?

### **2.2.2 Objetivo General:**

Identificar la representación social de cultura que se desprende de las noticias de la sección Cultura de Las Últimas Noticias por medio del análisis crítico del discurso.

### 2.2.3 Objetivos específicos

- a) Identificar los estereotipos de cultura que se encuentran en las noticias de la sección Cultura de Las Últimas Noticias.
- b) Determinar cómo colaboran las fuentes noticiosas en la configuración de la representación social de cultura de Las Últimas Noticias en su sección Cultura.

## 2.3 Justificación de la problemática

### 2.3.1 Por qué Las Últimas Noticias

La elección de trabajar con la sección Cultura de este medio corresponde a que es parte de la empresa periodística más grande del país, El Mercurio SAP, la cual pertenece a la familia Edwards. Por otra parte, cumple con el requisito de ser un diario de tiraje nacional, que desde sus inicios fue concebido como una empresa, ya que según Bernedo y Arriagada, la creación de este medio fue parte de un plan para “superar los problemas de circulación que el diario El Mercurio, también de Edwards, presentó especialmente desde el tercer trimestre de 1901” (Bernedo y Arriagada, 35).

Lo cierto es que la idea de la empresa periodística de Edwards era abarcar la mayor cantidad de públicos de distintos sectores económicos y sociales, para así hacer prosperar la industria de la información. De esta manera se convirtió en una de las empresas que formaría, más tarde, parte del duopolio informativo<sup>1</sup> de Chile, el cual se mantiene vigente hasta el día de hoy.

Las Últimas Noticias (LUN), desde sus inicios, comenzó inmediatamente a convertirse en un diario popular, el segundo más importante de la empresa de Edwards; de hecho “se calcula que El Mercurio tenía en 1972 una circulación de 126 mil ejemplares; Las Últimas Noticias, 81 mil; y La Segunda, cuarenta mil” (Monckeberg, 32).

---

<sup>1</sup> Término acuñado por María Olivia Monckeberg en su libro “Los Magnates de la Prensa” para referirse a las empresas periodísticas de El Mercurio (Edwards) y Copesa (Álvaro Saieh).

En los 80's, y condicionado al contexto de dictadura militar que vivía nuestro país, LUN adquiere un fuerte énfasis por los temas policiales, logrando un gran éxito en las ventas sobre todo por parte de la clase media, su público predilecto. Ya en los 90's, se centra principalmente en la entretenición y prensa rosa, ésta última dedicada a informar sobre la vida de las celebridades de la farándula nacional, tal como lo expone Monckeberg en su libro:

“La tarea hoy es otra: enterarse de cómo viven, en qué autos se mueven, qué ropa usan, qué conversan y cómo eligen y compran esos nuevos chilenos, los habitantes de La Florida. Edwards Jr. quería ver de cerca y en su propio ambiente a esos seres con los que no se topaba en ninguna parte y de quienes tan poco sabía. Ironías del destino mediante, ahora tenía que lograr convertirlos en sus lectores fieles”. (Monckeberg, 114)

Los cambios que va sufriendo LUN en esta época, son los que condicionarán su función en décadas posteriores hasta la actualidad, configurándolo como uno de los diarios más leídos y controversiales por sus contenidos.

### **2.3.2 LUN hacia los 90's**

Luego de convertirse en uno de los diarios más leídos del país durante el siglo XX, LUN sufrió una crisis de identidad en los años 90' debido a su línea editorial ambigua e imprecisa. Es por esto que surge una nueva estrategia: incorporar la farándula. Lo anterior ocurre cuando Edwards Mac Clure, le entrega la dirección del diario a su hijo Agustín Jorge en 1996 para que

“tratara de sacarlo adelante. Era una prueba difícil, ya que el diario no tenía una línea clara (...) y vino la sorpresa, puesto que LUN que era algo así como la hija sin destino del <<decano>>, se transformó en una importante fuente de negocios. La receta fue introducir la farándula y un tono más <<suelto>> que el rígido estilo mercurial”. (Monckeberg, 113)

Es así como LUN transforma su línea editorial y, adaptándose a los nuevos tiempos, el diario continúa su concepción de empresa y hace uso de lo que Giddens, define como el capitalismo

“un sistema de producción de mercancías centrado sobre la relación entre propiedad privada del capital y trabajo asalariado desprovisto de propiedad, relación eje de un sistema de clases. La empresa capitalista depende de la

producción para mercados competitivos, donde los precios operan como señales para inversionistas, productores y consumidores por igual”. (Giddens, tomado de Brunner, 129)

En relación con lo mencionado, en esa época Chile aún enfrenta un periodo delicado. Hace sólo seis años atrás había retornado a la democracia, luego de diecisiete años de dictadura, por lo que el cambio en los contenidos del diario Las Últimas Noticias no sólo debe ser entendido según la transformación de un medio que busca aumentar sus ingresos bajo la lógica de empresa periodística, sino que también debe considerarse el contexto social en el cual esta tarea se lleva a cabo.

Dentro de este periodo, se entiende que Chile está siendo parte de la modernidad, la cual salió de sus orígenes para, según Brunner, desplegarse a la formación de capitales, llevar el mercado fuera de las fronteras nacionales, la difusión de conocimientos, la globalización de los medios de comunicación masivos y sus consecuencias en los estilos de vida, la educación y la composición de la comunidades sociales. (Brunner, 39)

En el Chile de los años 90' se produce un quiebre en lo que se conocía por economía y su relación con el área social: “...se dará un gran salto adelante, hacia fórmulas que valoren la libertad individual, la creatividad de cada persona, la empresa privada y las fuerzas de mercado” (Extracto de conferencia de El Mercurio tomado de Subercaseaux, 75).

Estos cambios de los años noventa se presentan en el gobierno del demócratacristiano Eduardo Frei Ruiz-Tagle, ya que el país comienza a ingresar a la economía global gracias a la serie de tratados de libre comercio (TLC) que concreta con otras naciones. Es así como Chile inicia un mayor intercambio comercial que es transversal a toda la sociedad, lo que involucra cambios en la forma de consumo y producción de los chilenos, lo que incluye a los medios de comunicación.

### 2.3.3 LUN en la actualidad

En la actualidad, LUN está formado por once secciones: El día, Internacional, Sociedad, Economía, Deportes, Sólo autos, Económicos, Primera fila, Tiempo libre, Cultura y Bajativo. Además se incluyen algunos apartados, a modo de suplementos en algunos días de la semana como por ejemplo: Pymes, Reportajes, Revista de Transporte, Revista M, Revista Mercado Mayorista y Puzzles &Puzzles.

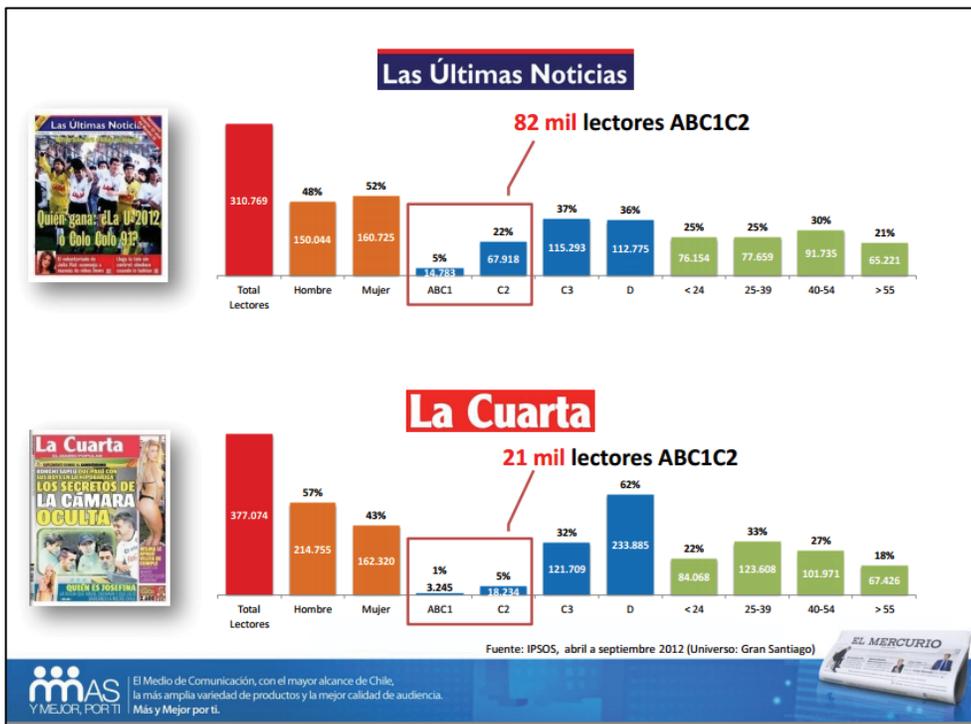
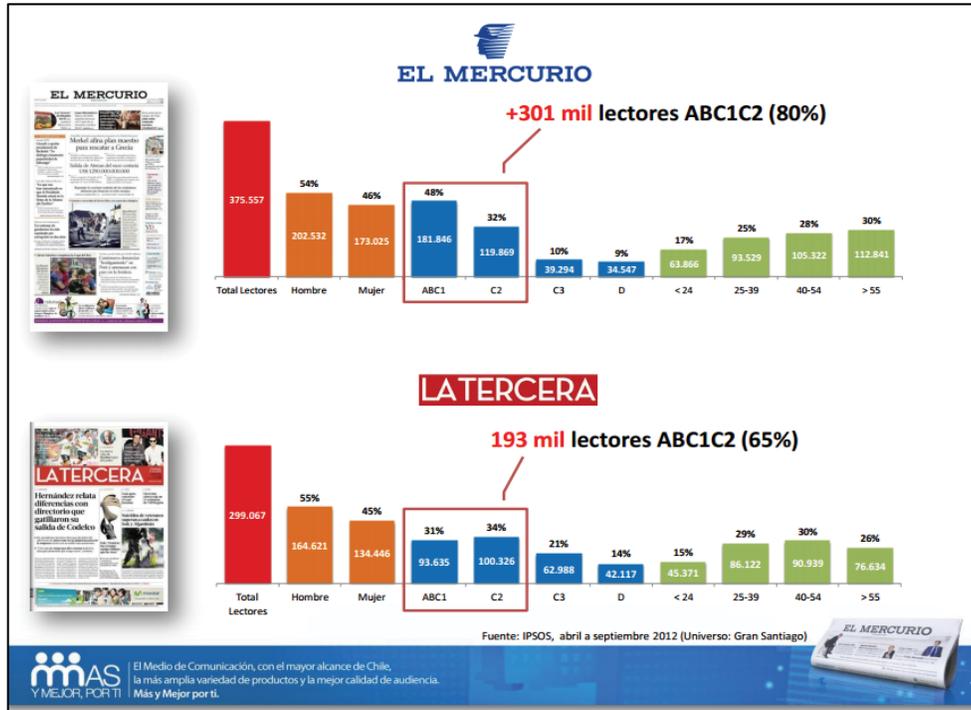
La empresa periodística El Mercurio define a Las Últimas Noticias como un

“...diario matutino de circulación nacional que trae, dentro de sus páginas, todo el acontecer noticioso del día, convirtiéndose en un diario de lectura compartida y en una herramienta de socialización entre los chilenos. Nuestro desafío es llevar en la portada el tema de conversación del día. Es un diario contingente, liberal, diverso y tolerante”. (tomado del sitio web “El Mercurio Media Center”, categoría Medios)

LUN plantea incidir en las temáticas cotidianas de la sociedad y generar un estrecho vínculo entre lo que ellos publican y las ideas de sus lectores. Se perfila como un diario transversal al pensamiento y la distribución socioeconómica de la población nacional. En este contexto Las Últimas Noticias puede perfectamente ser el diario de todos los chilenos.

Lo anterior tiene relación con el perfil del lector que ha logrado generar LUN. La audiencia de este diario, contando los ejemplares vendidos, queda socioeconómicamente distribuida de manera que no se aprecian grandes diferencias o saltos entre un estrato y otro al momento de consumir. Además, se presenta también un equilibrio entre los rangos etarios de sus consumidores.

El Estudio de Lectoría del Gran Santiago correspondiente al periodo entre abril y septiembre del 2012, realizado por la empresa IPSOS, da cuenta de lo anteriormente dicho, comparando a LUN con otros diarios de circulación nacional.



Las Últimas Noticias, con sus renovaciones y cambios temáticos, ha conseguido posicionarse dentro de los índices de lectoría en los primeros lugares, logrando que sus mensajes tengan mayor opción de ser leídos y, de esta forma,

influir en los comentarios y opiniones de la sociedad, tal como lo señala su descripción.

La Asociación Chilena de Agencias de Publicidad (ACHAP), a través de su estudio de índice de circulación y lectoría en Chile “Valida”, correspondiente al segundo semestre del 2012, determinó que en promedio durante la semana Las Últimas Noticias alcanza el número de 308.573 lectores en la Región Metropolitana. Esta cifra deja en tercer lugar de lectura a LUN, con respecto a los dos primeros lugares ocupados por La Cuarta y El Mercurio, respectivamente.

A pesar de que ambas investigaciones se centren en la Región Metropolitana, sus resultados sirven de parámetros para determinar la incidencia del diario en la población nacional. Es en este contexto que LUN se convierte en un diario interesante de analizar, debido a la transversalidad de sus lectores y, por supuesto, su posicionamiento en las ventas de sus ediciones.

Si bien el interés de estudio no son las audiencias de LUN o su características de consumo, sí nos parece relevante saber cuáles son los mensajes de los diarios más vendidos a nivel nacional, finalmente, qué ideas son las que transmite el diario más transversal a nivel de consumidores.

Cada uno de los contenidos de LUN tiene más posibilidades de ser recibido por la población de nuestro país, por lo que la cultura, tema de interés de esta tesina, no queda exenta de esta situación.

### III. MARCO TEÓRICO

Esta investigación se posiciona desde un paradigma teórico crítico, el cual desde un explicación ontológica, supone que

“es comprensible una realidad que anteriormente era plástica pero a la que a lo largo del tiempo, le han dado forma un cúmulo de factores sociales, políticos, culturales, económicos, étnicos y de género para después quedar cristalizados (materializados) en una serie de estructuras que ahora se consideran (inapropiadamente) reales, es decir, naturales e inmutables”. (Guba y Lincoln, 126-127)

Se establece que existe una realidad, una forma de hacer periodismo y por supuesto una determinada agenda con contenidos elegidos por los medios. Esta realidad, tangible, no se ajusta sólo a su objetividad, sino que en ella también se concentra el conjunto de creencias de cada medio.

Situarse en esta visión teórica, permite entablar esta investigación, la que se propone principalmente *identificar la representación social de cultura del diario Las Últimas Noticias (LUN) en su sección Cultura*, debido a que consideramos que en los contenidos de esta sección pueden encontrarse afirmaciones y atributos propios del medio de comunicación.

Los mass media forman parte del sistema cotidiano de emisión y recepción de ideas, imaginarios y bienes simbólicos. Por lo mismo, se han institucionalizado como los principales generadores de conceptos y al mismo tiempo, como industrias de información de las diferentes áreas del pensamiento social, político, económico y, por supuesto, cultural.

La cultura, como parte importante de los contenidos obligados de cada mass media, también es considerada como bien social, el que gracias a su difusión mediática, ya no pertenece sólo a un estrato socioeconómico capaz de adquirirla, sino que puede llegar a cualquier grupo de la humanidad. Sin embargo, qué es lo que los medios difunden como cultura, qué atributos le otorgan, a qué conjunto de creencias se asocia, es lo que esta investigación se cuestiona.

Para poder acotar teóricamente esta realidad, en este capítulo primeramente se entablará una discusión sobre la institucionalización de los medios y su masificación, luego se detallará la evolución del concepto de cultura, para explicar finalmente cómo ésta se relaciona con la mantención de una determinada ideología y cómo se expresa en ella la lucha por su poder de producción.

Para finalizar, se fundamentará lo que se comprende por representación social, cómo ésta se genera y presenta en el mensaje de los medios, es decir, su discurso.

### **3.1 Los medios se masifican, sus mensajes también**

En el mundo circulan una serie de ideas, significados y conceptos, que las personas hacen propios y conforman su cotidiano. La comunicación, como elemento histórico en la humanidad, ha permitido que esto sea posible y ha colaborado enormemente a la distribución de dichos elementos por todo el globo. Sin embargo, esta acción no se materializa por sí sola, sino que requiere de soportes que la conviertan en una realidad concreta.

Quienes sirven de canales para transportar estas ideas y se encuentran validados para realizarlo son los medios de comunicación. La tradición oral, con la modernización de la humanidad y específicamente la creación de la imprenta, es reemplazada por la acción de los medios, quienes gracias al avance de la tecnología contemporánea, no se limitan por las barreras ni del tiempo ni del espacio.

Como resultado de la industrialización de la sociedad, los medios de comunicación se institucionalizan como fábricas de mensajes, los cuales se propagan de forma masiva a un público que posee similares características, dando origen al fenómeno conocido como la comunicación de masas.

Denis Mcquail define los principales rasgos de la comunicación de masas, explicando que “la fuente no es una sola persona, sino una organización formal. Y el “emisor” suele ser un comunicador profesional. El mensaje no es único, variable e impredecible, sino, muchas veces “manufacturado”, estandarizado, siempre multiplicado en cierto sentido” (Mcquail, 56).

La audiencia como masa es una pieza fundamental en el proceso manufacturado de mensajes multiplicados, debido a que en sus características uniformes, se facilita el proceso de producción en serie. Para todos se fabrica lo mismo, se hegemonizan los productos generándose un sistema que, según Morató,

“...prescribe comportamientos: el individuo debe comportarse según lo que se espera de él, y consumir lo que el sistema produce para él. El esquematismo de la producción le exime de pensar, porque todo está pensado, porque él mismo, como consumidor, es un pensamiento elaborado por el sistema”. (Morató, 59)

La sociedad adquiere características de masa al momento de consumir. Se presentan ante ella una serie de productos mediáticos los cuales, regidos por las leyes del mercado no apelan a lo diferente, más bien, homogenizan sus productos para su fácil consumo. En la sociedad de masas

“todos los que pertenecen a la comunidad pasan a ser, en diversa medida, consumidores de una producción intensiva de mensajes a chorro continuo, elaborados industrialmente en serie y transmitidos según los canales comerciales de un consumo regido por la ley de la oferta y la demanda”. (Eco, 50)

Los medios de comunicación no son simples canales de información, sino empresas en un sistema de mercado. Edgar Morin plantea, que esta nueva configuración trajo consigo dos nuevas formas de comunicar “por una parte, la “multiplicación pura y simple”, sea de los flujos informativos como de los destinatarios de los mensajes. Por otra, la vulgarización de sus contenidos, es decir su preventiva “transformación para la multiplicación” (tomado Abruzzese, 191).

Los medios de comunicación, en su amplia variedad de contenidos y nuevas formas de comunicar, se institucionalizan en el sistema social. Los mass medias realizan “actividades de producción cultural e informativas llevadas a cabo por “comunicadores de masas” de muchas clases y dirigidas a audiencias en un marco de regulación y de costumbre” (Mcquail, 64), lo que solidifica su participación en el sistema social, permitiendo que se le acepten ciertas atribuciones y rasgos que conjugan el funcionamiento de la sociedad.

Uno de los rasgos especiales de esta institucionalización refiere a la “producción y distribución de “conocimiento” en forma de información, ideas y cultura, en respuesta a las necesidades colectivas y sociales, así como las demandas individuales” (Mcquail, 64). La comunicación se masifica y los medios son los encargados de generarla. Sin embargo, lo que queda en cuestión es la intencionalidad en la generación de estas ideas y conocimientos. La información es tratada por los medios, por lo que adquieren una serie de características, entre las que se encuentran:

a) “Los medios de comunicación constituyen un recurso muy poderoso: medio de control, manipulación e innovación de la sociedad, que puede sustituir a la fuerza o a otros recursos”. (Mcquail, 21)

b) Los medios de comunicación “se han convertido en una fuente dominante de definiciones e imágenes de la realidad social para los individuos, pero también colectivamente para grupos y sociedades; expresan valores y juicios normativos inextricablemente mezclados con las noticias y los entretenimientos”. (Mcquail, 21)

Los medios de comunicación, al funcionar en un sistema de mercado, también operan bajo las lógicas de poder que se derivan de éste. Quienes estén detrás de ellos, conduciéndolos, darán origen a la posición que tendrán los mensajes entregados en la sociedad. “Los medios de comunicación dependen esencialmente del ejercicio del poder por parte de otros, o a lo sumo son sus instrumentos. También son canales a través de los cuales se imprime dirección e ímpetu a los cambios sociales” (Mcquail, 22).

La comunicación de masas, a través de la producción industrial de mensajes logra mantener en constante flujo de información a las audiencias. Sin embargo como plantea Mcquail, la entrega de información en la relación emisor y receptor es “unidireccional y raramente interaccional, necesariamente impersonal quizás, “amoral” y calculadora, en el sentido de que el emisor no asume en general una responsabilidad moral por las consecuencias específicas que sobre los individuos y los negocios pueda tener el mensaje que pide dinero o atención” (Mcquail, 57).

Actualmente, las nuevas tecnologías de la información proporcionan herramientas que permiten que sus públicos puedan contrarrestar la unidireccionalidad de los mensajes de los medios masivos, configurando nuevos tipos de audiencia. Estas nuevas opciones de enfrentar el poder de posicionamiento temático de los mass media tienen relación con la creación de nuevos formatos comunicacionales que intentan visibilizar nuevas ideas de los temas que rondan en la opinión pública, o bien, tópicos que son omitidos por los medios de comunicación.

Sin embargo, la capacidad industrial y masiva de los medios en la emisión de mensajes, no permitiría que estas nuevas audiencias puedan competir con ellos en igualdad de condiciones. Más aún, considerando que estas tecnologías también son apropiadas por los medios, ocupando la totalidad de espacios comunicacionales existentes. De esta forma, el posicionamiento de los temas presentados por los mass media, tendrían la posibilidad de llegar a más personas, que los que surgen de estas comunidades emanadas de las nuevas tecnologías de la información.

Cabe destacar, que el acceso a estas herramientas por parte de la ciudadanía y la sociedad en general no es democrático, ni para todos igual. No se garantiza que su uso sea sólo con fines informativos o con relación a los medios de comunicación, lo que seguiría dejando a estas nuevas audiencias en desventaja, frente a la producción masiva y estandarizada de la comunicación de masas.

### **3.2 ¿Qué entendemos por Cultura?**

Los medios de comunicación en sí son un proceso cultural, sin embargo, a la hora de relacionar la cultura con ellos, se considera a esta última como parte de sus contenidos fundamentales y, por ende, de su agenda mediática. Sin embargo, se pueden apreciar diferentes aristas a la hora de tratar la información cultural. Puede que ésta refiera a las artes, o bien a la academia y los nuevos conocimientos, al folclore o las tradiciones, entre otros.

Es por esto que hablar de qué es cultura puede significar una gran discusión, en la que diferentes elementos del arte, la vida social y las creencias se conecten. La

gran variedad de enfoques que los medios le pueden otorgar, es resultado de la variación que el concepto como tal ha experimentado en el tiempo.

Los cambios históricos de la humanidad, sin duda, han modificado la forma en que ésta comprende el mundo, transformación en la que la cultura no ha sido excluida. Su evolución ha estado marcada por la incorporación de diferentes elementos intelectuales, sociales, políticos y económicos.

Según el sociólogo Jorge Larraín, la concepción que hoy utilizamos de cultura, se asocia a la llegada de la modernidad. Anterior a este período, la cultura era comprendida como el cultivo de las cosechas y los animales, lo que se derivó al desarrollo de la mente (Larraín, 88). Con la llegada de la Ilustración, el término se comenzó a relacionar con el concepto de civilización, el que aludía al progreso material, espiritual e intelectual. (Larraín, 88)

La humanidad iluminada y moderna, despierta de una época oscura, realzando su capacidad de razonamiento, la que comienza a “servirse de su inteligencia sin guía de otro” (Kant, 249). La cultura ilustrada se asocia entonces a la demostración más tangible del espíritu humano, consciente de su capacidad de pensar en un futuro y desarrollo en la creación, despojada de elementos metafísicos y religiosos que no la dejaban avanzar por sí misma.

En este empoderamiento de la sociedad, las ganas de construir un camino en vías al bien común, al mejoramiento y al buen vivir, es que las relaciones humanas, las reivindicaciones sociales y políticas también lo hacen. El concepto de Estado, la economía como superestructura que regula el devenir social y la configuración de clases sociales conforman una nueva comprensión histórica de mundo, en la que la cultura no queda fuera.

Jorge Larraín propone que a raíz de estos cambios, la cultura comienza a perder su connotación universalista. Cada pueblo, cada grupo social en proceso de desarrollo, crea nuevas formas intelectuales que darán como resultado “diferentes culturas” como plantea J.G Herder. (tomado de Larraín, 89)

La sociedad, en su progreso económico a principio del siglo XIX, comienza un ascendente proceso de especialización del trabajo y distinción de las clases que detentan el poder y quienes trabajan para ellos. En torno a estos mismos cambios, es que se observa la transformación técnica de cultura en las artes, lo que restringiría el concepto. Terry Eagleton, explica que “en su comprensión más amplia, cultura incluirá toda actividad intelectual en general: la ciencia, la filosofía y la academia” (tomado de Larraín, 90) configurando una concepción del término, que incluye todas las facultades humanas.

Este giro antropológico del concepto, avanza hacia una incorporación de nuevos elementos que dan énfasis al desarrollo más bien social de la humanidad. Esta nueva significación consiste “en el conjunto interrelacionado de creencias, costumbres, leyes, formas de conocimiento y arte como también de artefactos materiales, objetos e instrumentos que pertenecen a los miembros de una sociedad y que los distinguen de otras sociedades” (Larraín, 90).

A partir de esta definición, la cultura empieza a relacionarse con elementos identitarios de cada grupo social que la genera. Las formas de conocimiento y las creencias que son compartidas por estos grupos, determinan sus características propias y los une en torno a significados comunes. Es por esto que, ya a mediados del siglo XX, se comienza a entregar importancia a la red de significados que la cultura entrega. Raymond Williams, para ese entonces, definía cultura como “una descripción de un modo particular de la vida, que expresa ciertos significados y valores, no solo en el arte y el aprendizaje, sino también en las instituciones y en la conducta ordinaria” (Larraín, 92).

El entender la cultura como la expresión de los significados de una comunidad o localidad, amplía completamente el concepto en cuanto a su materialización en el cotidiano y qué lugar ocupa en las estructuras e instituciones sociales que mantienen cierto orden establecido en los grupos sociales. La cultura comprendida como la descripción de un modo de vida, se convierte en un elemento importante a la hora de preguntarse: ¿Quién genera o produce estas descripciones y significados?

Stuart Hall plantea que la cultura se materializa a través de los procesos de producción, condiciones que se logran a través de las relaciones de colaboración entre hombres y mujeres, las que se fundamentan en las formas de producción material, en la organización del trabajo, las instituciones económicas, la organización civil, política y familiar; las que en su conjunto y en determinadas momentos históricos, concretan formas o modos de vivir, los cuales darían origen a la cultura. (Hall, 3)

La organización social y la distribución de los roles que ocupan las personas dentro de ella, no es al azar, sino que se evidencia en la relación entre quienes detentan el poder de producción del capital material o de significados (capital simbólico y de conocimientos) y quienes trabajan para ellos y a la vez consumen. Esto se fundamentó en las principales ideas del marxismo en que la sociedad, gracias a esta división, estaba estratificada en clases sociales de explotadores y explotados, las cuales se encuentran en una constante lucha.

La cultura como bien material, puede ser comprendida como un elemento de producción simbólica, proceso que no está exento de lucha entre quienes son los que detentan la jerarquía de su fabricación y qué producto es el que finalmente predomina entre quienes lo consumen. Si se entiende así, la cultura puede resultar un elemento de transmisión ideológica y dominación por parte de grupos de poder a otros supeditados a ellos.

A raíz de lo mencionado, Antonio Gramsci, plantea que la ideología comprendida como un “sistema de ideas” o “una concepción de mundo” está implícitamente en el arte, el derecho, la educación, la economía y en general, en las manifestaciones de la vida social, tanto colectiva como individual. (tomado de Larraín, 2007, 108)

La cultura comprendida en todas sus versiones y sesgos está inserta en las creencias y formas de vida de quienes la producen. Es así, como las escuelas, los medios de comunicación, la iglesia, el Estado son instituciones oficiales que, según Gramsci, generarían ideas sobre el modo de vivir. La ideología en estos espacios,

sería producida y diseminada, materializándose la hegemonía. (tomado de Larraín, 2007, 109)

El autor denomina la hegemonía como el dominio que se logra sobre otros mediante un liderazgo intelectual y moral. “La clase dominante logra hacer aceptar voluntariamente por otros grupos sociales todo un sistema de valores, actitudes y creencias que apoyan el orden establecido” (tomado de Larraín, 2007, 109).

La cultura, el modo de vivir y los significados comunes de un grupo social, serían en sí mismos una ideología, y quienes las producen y comunican, los encargados de mantener estas ideas como predominantes, de esta forma, materializándose la hegemonía. Los medios de comunicación, por su parte, se configuran como “superestructuras”, las que según Hall, en su institucionalización dentro del campo social y la entrega de información, logran conservar las ideas hegemónicas.

### **3.3 La cultura en los medios de comunicación: cultura de masas o cultura para las masas**

Los medios de comunicación como generadores de contenidos, incluyen dentro de estos elementos culturales que al igual que el resto de las informaciones y conocimientos transmitidos reciben un tratamiento industrial. El proceso por el cual se crean estos conocimientos responde a las lógicas mercantiles, la producción en serie y su estandarización.

El proceso de transmisión de contenidos culturales se ha conocido como “cultura de masas”, el cual es descrito por Bauman como “el inevitable resultado de procesos prácticamente universales de la sociedad moderna: la aparición del mercado, la supremacía de la organización a gran escala y la disponibilidad de la nueva tecnología para la producción cultural” (tomado de Mcquail, 62).

Lo positivo y negativo de este sistema de producción cultural, es descrito por Umberto Eco, quien presenta un debate histórico acerca de los beneficios y desventajas de la cultura de masas para la sociedad. La primera tiene relación con

una mirada positiva de este fenómeno, asociada a un grupo de teóricos denominados por el autor como los “Integrados”. (Eco, 30)

Ellos rescatan la capacidad de los medios de comunicación de socializar la cultura, ya que principalmente se democratizaría el acceso a ella y propendería a la igualdad de oportunidades culturales. Existiría una evidente promoción al estilo y las artes. Apelan a que las formas de entretenimiento entregadas por la cultura de masas no deberían ser consideradas de forma negativa. (Eco, 68-73)

Por otra parte, las críticas a la cultura de masas se resumen en la visión de los “Apocalípticos” (Eco, 31), quienes plantean que los medios de comunicación presentarían un solo concepto de cultura a sus audiencias masivas, homogenizando el concepto y sus posibles renovaciones. Además no sólo entregan contenidos, sino que también, hasta lo que el consumidor debe sentir y desear al momento de recibir los productos culturales, debido a las características mercantiles de su producción. (Eco, 64-67)

Ante estas dos visiones, se devela una razón central del cuestionamiento a la cultura de masas que tiene que ver con la mercantilización de la cultura, entendiéndola en términos generales como bien social, parte de la creación humana y las bellas artes. Si bien, los integrados, en un afán optimista defienden los beneficios de la cultura masiva y los apocalípticos reniegan de su actuar en la sociedad, el mercado amparado en un sistema capitalista, es quien da pie a esta nueva configuración en la entrega de contenidos culturales.

Mcquail plantea que al arraigarse este sistema de masificación cultural en la sociedad, más allá de su beneficio o desventaja, se logró el éxito de una clase dominante direccionada por el mercado.

“Todo el sistema de producción masiva de bienes, servicios e ideas había impuesto más o menos completamente el sistema del capitalismo, junto con su devoción por la racionalización tecnológica, el consumismo, la gratificación a corto plazo y el mito de la “ausencia de clases sociales”. (Mcquail, 95)

La producción estandarizada de bienes culturales, legislada por el mercado, se convierte en un beneficio para los grupos que operan los medios de comunicación. A través de ellos se transmite su ideología siendo los productos culturales, la “mercancía” como propone Mcquail, “el principal instrumento ideológico de este proceso, pues parece que las bellas artes e incluso la cultura crítica y de oposición pueden entrar en el mercado en busca de beneficios, al precio de perder su poder crítico” (Mcquail, 95).

Elssy De Ramos, plantea que la dominación por parte de determinados grupos de poder de las masas, por medio de la transmisión de estos contenidos, es un hecho y que por lo mismo, la idea y pensamientos de los poderosos se perpetúan.

“...la masa comparte la ideología de las clases elitarias como suya propia y las clases elitarias muy inteligentemente perpetúan y refuerzan esta situación a través de los medios masivos y con la complicidad de la cultura de masas, cuyo contenido ideológico no solamente se ubica al individuo en relación con sus derechos y actividades políticas, sino que también controla el surgimiento de movimientos que cuestionan la situación y promueven un cambio”. (De Ramos, 109), explica la autora.

Los medios de comunicación como agentes productores de cultura de masas, deben conservar los cánones con la que ésta se genera. Si el sistema se altera ésta deja de ser un negocio probado y confiable, desarticulando el statu quo de consumidores creados por este mismo sistema.

Se presenta un problema mayor a los beneficios o desventajas de una cultura masiva, ya que existe una relación entre determinados grupos de poder, que con un afán productivo, posicionan a la cultura como un bien de consumo, entregándole características propias del sistema de mercado. Eco, plantea que la problemática de los Apocalípticos y los Integrados está mal planteada. El autor sostiene que

“... dado que la cultura de masas en su mayor parte es producida por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios, permanece sometida a todas las leyes económicas que regulan la fabricación, la distribución y el consumo de los demás productos industriales: “El producto debe agradar al cliente, no debe

ocasionarle problemas, el cliente debe desear el producto y debe ser inducido a un recambio progresivo del producto”. (Eco, 74)

El problema no radica simplemente en la visión positiva o negativa de la masificación, en sus posibles beneficios o, por el contrario, en su origen industrial como propone Eco, sino más bien, la dificultad se centra en quienes están detrás de estas producciones y sus intereses, no tan sólo económicos sino también aquellos que buscan hacer prevalecer una ideología. La cultura de masas, “es maniobrada por “grupos económicos”, que persiguen finalidades de lucro, y es realizada por “ejecutores especializados” en suministrar lo que se estima de mejor salida, sin que tenga lugar una intervención masiva de los hombres de cultura en la producción” (Eco, 76).

La cultura de masas es entendida como un proceso, el cual posee finalidades de persuasión para perpetuar las ideas del grupo que la produce. Desde ese paradigma, se comprende a la cultura utilizada como materia prima para la mantención de un sistema de acumulación de riquezas y priorización de la producción, más que del desarrollo humano y social.

### **3.4 Los medios como industria, la cultura como producto**

Los medios comprendidos como generadores de contenidos culturales se convierten en industrias culturales, concepto propuesto por Max Horkheimer y Theodor Adorno, ambos académicos de Escuela de Fráncfort, principales exponente de la Teoría Crítica, la que plantea una discusión y reflexión ideológica sobre las condiciones sociales e históricas de la humanidad.

Este concepto fue empleado en la obra *Dialéctica de la Ilustración*, donde Adorno plantea que, la expresión cultura de masas fue sustituida por industria cultural “para eliminar desde el principio la interpretación más corriente, es decir, que se trata de una cultura que surge espontáneamente de las propias masas, de una forma contemporánea de arte popular” (tomado de Wolf, 94).

Soledad Ruano, añade que este cambio conceptual, se realiza “para explicar un cambio en los proceso de transmisión de la cultura, cambio que se estaba rigiendo por el principio de mercantilización y que modificaba de manera sustancial su carácter tradicional” (Ruano, 64).

Adorno y Horkheimer definen la industria cultural como un procedimiento en que “film, radio y semanarios constituyen un sistema. Cada sector aparece armonizado en sí mismo y todos entre sí” (tomado de Wolf, 94) La industria cultural genera un método de masificación, desde el comienzo de la fabricación de productos culturales hasta el consumidor que lo recibe, “esta técnica (...) ha llegado sólo a la igualación y a la producción en serie sacrificando aquello que lo distinguía del sistema social” (Adorno y Horkheimer, 1).

En el marco de este proceso de producción es donde las características del arte y la cultura se pierden, debido a la importancia otorgada a la estandarización de éstos para su fácil propagación en un sistema de mercado que busca imponer de esta forma su ideología.

“Film y radio no tienen ya más necesidad de hacerse pasar por arte. La verdad de que no son más que negocios les sirve de ideología, que debería legitimar los rechazos que practican deliberadamente. Se autodefinen como industrias y las cifras publicadas de las rentas de sus directores generales quitan toda duda respecto a las necesidades sociales de sus productos”. (Adorno y Horkheimer, 1)

Todos los productos culturales de esta industria son sometidos a su técnica, “pueden ser consumidos rápidamente incluso en estado de distracción. Pero cada uno de ellos es un modelo del gigantesco mecanismo económico que mantiene a todos bajo presión desde el comienzo, en el trabajo y en el descanso que se le asemeja” (Adorno y Horkheimer, 4).

Los productos culturales son la materialización por la cual se mantiene la ideología del grupo que maneja las industrias culturales. Lo que éstas ofrecen “como completamente nuevo no es más que la representación en formas siempre distintas de algo siempre idéntico; el cambio enmascara un esqueleto, en el que es tan poco

lo que cambia como en el mismo concepto de beneficio, desde que éste ha conquistado el predominio sobre la cultura” (tomado de Wolf, 95).

Desde su aparición, de los medios de comunicación, se han consagrado como las principales industrias culturales, debido a su alcance con las audiencias y la gran capacidad para producir en serie. Entendiendo en este sistema a los medios de comunicación es que se justifica su técnica, es decir, como explica Mauro Wolf, “el mercado de masas impone estandarización y organización: los gustos del público y sus necesidades imponen estereotipos y baja calidad” (Wolf, 94).

La cultura en las industrias culturales deja de tener un carácter social, sobre todo desde que prevalecen las ganancias económicas. El consumidor es una creación de esta industria y sus productos le otorgan incluso lo que debe sentir, pensar y posteriormente querer. Todo está dado y fríamente calculado para el beneficio del negocio.

Según lo anterior, la cultura al ser bien de carácter mercantil es un producto que puede estar en disputa por quien posee sus derechos. No obstante, entendida como conjunto de comprensiones de un grupo social, también puede entrar en terreno de lucha por la apropiación de este capital. Ambas materializaciones de la cultura caben dentro de un “sistema simbólico de producción y consumo” y de “relaciones de poder”, a través de la teoría de los campos de Pierre Bourdieu.

El autor propone que la sociedad estratificada en clases sociales en una constante relación de lucha (principal fundamento del marxismo), actúan dentro de determinados campos, ya sea, económicos, políticos, de educación, culturales, etc. donde se producen relaciones de producción, consumo y poder. Al respecto resulta pertinente referir la visión de Bourdieu, quien explica que

“la estructura del campo es un estado de la relación de fuerzas entre los agentes o las instituciones que lo intervienen en la lucha o (...) distribución del capital específico que ha sido acumulado durante luchas anteriores y que orienta las estrategias anteriores”. (Bourdieu, 2002,109)

María José Villa explica que estos campos están compuestos por dos elementos: el capital simbólico o material común y la lucha por su apropiación (Villa, 4) En el campo cultural, la autora explica que se encuentran una “serie de sistemas de agentes e instituciones inter-relacionados y definidos por sus roles en la división del trabajo (de producción, reproducción y difusión de los bienes culturales) y que un objeto cultural tiene, además de un valor comercial, un valor cultural que lo constituye en un bien simbólico” (Villa 5).

La creación o adquisición de estos elementos, en una relación de producción y consumo, está supeditada a la elección de los consumidores. Elegir entre un producto y otro, entrega una posición en la correlación de fuerzas dentro del campo cultural. Esto debido a que apropiarse de lo que se considera más valioso dentro de todas las materializaciones de la cultura, indica una posición de poder frente a los que no las adquieren.

Lo mismo ocurre en cuanto a la producción, ya que, quién crea “arte” legítimo por ejemplo, o tradiciones aceptadas por sus pares, hacen prevalecer su visión de mundo, es decir su ideología, lo que podría sustentar una posición de hegemonía frente al resto de participantes del campo. De esta forma, se genera una relación de lucha y de poder dentro de un determinado grupo social por el bien cultural.

Bourdieu explica cómo se analizan y dividen estas prácticas en el campo cultural a través de niveles culturales, los cuales se clasifican por la elección estética de productores y consumidores en “gustos”. Éstos son comprendidos como el conjunto de elecciones, prácticas y propiedades de una persona o un grupo, en la que confluyen las subjetividades del creador y el consumidor. (Bourdieu, 1990, 144 - 146)

Nestor García Canclini, en su introducción a la “Sociología y Cultura” de Pierre Bourdieu, explica que la clasificación de estos gustos, según el rol que cumple el sujeto o institución en el campo cultural, se distingue en el “gusto legítimo”, “gusto medio” y “gusto popular” (tomado de Bourdieu, 1990, 16). Esta división está asociada con las características de cada clase social inserta en el campo cultural, la que se

diferencian según García Canclini por “la composición de sus públicos (burguesía, clases medias, populares), por la naturaleza de las obras producidas (obras de arte/bienes y mensajes de consumo masivo) y por las ideologías político-estéticas que los expresan (aristocratismo esteticista/ascetismo y pretensión/pragmatismo funcional)”.

Es así como el gusto legítimo, acuñado también como gusto de la burguesía o estética burguesa, refiere a la “competencia artística” exigida por la cultura en todas sus expresiones. El autor plantea que “las obras se ordenan por tendencias según rasgos estilísticos, sin importar las clasificaciones que rigen los objetos representados en el universo cotidiano” (tomado de Bourdieu, 1990, 17). Este tipo de estética supone un conocimiento de los principios legitimados y calificados por la academia, los premios, etc. “requiere una disposición más cultivada al acceder al sentido de la producción” (tomado de Bourdieu, 1990, 18).

El gusto medio, estaría constituido por la industria cultural en sí misma, se privilegia la gran producción antes que las competencias específicas para la creación. García Canclini, plantea que “se distingue por usar procedimientos técnicos y efectos estéticos inmediatamente accesibles por excluir los temas controvertidos en favor de personajes y símbolos estereotipados que facilitan al público masivo su proyección e identificación”. (tomado de Bourdieu, 1990, 19)

En cuanto al gusto popular, el autor explicando lo acuñado por Bourdieu sostiene que el gusto popular apela directamente a una “estética pragmática y funcionalista” (tomado de Bourdieu, 1990, 22), las elecciones se delimitan específicamente en lo necesario. No hay un interés de entender junto lo estético con lo práctico, ya que el gusto popular se basa en “modelos de elaboración simbólica particulares, no reductibles a las relación con los modelos hegemónicos” (Villa, 6).

Esta delimitación de los gustos, una clasificación estética del campo cultural, coincide con una visión de mundo, visión de la cultura, es decir, una ideología. Estas creencias, pueden ser reproducidas por los medios de comunicación generando ideas de lo que es o no la cultura e incluso hegemonizándolas en la relación de

producción y posterior consumo cultural, como una opción legítima o lo que es más peligroso aún, como la única opción.

### **3.5 Representaciones sociales: una creación de los medios de comunicación**

Los mensajes publicados por los medios de comunicación están formados por ideas, creencias y significados de la realidad, los cuales se transmiten en los contenidos que éstos ofrecen. Por lo mismo, es importante conocer qué elementos conforman la información entregada por los medios, ya que a través de ella, se da a conocer a la sociedad una visión de la realidad que para muchas personas puede ser la única que existe.

El riesgo de que la información entregada por los medios de comunicación sea comprendida como la realidad en su totalidad, es importante, ya que ésta es abordada durante determinados períodos, sobreponiendo hechos que pueden o no tener correlación alguna. Lorenzo Gomis plantea que “No hay orden cronológico, ni otra relación entre las noticias que una relativa clasificación en secciones. Las noticias se buscan, se cogen o tiran y las que caben en un espacio o tiempo fijados se yuxtaponen. Y esa yuxtaposición de noticias forma la imagen periodística de la realidad presente” (Gomis, 19-20).

Esta realidad fragmentada es entregada por los medios de comunicación, como estructuras validadas para posicionarlas en el comentario público y en las conversaciones diarias. Los medios como parte de la estructura social, con sus contenidos aportan a la creación de ideas, de conocimientos y de significados. Denise Jodelet llama a este conjunto simbólico Representaciones Sociales (RS de aquí en adelante), las cuales se explican como

“...la manera en que nosotros sujetos sociales, aprehendemos los acontecimientos de la vida diaria, las características de nuestro medio ambiente, las informaciones que en él circulan, a las personas de nuestro entorno próximo o lejano. En pocas palabras el conocimiento “espontáneo”, ingenuo (...) que habitualmente se denomina conocimiento de sentido común (...) Este conocimiento se constituye a partir de nuestras experiencias, pero

también de las informaciones, conocimientos y modelos de pensamiento que recibimos y transmitimos a través de la tradición, la educación y la comunicación social. De este modo, ese conocimiento es en muchos aspectos un conocimiento socialmente elaborado y compartido”. (tomado de Araya, 27)

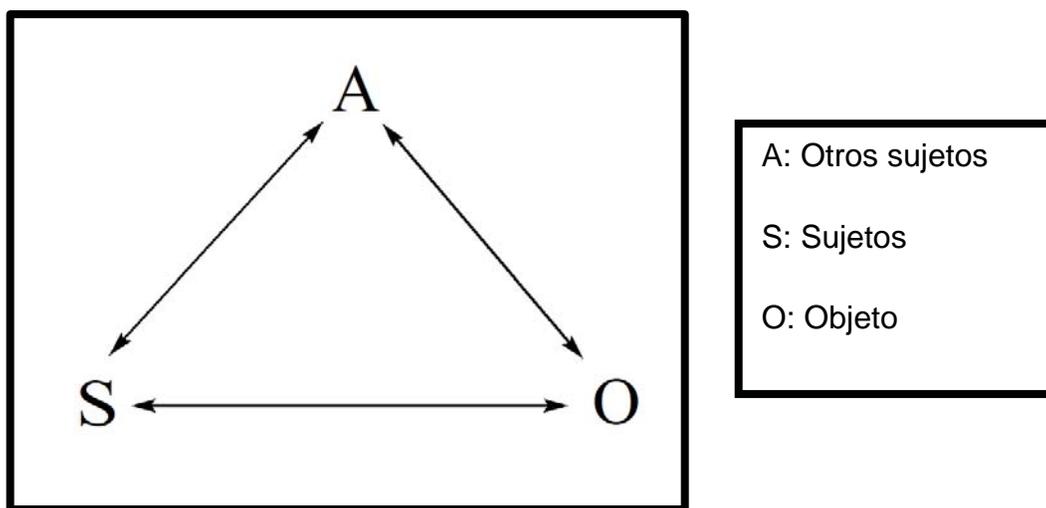
Cada medio de comunicación responde a cierto conjunto de creencias y valores para determinar su agenda de contenidos. La cultura como parte de los temas tratados, no queda exenta de estos parámetros. Sandra Araya sostiene que “los medios de comunicación de masas tienen un peso preponderante para transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos de conductas” (Araya, 34). Además de tener este rol, los medios actúan como voces en la esfera pública y del pensamiento y conocimiento de una comunidad, por lo que no están ajenos a generar sus propias RS.

Es importante reconocer la influencia que los medios tienen en la construcción social de la realidad. Ellos transmiten elementos que dan forma a las representaciones sociales que tiene el campo social en el que se desarrollan. Las RS ayudan a entender las creencias que tienen las personas que conviven y conocen un entorno común.

Las RS no son elementos aislados, no son significados objetivos alejados de las creencias de un grupo social, sino que nacen de él, por lo que se encuentran absolutamente relacionadas al contexto en el que conviven. De esta forma, las RS están compuestas por la ideología, los valores y las normas de la comunidad en las que se crean.

En este escenario, la cultura se relaciona con las representaciones sociales, ya que ésta es parte del desarrollo de las personas y en ella se encuentra el capital simbólico y conceptual de una sociedad. Considerando esta relación, es que María Auxiliadora Banchs comenta que, “con las representaciones sociales lo que se busca es entender en qué medida sus contenidos reflejan los substratos culturales de una sociedad, de un momento histórico y de una posición dentro de la estructura social” (tomado de Araya, 16).

Debido a la interacción que existe entre los sujetos, es que se plantea un esquema trídico que grafica la relación que finalmente forma las representaciones sociales. Serge Moscovici (1991) presenta los elementos que se relacionan en el siguiente esquema:



Esquema 1 (Araya, 17)

“en la interacción sujeto-objeto, no existe un solo sujeto, sino que intervienen otros sujetos, a los que el autor les llama Alter (A), que además, de relacionarse estrechamente entre ellos y ellas, guardan también íntima relación con el objeto social”. (tomado de Araya, 17)

En este esquema interactúan los sujetos, objetos y los otros sujetos, validando así la convivencia social como parte elemental de la formación de esta teoría. La construcción de las RS, es posible gracias a la interacción de los miembros de un grupo social, quienes comparten comprensiones de su entorno, de los elementos abstractos y concretos que rodean su espacio común.

Los medios de comunicación son comprendidos como un grupo social, que a partir de la interacción de sus miembros, como por ejemplo, periodistas, editores, administrativos, diseñadores gráficos, fotógrafos y elementos como la línea editorial y la escala de valores al que está adscrito, también generan representaciones sociales.

A su vez, el medio completo como sujeto con voz en el campo social con el que se comunica, es capaz de posicionar sus mensajes en la esfera pública, incidiendo en las RS que generan sus audiencias. La información y los significados entregados, son apropiados por los receptores y compartidos con sus pares.

### **3.6 Cómo los grupos sociales generan las RS**

Las representaciones sociales, como ya se ha mencionado, son producto de la interacción de los sujetos, objetos y los otros sujetos, los que aúnan sus simbolismos, modos de vida y significados para formar este conjunto de creencias, valores e ideas. Al ser las RS un elemento compartido por una sociedad, se requiere que existan métodos que permitan que los miembros de un grupo social puedan incorporar de forma natural la RS que conviven en su entorno. Estos procesos son denominados objetivación y anclaje.

Martín Mora explica estos conceptos acuñados por Moscovici, en donde plantea que el proceso de objetivación, pretende reducir la incertidumbre de lo ajeno del grupo que da origen a las RS, creando una imagen de lo desconocido por medio del proceso que

“...va desde la selección y descontextualización de los elementos hasta formar un núcleo figurativo que se naturaliza enseguida. Es decir, lo abstracto como suma de elementos descontextualizados debe tornarse una imagen más o menos consistente en la que los aspectos metafóricos ayuden a identificarla con mayor nitidez”. (Mora, 11)

Al tener una imagen clara sobre determinado concepto es más fácil que éste sea interiorizado y compartido por una comunidad. Ésta es la que le otorga a la imagen una carga de atributos, tales como valores y afectos, lo que permite que todo concepto sea naturalizado por el grupo social, por lo mismo deja de ser algo desconocido y rechazado. De esta forma se crean categorías que permiten a la comunidad hacer tangible lo intangible.

Una vez que los elementos abstractos se han objetivado y logran ser relacionados con una imagen cargada de valores, otorgados por la sociedad, continúa el proceso de anclaje, el cual Moscovici define como la acción que

“Designa la inserción de una ciencia en la jerarquía de los valores y entre las operaciones realizadas por la sociedad. En otros términos, la sociedad cambia el objeto social por un instrumento del cual puede disponer, y este objeto se coloca en una escala de preferencia en las relaciones sociales existentes”. (tomado de Mora, 12)

Se entiende este concepto como la forma de incorporar las RS en la forma de pensar y actuar de las personas en su vida cotidiana. Es mediante este proceso que las RS de distintos conceptos entregados por los medios, permitirá a la sociedad interpretar la realidad que el medio de comunicación les está entregando sobre determinados temas.

Las RS generadas e incorporadas a determinados grupos sociales, poseen elementos que son conocidos y compartidos por ellos, que de no existir como significados comunes, no podrían permitir la generación del fenómeno de las RS. Algunas de estas categorías simbólicas son la actitud, los estereotipos y la ideología.

En la información entregada por los medios se puede identificar la actitud con la cual se cubrió la noticia o se trató el hecho, ya que ésta corresponde a la orientación con la que el sujeto se relaciona con la representación social, por lo mismo puede ser positiva o negativa. Para Sandra Araya “La actitud expresa el aspecto más afectivo de la representación, por ser la reacción emocional acerca del objeto o del hecho” (Araya, 40).

Dentro de la actitud de una noticia es posible evaluar si la información entregada está compuesta por estereotipos que son “categorías de atributos específicos a un grupo o género que se caracterizan por su rigidez” (Mora, 18). Esto se relaciona con las clasificaciones que existen en la sociedad, vale decir, los estereotipos sirven para identificar, según las características otorgadas, a un grupo de personas, hechos u objetos.

Los medios de comunicación, conformados por sujetos, y comprendidos como un más dentro de un grupo social, es que a la hora de dar a conocer determinadas informaciones también hacen valer las creencias a las que se adhieren. Éstas son

comprendidas como “proposiciones simples, conscientes o inconscientes, inferidas de lo que las personas dicen o hacen” (Araya, 44).

Las creencias pueden describir si un objeto es verdadero o falso, o bien si es correcto o incorrecto. Puede ser evaluado como bueno o malo y como un modo de acción deseable o indeseable. Este conjunto de creencias y valores que califican lo que se hace visible en el entorno común, se puede comprender como la ideología, es decir, “como creencias fundamentales que subyacen en las representaciones sociales compartidas por tipos específicos de grupos sociales. Estas representaciones son a su vez la base del discurso y otras prácticas sociales” (Van Dijk, 2005, 15).

Considerando que estos elementos se pueden encontrar en los mensajes entregados por los medios de comunicación, es importante saber de qué forma son presentados. Es en este punto donde se encuentra la importancia del discurso, el cual es el soporte que tienen los medios para presentar sus ideas y sus representaciones sociales sobre diversos temas.

Lo anterior quiere decir que se entiende al medio de comunicación como el canal por el cual se emiten los mensajes sostenidos en su discurso, y que éste entrega a la sociedad visiones de mundo y de interacción social generadas por el medio.

### **3.7 El discurso como base de las representaciones sociales**

Las representaciones sociales, entonces, son extraídas de los contenidos propuestos por los medios de comunicación sobre determinado tema, pero éstas vienen codificadas en mensajes que sólo son posibles de comunicar a través del discurso, ya sea oral o escrito.

El discurso constituye una parte fundamental en la vida social de las personas, además de ser un instrumento de información. Desde el punto de vista discursivo, hablar o escribir no es otra cosa que construir piezas textuales orientadas a unos

finés y que se dan en interdependencia con el contexto lingüístico, local, cognitivo y sociocultural.

En relación a lo anterior, “el discurso no sólo constituye un fenómeno histórico, social o cognitivo, sino también, y por sobre todo, es un medio de interacción social y de diálogo” (Bolívar, 22). De esta manera, se entiende el discurso según la concepción de Fairclough, quien establece que el discurso es el habla, “el uso individual de la lengua, así como la práctica social, puesto que mediante éste las personas actúan sobre el mundo, entre sí mismo y lo usan como medio de representación” (tomado de Villanueva, 1).

De lo anterior se extrae la importancia del discurso como un soporte, como la vía para transmitir mensajes con contenidos guiados por fines institucionalizados. Las principales instituciones que entregan mensajes intencionados son los medios de comunicación, puesto que tienen una amplia cobertura de público y además corresponden a uno de los principales canales por los cuales la sociedad se informa, haciendo que los discursos que éstos emiten sean legitimados socialmente.

El discurso de los medios se desprende de sus creencias y valores, sus contenidos y las mismas representaciones que entregan respecto a determinado tema. Las audiencias asimilan lo publicado y lo convierten en sus informaciones cotidianas, en los temas centrales en lo que basarán sus conversaciones y discusiones sociales. Finalmente, influirán en su apreciación sobre determinados asuntos.

El mismo Fairclough plantea que una de las funciones del discurso es la de construir un ideal (función ideacional) que es capaz de cimentarse a través del conocimiento y las creencias de un determinado lugar (tomado de Villanueva, 1). De esta forma, el discurso se encargaría de promover y reproducir estructuras sociales, concepciones de mundo, representaciones y estereotipos que son aprehendidos por la sociedad como su realidad, dado que genera “un sistema de ideas, representaciones y actividades que determinan a un individuo o a un grupo de

personas” (Murillo y Vergara, 207). Este conjunto de ideas es conocido como ideología.

### **3.8 Los discursos y la lucha por la hegemonía**

Como fue explicado anteriormente, el discurso es utilizado para transmitir mensajes que facilitan la comunicación, los cuales, tienen un propósito por quienes los emiten y que generan un impacto en el grupo que los recibe. Esto, debido a que

“El discurso es eje de la actividad social, mediante el cual se ejerce poder, dado quien emite un discurso, busca-ante todo- convencer y cambiar la mentalidad de los receptores, mediante la comunicación de creencias, actitudes y valores entre otros, pues a partir de los discursos, como se ejerce un control ‘sutil’ sobre las mentes de un grupo determinado”. (Rojas y Suárez, 53)

Jäger explica lo anterior aludiendo a que “mediante los discursos se puede inducir comportamientos y generar (otros) discursos. De este modo, contribuyen a la estructuración de las relaciones de poder en una sociedad” (tomado de Wodak y Meyer, 68). Es por esto que “los distintos sectores intentan, a través del discurso, ejercer su poder y establecerse como grupo dominante; por lo tanto, en el discurso se puede observar la lucha de poderes entre ellos” (Murillo y Vergara, 209).

En cuanto a la hegemonía de los mensajes entregados por los medios, ella está presente en la medida en que se mantienen o se desvinculan temas de la agenda noticiosa y, por ende, de la esfera pública. De esta forma, según el conjunto de creencias de un medio, se puede aludir a ciertas características estéticas y/o clasistas de la cultura, las cuales, ingresarían de manera legítima, al campo de conocimientos e ideas de un grupo social.

En síntesis, el poder hegemónico del discurso se ve reflejado en la medida en que los mensajes mediáticos, son capaces de hacer predominantes ciertas concepciones de mundo, induciendo así, comportamientos en torno a la relación social de producción y consumo cultural. La efectividad de la utilización de discursos para la persuasión social es lo que “provoca que el discurso corresponda a unos de los principales mecanismos para ejercer el poder, ya que mediante él se puede dominar, e incluso, lograr una hegemonía” (Murillo y Vergara, 209).

Ante esto, expertos en el tema de la lengua y la sociología, entre otras disciplinas, han querido estudiar el tema del discurso y analizarlo para entender estas relaciones de interdependencia que se establecen entre el lenguaje, el discurso y su poder de configurar las percepciones o representaciones sociales.

Existen diversas corrientes de análisis del discurso, pero es el Análisis Crítico del Discurso (ACD de aquí en adelante) el que “se centra en las luchas y relaciones de poder y dominación, con el fin de descubrir, revelar y divulgar lo implícito en los discursos por medio del análisis de los distintos elementos lingüísticos presentes en los objetos de estudio” (Murillo y Vergara, 209).

El ACD será la herramienta metodológica que se utilizará en esta investigación para analizar las noticias de la sección Cultura de las Últimas Noticias con la finalidad de identificar la representación social de cultura que posee este medio de comunicación.

#### IV. MARCO METODOLÓGICO

El objetivo principal de esta investigación pretende *identificar la representación social de cultura del diario Las Últimas Noticias en su sección Cultura*, para posteriormente ser descrita a través del análisis de los datos sin alterar su contexto de ninguna forma. Este tipo de estudio correspondería a uno descriptivo, el cual, según Dankhe, se caracteriza por "...especificar las propiedades, las características y los perfiles de las personas, grupos, comunidades, procesos, objeto o cualquier otro fenómeno que se someta a un análisis" (tomado de Hernández et al., 102).

Bajo esta afirmación, es que la herramienta metodológica a utilizar es el Análisis Crítico del Discurso (ACD), instrumento cualitativo que favorece al cumplimiento de nuestro objetivo general antes mencionado. El ACD "reconoce la relación existente entre el discurso y la sociedad y el hecho de que la actividad discursiva es una práctica social (...) su interés radica en descubrir y describir las importantes repercusiones sociales e ideológicas del discurso" (De la Fuente, 408).

En cuanto al estudio de la ideología y las relaciones de poder que se construyen y reproducen en el discurso, el ACD pone énfasis en

"analizar, ya sean éstas opacas o transparentes, las relaciones de dominación, discriminación, poder y control, tal como se manifiestan a través del lenguaje. En otras palabras, el ACD se propone investigar de forma crítica la desigualdad social tal como viene expresada, señalada, constituida, legitimada, etcétera, por los usos del lenguaje". (Wodak y Meyer, 18)

Dentro de las características del análisis crítico del discurso, que postulan Murillo y Vergara, establecen que el ACD posee un enfoque que se ocupa de problemas sociales, centrándose no sólo en elementos lingüísticos, sino también en otras dimensiones semióticas (Murillo y Vergara, 206-207).

El discurso del LUN será analizado a través del ACD, teniendo en cuenta que éste corresponde a un enfoque interdisciplinario, tal como lo explica Ruth Wodak cuando hace alusión a que el ACD tiene un "carácter heterogéneo en los enfoques metodológicos y teóricos" (Wodak y Meyer, 18). En cuanto a lo anterior, el ACD que utilizará este estudio se centrará en el uso de las teorías críticas del discurso y su

configuración en los medios de comunicación, específicamente, en el caso de la sección Cultura del diario Las Últimas Noticias.

Si bien es cierto “no existe una teoría ni una metodología capaz de explicar por sí sola el objeto de estudio, el ACD recurre a aquellas que serán de utilidad, dentro de todas las posibilidades existentes, siempre en relación con el problema concreto que se vaya a analizar” (Murillo y Vergara, 206-207). De esta forma, la metodología que se utilizará en este trabajo, ha sido creada según las necesidades y objetivos de esta investigación, la cual ha sido estructurada en una matriz de análisis que se realizará a través de la construcción de tablas que tabulen los datos obtenidos mediante categorías específicas previamente determinadas.

Las tablas de análisis han sido construidas por medio de una recopilación de propuestas de ACD, pertenecientes a los académicos Siegfried Jäger, Ruth Wodak, Norman Fairclough y Teun A. Van Dijk, de acuerdo a los diferentes análisis que estos autores han realizado. De ellos se han seleccionado diferentes categorías de análisis en función del cumplimiento de los objetivos de esta investigación.

Al inicio de este estudio, el material dispuesto a análisis fue clasificado de acuerdo al tema principal de cada noticia como por ejemplo exposiciones, lanzamiento de libros, danza, entre otros que puedan surgir. Esto se expresará mediante gráficos, en los que se visualice en qué porcentaje se presenta cada uno de estos temas de la población a analizar.

Posteriormente, las noticias serán sometidas a Análisis Crítico del Discurso mediante categorías de análisis, es decir, un conjunto de herramientas que permitirán estudiar en profundidad el texto noticioso, teniendo en cuenta no sólo lo que se presenta de forma explícita, sino que también con la finalidad de ir más allá de lo literal en su contenido.

Para esto, se han seleccionado categorías que permiten analizar la noticia primeramente a nivel textual, donde se pretende determinar el tema principal de la noticia y sus subtemas, analizando el titular de ésta, la bajada y el cuerpo. Los primeros, adquieren especial atención debido a que a través de ellos se llama la

atención del lector, por lo que es ahí donde debería enfatizarse y resumirse contenido noticioso. En segundo lugar se analizará el nivel del lenguaje utilizado en el texto noticioso, el cual se determinará, según el uso normativo de las reglas del idioma, la aplicación de tecnicismo, dichos populares, metáforas, hipérbolos entre otros elementos que intervengan en la comprensión de la noticia.

Considerando que una de las principales preocupaciones del ACD es la ideología que se presenta en los discursos, se abordarán categorías que permitan potencialmente dilucidar si en las noticias que se analizarán existen rasgos que develen el conjunto de creencia que el diario podría tener sobre la cultura. Se ahondará en estas características mediante el análisis de las fuentes noticiosas, es decir, quienes hablan en la noticia y qué es lo que dicen. Además, se pretende evaluar si se apela a la generación de estereotipos sobre la obra, el artista o el público descrito en la noticia, relacionando estos elementos con el buen, medio o mal gusto cultural, según la clasificación estética de la cultura propuesta por Pierre Bourdieu.

La creación de cada una de las tablas de análisis, corresponden a una elaboración propia y su orden dentro de la metodología a aplicar no tiene ninguna intención de delimitar una jerarquía entre ellas.

#### **4.1 Corpus de análisis**

El corpus de esta investigación está constituido por las noticias publicadas en la sección denominada Cultura del diario Las Últimas Noticias durante Enero, Febrero y Marzo del año 2013, correspondiente a 90 ediciones publicadas. Se han seleccionado estos meses en particular, debido a su proximidad con el inicio de este estudio, lo que permitirá conocer la representación social de cultura más reciente del medio.

La decisión de analizar estos tres meses, se fundamenta en el hecho de que el corpus no presenta mayores cambios en cuanto a su composición. A simple vista, mantiene un formato uniforme durante el año anterior y el actual, por lo que no existe

ningún otro tipo de intencionalidad al momento de seleccionar el corpus. Tampoco marcaría ningún tipo de tendencia a la hora de realizar el muestreo.

En una primera observación, se concluyó que la sección a analizar durante estos tres meses no sobrepasó una página, la que siempre presentó una noticia, en ocasiones, un breve referente a ésta, su respectiva fotografía y un artículo de opinión, tal como se puede apreciar en la siguiente imagen. Para cumplir los objetivos de este estudio es que se analizará sólo la noticia, sin incluir su fotografía, los posibles breves, ni el artículo de opinión.



Fuente: Las Últimas Noticias, Cultura, 2 de enero 2013

Dentro de la composición de LUN, la sección a investigar está ubicada entre las partes denominadas Tiempo Libre y Bajativo. Preliminarmente, la primera, presenta notas de tendencias, farándula chilena y artistas extranjeros, estrenos de cine y televisión nacional e internacional y la programación de los canales de televisión abierta. La segunda, corresponde a elementos de entretenimiento como comics, puzzles, horóscopo y finalmente publicidad.

Al corpus se accedió por medio de los archivos de prensa de la Biblioteca de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso, ubicada en el Campus Curauma de la institución. Algunos de los números que se requerían no se encontraban en ella, por lo que se recurrió al portal de LUN ([www.lun.cl](http://www.lun.cl)), en su opción “Ediciones Anteriores”, para conseguir los restantes.

## 4.2 Población y muestra

La población corresponde a todas las noticias de la sección Cultura de Las Últimas Noticias, incluyendo las publicadas durante Enero, Febrero y Marzo del 2013, las cuales conforman un total de 90 textos noticiosos.

La muestra de esta investigación corresponde a una del tipo probabilística, la que permitirá principalmente medir el tamaño del error en las predicciones del estudio y que todos los elementos de la población tengan la misma probabilidad de ser escogidos. (Hernández et al., 243). El tamaño de la muestra será determinado a través de Muestreo Aleatorio Simple, donde  $n_0$  indicará el tamaño inicial de la muestra, el que se obtendrá a través de la siguiente fórmula, la que se compone de la siguiente forma:

$$n_0 = \frac{Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2 \cdot p_0(1 - p_0)}{d^2}$$

$Z_{1-\frac{\alpha}{2}}^2$ : Percentil de la distribución Normal (0,1), con  $\alpha = 5\%$ . Un percentil es una medida de posición que en este caso se considera dentro de la distribución normal con la finalidad de cometer un error muestral máximo de un 5%.

$d$ : Máxima diferencia que se está dispuesto a aceptar entre la proporción estimada a través de la muestra y la verdadera proporción. En este caso se escogió el valor  $d = 0,1$ , porque luego de diversas pruebas fue el valor que más se ajustó a las condiciones de esta investigación.

$p_0$ : Proporción estimada en este caso se propuso el valor  $p_0 = 0.5$ . Esto debido a

que no se conocen datos a priori que establezcan una relación cuantitativa entre el fenómeno a estudiar y con el objeto a analizar.

Por lo tanto  $n_0$  que en este caso es el tamaño inicial de la muestra es:

$$n_0 = \frac{Z_{1-\frac{0,05}{2}}^2 \cdot p_0(1-p_0)}{d^2} = \frac{1,96^2 \cdot 0,5(1-0,5)}{0,1^2} = 96,04$$

Finalmente, corrigiendo el valor inicial de la muestra respecto a la población total, reemplazo en la siguiente fórmula:

$$n = \frac{n_0}{1 + \left(\frac{n_0 - 1}{N}\right)} = \frac{96,04}{1 + \left(\frac{96,04 - 1}{90}\right)} = 46,7 \approx 47$$

N: Tamaño total de la población

El cálculo anterior, se realizó a través del programa Excell que permitió combinar cada uno de los valores anteriormente nombrados, y así establecer el tamaño mínimo de la muestra que se ajusta a las condiciones físicas y temporales de la investigación, que en este caso será de 47 noticias de la sección Cultura de Las Últimas Noticias.

Las 47 ediciones expuestas a análisis fueron seleccionadas mediante la utilización del método Tómbola (Hernández, et al., 253), el cual por medio de la enumeración en papeles de todas las ediciones de la población, permitió escoger al azar las 47 de la muestra. En la siguiente tabla se encuentran las noticias que conforman el muestreo, con su número de edición del periódico, la fecha y su título.

La siguiente tabla expone cada uno de los elementos de la muestra a analizar.

N°	Fecha	N° Edición	Titular
1	Miércoles 2 de Enero	36.864	Luis Poirot y Enrique Lihn suman fuerzas en "La efímera vulgata"
2	Jueves 3 de Enero	36.865	Escultor mira el mundo desde lo alto de una mesa para gigantes
3	Viernes 4 de Enero	36.866	Fotos recién salidas del hospital se reúnen

			en Bellavista
<b>4</b>	Domingo 6 de Enero	36.868	Autores sureños lanzan gran combo plástico – literario
<b>5</b>	Lunes 7 de Enero	36.869	Pintor voraz ofrece festín de dulces y animales muertos
<b>6</b>	Martes 8 de Enero	36.870	Puntudas imágenes callejeras se instalan en medio de un mall
<b>7</b>	Jueves 10 de Enero	36.872	Detalles sucios de Santiago dan origen a postales atípicas
<b>8</b>	Domingo 13 de Enero	36.875	Fotógrafo inventa su propia versión del sur chileno
<b>9</b>	Martes 15 de Enero	36.877	Miles de lápices afilados enloquecen a artista puntudo
<b>10</b>	Miércoles 16 de Enero	36.878	Buscan extras para incendiario video clip de “LA Marsellesa”
<b>11</b>	Jueves 17 de Enero	36.879	EL MAM de Chiloé celebra sus 25 años con bombos y platillos
<b>12</b>	Viernes 18 de Enero	36.880	Muestra relámpago reúne a los discípulos de Eugenio Dittborn
<b>13</b>	Domingo 20 de enero	36.882	Gente sin sexo definido crea gran confusión en muestra de fotos
<b>14</b>	Miércoles 23 de Enero	36.885	Vicente Huidobro le saca brillo a su obra con antología en 10 tomos
<b>15</b>	Jueves 24 de Enero	36.886	Joven fotógrafa explora el solitario mundo de la vejez
<b>16</b>	Sábado 26 de Enero	36.888	Mujer todoterreno le saca el jugo a la enigmática Mona Lisa
<b>17</b>	Domingo 27 de Enero	36.889	Piano del abuelo vive minuto de gloria en video de artista
<b>18</b>	Miércoles 30 de Enero	36.892	Matrimonio de artistas celebra 25 años de trabajo en pareja
<b>19</b>	Lunes 4 de Febrero	36.897	Artista rebanadora se va a España con todas sus herramientas

<b>20</b>	Martes 5 de Febrero	36.898	Editorial chilena se lanza a la vida con libros trilingües
<b>21</b>	Miércoles 6 de Febrero	36.899	Viviendas sociales chilenas de los 70 reviven en miniaturas
<b>22</b>	Domingo 10 de Febrero	36.903	Chileno cuenta la historia del mundo en 428 dibujos
<b>23</b>	Lunes 11 de Febrero	36.904	Man Ray reúne a sus amigos en gran retrospectiva de trabajos
<b>24</b>	Martes 12 de Febrero	36.905	El amor pasa de moda en novela gráfica chilena
<b>25</b>	Viernes 15 de Febrero	36.908	Yoko Ono tira la casa por la ventana al cumplir 80 años
<b>26</b>	Domingo 17 de Febrero	36.910	Reeditan libro del año de la cocoa con cientos de refranes chilenos
<b>27</b>	Martes 19 de Febrero	36.912	La fama acorrala al grafitero más famoso del mundo
<b>28</b>	Viernes 22 de Febrero	36.915	Exposición revisa la historia de las modelos desde el siglo XIX
<b>29</b>	Sábado 23 de Febrero	36.916	Nueva galería ofrece arte chileno en cuatro tamaños portátiles
<b>30</b>	Lunes 25 de Febrero	36.918	Artistas chilenos a carboncillos se toman las bellas artes
<b>31</b>	Martes 26 de Febrero	36.919	Karl Lagerfeld agiganta a sus modelos favoritas
<b>32</b>	Miércoles 27 de Febrero	36.920	Robusta muñeca inflable exhibe sus tatuajes en Vitacura
<b>33</b>	Jueves 28 de Febrero	36.921	Movida exposición reúne a Duchamp y sus discípulos
<b>34</b>	Domingo 3 de Marzo	36.924	Nueva York conmemora cien años de su exposición más escandalosa
<b>35</b>	Martes 5 de Marzo	36.926	Fotógrafos chilenos reescriben la historia del cine gringo
<b>36</b>	Miércoles 6 de Marzo	36.927	Libro resume la provocativa vida de Zaída

			González
37	Domingo 10 de Marzo	36.931	Primicia mundial: librero dio con el primer poema de Neruda
38	Miércoles 13 de Marzo	36.934	Casa minúscula se agranda en muestra de arte
39	Viernes 15 de Marzo	36.936	Libro ilustrado recupera en fantástico mundo de Coré
40	Lunes 18 de Marzo	36.939	Surtido de puños izquierdos brota en departamento de Providencia
41	Miércoles 20 de Marzo	36.941	Pintor causa remezón visual en el barrio Lastarria
42	Sábado 21 de Marzo	36.942	Rockstar del periodismo mata veintiún pájaros de un tiro
43	Sábado 23 de Marzo	36.944	Artista usa condones para retratar a Benedicto XVI
44	Lunes 25 de Marzo	36.946	Esto no es lo que parece: artista crea obra que asquea y asombra
45	Martes 26 de Marzo	36.947	Máquina para aplastar cabezas causa furor en muestra de arte
46	Sábado 30 de Marzo	36.951	Fotógrafo superestrella despliega su galería de famosos
47	Domingo 31 de Marzo	36.952	Escultor crea máquina adicta a los canales de la TV abierta

### 4.3 Unidad de análisis

La unidad de análisis de esta investigación corresponde a la noticia de la sección Cultura del LUN durante Enero, Febrero y Marzo del año 2013. El concepto de noticia es comprendido como “una representación social de la realidad cotidiana producida institucionalmente que se manifiesta en la construcción de un mundo posible” (Rodrigo Alsina, 17).

El análisis de ésta permitirá cumplir los objetivos de este estudio, ya que la definición presentada reconoce a los medios de comunicación como constructores de cosmovisiones de mundo, las que son aprehendidas por la sociedad y que, a su vez, son creíbles debido a la institucionalización de los éstos como productores del acontecer noticioso.

Rodrigo Alsina además explica que la realidad es construida socialmente por los medios de comunicación, atribuyéndole el carácter de “simbólica, pública y cotidiana” (Rodrigo Alsina, 13). La producción textual cuenta con símbolos que son instaurados a través del lenguaje que se publica en los medios, la que adquiere su carácter público en la medida que se masifica la información asimilada por sus consumidores como parte del cotidiano.

#### **4.4 Diseño de matriz de análisis**

##### **4.4.1 Categorías de Análisis**

Las categorías de análisis corresponden a un conjunto de herramientas con las que se analizarán en profundidad las noticias de la sección Cultura de LUN. Cada una de ellas permitirán develar información respecto a los estereotipos presentes en las noticias, el uso que se le da al lenguaje en ellas, su forma de escritura y la ideología presente en el discurso del medio. Para encontrar estos elementos se conformó una propuesta de análisis crítico del discurso, que fue inspirada en las consideraciones teóricas de diferentes investigadores.

Los estudios utilizados corresponden al de Sigfried Jäger “Discurso y conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos” y al de Teun A. van Dijk “La multidisciplinariedad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad”, ambos artículos forman parte del texto “Métodos de análisis crítico del discurso” de Ruth Wodak y Michael Meyer. Además del estudio “Propuesta teórico-metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) en la prensa de Chile y Perú” del autor Rodrigo Browne y otros.

Éstas, se aplicarán mediante tablas que facilitarán la posterior tabulación de los datos, en cuatro ejes: tema y subtema, registro de habla, fuentes y estereotipos de los niveles culturales. Primeramente se explicará cada categoría y luego se expondrá la tabla de análisis, para la recolección de los datos.

### A. Tema y subtema

Esta categoría está compuesta por el cuerpo de la noticia de la sección Cultura del diario. En ella se pretende analizar el titular, la bajada y el texto obteniendo el tema principal y los subtemas de cada una de estas partes.

- *Tema principal*: Permitirá identificar la temática principal que será desarrollada en la noticia, además de conocer qué contenidos se abordan con mayor frecuencia en esta sección. Con respecto al titular y la bajada, se señalará además cual es el tema al que se pretende dar énfasis y llamar la atención del lector.
- *Subtemas*: Denominados también “hilos discursivos” por Siegfried Jäger (tomado de Wodak y Meyer, 80), permitirán identificar otros temas que se generen en la noticia, los cuales pueden o no tener relación con el tema principal. Éstos serán relevantes en la medida que aporten o desvíen el tema principal de la publicación.

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>		
<b>Bajada</b>		
<b>Cuerpo</b>		

Fuente: Creación propia

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtemas</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>		
<b>Bajada</b>		
<b>Cuerpo</b>		

Fuente: Creación propia

## B. Registro del habla

En esta categoría, se identificará el registro de habla según el tipo de lenguaje presente en toda la composición de la noticia (desde el titular al cuerpo), mediante la clasificación de la variación diastrática del lenguaje (Curso de Lengua Española, 7-14). Además se considerarán algunas observaciones generales que sean importantes de destacar a modo de explicación del nivel utilizado.

Se realizará el análisis mediante la variación diastrática del uso de la lengua, clasificación “proveniente de los diferentes estratos sociales, económicos y culturales”, la que se divide en:

- *Nivel Culto*: más estable y uniforme en el uso lingüístico.
- *Nivel Medio o Coloquial*: formal estándar, menos rígido que el culto y utilizado frecuentemente por los medios de comunicación.
- *Nivel Popular*: donde se prioriza la economía de medios lingüísticos y corresponde a una relajación del nivel coloquial.
- *Nivel Vulgar*: donde el hablante descuida la lengua por falta de instrucción y por no ser capaz de cambiar de registro y adecuar el mensaje a otros niveles.

Por medio de éstos, se identificará la posible presencia de riqueza en el vocabulario, uso de tecnicismos, uso de muletillas, diminutivos, oraciones suspendidas, elipsis en la información, modismos, alteración de género, uso de proverbios, refranes o dichos populares. Éstos últimos, según Van Dijk, corresponderían a parte de los significados locales que tiene el hablante “en función de los modelos mentales que tengan de los acontecimientos o de las creencias de carácter más general que compartan socialmente”. (Van Dijk, 2003, 154)

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>		
<b>Bajada</b>		
<b>Cuerpo</b>		

Fuente: Creación propia

### **C. Fuentes de la noticia**

Quiénes hablan en la noticia y qué es lo que dicen de la cultura será el análisis principal de esta categoría, que corresponden a las cuñas incluidas en cada texto noticioso.

Primeramente, se señalará quién habla, detallando su nombre y cargo o relación con el tema tratado en la noticia. Posteriormente, se analizará a qué tipo de fuente corresponde lo dicho en la noticia, según la clasificación realizada por Vicenta Baca (27), la que plantea:

- *Observación directa*: “El reportero redacta la nota informativa o el reportaje, por ejemplo, a propósito de hechos de los cuales ha sido testigo.”
- *Documental*: “Se vale de documentos elaborado por otros actores para redactar su texto periodístico”.
- *Institucional*: “Utiliza informaciones que le proporcionan los voceros o representante de las instituciones públicas o privadas, de las organizaciones ciudadanas.” Lorenzo Gomis, también se refiere a este tipo de fuentes, a las cuales denomina “oficiales”, las que “suministran noticias esperadas e inesperadas, ofrecen filtraciones y facilitan conocimientos amplios que hacen más completo y seguro el trabajo de los periodistas al explicarles el trasfondo o <<background>> de las noticias” (Gomis, 61)
- *Implicados*: Tienen los datos de los actores que se encuentran implicados en el acontecer (protagonistas, antagonistas, colaboradores, etc.)
- *Testigos*: se informa con los personajes que han presenciado los hechos, sin haberse implicado en los mismos.

- *Agencias de noticias u otros MCM*: acude a otras organizaciones de profesionales de la información y transcribe o reelabora los datos que le proporcionan.

En cuanto al análisis de la fuente se dirá quién habla, su cargo, el tipo de fuente, contenido de los dichos, se pretende exponer la cuña y las observaciones generales que se hagan de lo dicho. De esta forma se podrá establecer de qué manera su inclusión en el texto noticioso colabora en el aporte de más información a la noticia o bien desvirtuar el tema principal.

Tabla N°4: Fuentes de la noticia

<b>Fuente</b>	<b>Fuente 1</b>	<b>Fuente 2</b>
<b>Nombre</b>		
<b>Cargo o relación</b>		
<b>Tipo de Fuente</b>		
<b>Cuña o aspecto a destacar</b>		
<b>Observaciones generales</b>		

Fuente: Creación propia

#### **D. Estereotipos de los niveles culturales**

Esta categoría está compuesta por los estereotipos, es decir, los atributos que LUN otorga a determinados elementos en la noticia de la sección Cultura. Para poder identificarlos, se usará como pauta de relación las características de los gustos descritos por Pierre Bourdieu y las explicaciones de éstos realizadas por Néstor García Canclini y María José Villa en las consideraciones teóricas de esta investigación. De esta forma, podrían encontrarse potenciales rasgos ideológicos que indiquen la intención del medio de mantener una visión de cultura más ligada a un nivel de gusto por sobre otro, lo que concuerda con su forma y área de producción.

Dentro del campo cultural, comprendido por Pierre Bourdieu como sistemas inter-relacionados que se definen por la división del trabajo en la producción y

difusión de los bienes culturales, se generan “niveles de cultura”, denominados por el autor como “gustos”, los cuales están divididos según elecciones estéticas. Cada uno de ellos, se refiere a una determinada clase social, lo que provocaría una segmentación de los bienes culturales, estableciéndose relaciones de lucha en ellos (tomado de Villa, 12). Las definiciones de estos serán presentadas a continuación, las cuales fueron extraídas del libro *Sociología y Cultura* del autor mencionado.

- *Gusto legítimo o buen gusto*: Relacionado con el gusto o estética burguesa, quienes detentarían el poder de producción artística, simbólica como material. Supone un conocimiento de los principios artísticos legitimados y calificados por la academia, los premios, etc.
- *Gusto medio*: Se atribuye a quienes acceden a los bienes culturales mediante la fotografía, la adaptación y las reproducciones. El gusto no se agota solo en las características ni el deleite estético, es importante como accedo a los bienes culturales más que a la calidad del producto y su legitimidad.
- *Gusto popular*: Se opone al gusto legítimo, ya que no puede separar lo estético de lo práctico. Si se compara con el modelo de estética academicista del “buen gusto”, no existiría una intención de armonía y belleza, sino que se pretende una elaboración o consumo particular, lo que no se acerca a la constitución del gusto burgués, ni medio.

La mantención de un determinado gusto, podría reflejar el conjunto de creencias a la que la sección Cultura de LUN se asocia. Las cualidades de cada uno de los gustos, se puede relacionar con los atributos entregados a los siguientes elementos que hemos seleccionado:

- *La obra*: puede ser un objeto material o bien un evento, espectáculo o muestra cultural que se describe en la noticia.
- *El artista*: a quién se le asocia la autoría de la obra de arte o el espectáculo cultural.
- *El público*: la audiencia que se describe en la noticia, como espectadores de a las actividades culturales a las que se alude en el texto.

La forma es que se explique cada uno de ellos, la posición y las características que se les otorgue, contribuiría a identificar la visión que el diario posee sobre éstos. Para esto se generó una tabla en donde cada elemento señalado, se asocia con el tipo de gusto descrito y luego detallar observaciones generales en cuanto a qué atributos de los otorgan, el nivel de énfasis dentro de la noticia, entre otras que puedan surgir dentro del análisis.

Tabla N° 5: Estereotipo de la obra

<b>Obra</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>

Fuente: Creación propia

Tabla N° 6: Estereotipo de artista

<b>Artista</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>

Fuente: Creación propia

Tabla N° 7: Estereotipo del público

<b>Público</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>

Fuente: Creación propia

#### 4.4.2 Ejemplo general de la aplicación de matrices de análisis

Noticia N°1: \_\_\_\_\_

Fecha de publicación: \_\_\_\_\_

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>		
<b>Bajada</b>		
<b>Cuerpo</b>		

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtemas</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>		
<b>Bajada</b>		
<b>Cuerpo</b>		

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>		
<b>Bajada</b>		
<b>Cuerpo</b>		

Tabla N°4: Fuentes de la noticia

<b>Fuente</b>	<b>Fuente 1</b>	<b>Fuente 2</b>
<b>Nombre</b>		
<b>Cargo o relación</b>		
<b>Tipo de Fuente</b>		
<b>Cuñía o aspecto a destacar</b>		
<b>Observaciones generales</b>		

Tabla N° 5: Estereotipo de la obra

<b>Obra</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>

Tabla N° 6: Estereotipo de artista

<b>Artista</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>

Tabla N° 7: Estereotipo del público

<b>Público</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>

## V. ANÁLISIS

### 5.1 Recolección de datos

A continuación se presentan seis ejemplos de la aplicación de la matriz de análisis, a la muestra de 47 noticias señalada en el marco metodológico de esta investigación. Cada uno de los ejemplos, contempla la recolección de los datos obtenidos mediante las categorías de análisis.

Los casos presentados corresponden a dos noticias de cada mes investigado, (enero, febrero y marzo del año 2013). Los resultados obtenidos en cada una de ellas, no difieren en gran manera de los resultados generales obtenidos a lo largo de la observación de todas las matrices, material que está anexado en un cd al final de este trabajo.

Cada uno de los casos presentados son acompañados del titular de la noticia, ya que a través de él, se posiciona al lector en el tema analizado y además de la fecha de publicación, para así ubicarlo en el espacio temporal del acontecimiento sucedido.

El análisis de los resultados se dividió en cada categoría, explicando los diferentes elementos y características que se encontraron en cada una de ellas. Además en algunas de las explicaciones se añadieron gráficos para explicar algunos datos de manera cuantitativa.

#### 5.1.1 Ejemplos de la recolección de datos

**Noticia N°1:** Luis Poirot y Enrique Lihn suma fuerzas en “La efímera vulgata”

**Fecha de publicación:** Miércoles 2 de enero del 2013

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Luis Poirot y Enrique Lihn	El enganche del título está en el

	trabajan juntos para alguna obra/trabajo llamado “La efímera vulgata”	trabajo que realizarán Poirot y Lihn, sin embargo, no queda claro cuál será el trabajo que harán, ni menos como se unirán. No se especifica tampoco de qué trata “La efímera vulgata”.
<b>Bajada</b>	La obra aparece después de 30 años de que ellos decidieran unir su trabajo	En la bajada se aclara más la obra con el concepto de “volumen” que podría aludir a un libro o algo similar. Deja en claro, además que la decisión de unir sus trabajos no es reciente, alcance que no se aprecia en el titular. Aún no queda claro qué es la obra.
<b>Cuerpo</b>	Se publica el libro “La efímera vulgata”, el que contiene fotografías de Luis Poirot del carnaval de Sitges (España), más un poema de Enrique Lihn a partir de las mismas fotografías. Ambos trabajos se realizaron y reunieron hace 30 años y recién ahora.	El tema principal queda claro desde un comienzo. Dentro del desarrollo del texto se van añadiendo nuevos detalles como la experiencia de Poirot fotografiando el Carnaval, su relación con Lihn y sus motivaciones para sacar adelante este trabajo en conjunto.

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Cuerpo</b>	Los subtemas tratados son: la descripción del carnaval de Sitges, el significado de “Efímera Vulgata”, algunos datos biográficos de Poirot.	Los subtemas son tratados de manera breve dentro de la noticia. La descripción del carnaval, se realiza mediante cuñas de Poirot añadidas al texto.

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Diastrática: Nivel medio coloquial	La expresión “Suman fuerzas” si bien no se podría considerar como una informal, si posee cierta connotación que aluden a un trabajo en conjunto, a luchas, etc. Literalmente puede ser comprendida, como también puede no serlo. Esa ambigüedad es lo que la deja en un nivel medio y en un registro informal.
<b>Bajada</b>	Diastrática: Nivel culto	Se utilizan sinónimos para hablar del libro como “el volumen”; “la publicación”, lo que demuestra la riqueza del lenguaje.
<b>Cuerpo</b>	Diastrática: Nivel Medio	Se observan algunos adverbios intensificadores, el texto se desarrolla siempre manteniendo un lenguaje muy apegado a la norma y con riqueza conceptual.

Tabla N°4: Fuentes de la noticia

<b>Fuente</b>	<b>Fuente 1</b>	<b>Fuente 2</b>
<b>Nombre</b>	Luis Poirot	Luis Poirot
<b>Cargo o relación</b>	Autor de la obra /Fotógrafo	Autor de la obra /Fotógrafo
<b>Tipo de Fuente</b>	Documental	Implicada
<b>Cuña o aspecto a destacar</b>	“Terminadas las aburridas comparsas de acostados los niños y recogidos en su hogar los matrimonios...”	“Partía a media noche cuando empezaban a circular los travestis por bares y tabernas...” (Sobre el carnaval)

<b>Observaciones generales</b>	Esta información es obtenida del prólogo creado por el fotógrafo para su libro. Es utilizada a modo de introducción, situar al lector en el contenido.	Son cuatro cuñas que corresponden a este tipo, sin embargo, en las últimas se presenta una pregunta del periodista, donde se demuestra que hubo una entrevista para recabar la información.
--------------------------------	--	---

Tabla N° 5: Estereotipo de la obra

<b>Obra</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Libro “La efímera vulgata”	Gusto Legítimo	El libro primeramente está siendo avalado por las Ediciones Universidad Diego Portales, lo que le da una aprobación académica a la creación, además de estar constituido por un fotógrafo y un escritor con “trayectoria”. El nombre de la obra requiere mayor explicación y conocimiento, el que es dado a conocer dentro de la noticia. No especifica donde se realizará el lanzamiento del libro.

Tabla N° 6: Estereotipo de artista

<b>Artista</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Luis Poirot – Enrique Lihn	Gusto Legítimo	Ambos artistas estarían consagrados por su historia y trayectoria como artistas, según lo descrito por la noticia. Luis Poirot, es asociado a un artista esforzado que no dejó que esta obra se quedase guardada y logró sacarla a la luz. Ambos chilenos.

Tabla N° 7: Estereotipo del público

<b>Público</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
No se describe	No se describe	No se describe

**Noticia N°9:** Miles de lápices afilados enloquece a artista puntudo

**Fecha de publicación:** Martes 15 de enero del 2013

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Artista enloquece con lápices afilados	El titular es ambiguo, no se entiende de qué tratará en exactitud la noticia, no hace un resumen de ella. Además califica al autor de la obra de enloquecer y ser puntudo.
<b>Bajada</b>	La obra consiste en la disposición de más de 58 mil lápices escolares para crear mosaicos que reproduzcan imágenes de la TV chilena.	Se explica la obra de mejor manera y con más detalles. Se deja en claro que será una obra nacional.
<b>Cuerpo</b>	Trabajo de mosaicos creados con lápices de Pablo Serra que expondrá en Galería de Arte Balmaceda Arte Joven, en Santiago.	El texto inicia endiosando la “sacrificada” labor de Pablo Serra, al realizar estos mosaicos con lápices. Posteriormente se explica en que consiste la obra y cuáles fueron sus motivaciones para diseñarla. Explica la elección de las imágenes que quiso reproducir.

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Cuerpo</b>	La explicación de la obra que aparece en la fotografía de la noticia y la relación con una de sus fotos con las protestas estudiantiles.	En la reproducción, aparece una fotografía de carabineros lo que el periodista relaciona con las protestas estudiantiles, no lo habla precisamente el autor desde su naturalidad, el periodista es quien decide sacar este tema y por supuesto posicionarlo en la noticia. De igual forma, sucede con el endiosamiento que se le hace al artista en el comienzo.

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Diastrática: Popular	En el título se utiliza la expresión puntudo, para nuevamente, asociarlos a lo polémico o controversial, las que han tenido que ver como en otra ocasión al desempeño de carabineros de Fuerzas Especiales. Además se plantea que hay un “enloquecimiento” del artista con el material propuesto para hacer la obra.
<b>Bajada</b>	Diastrática: Medio o coloquial	Se expresa claramente la idea de lo que será la obra, se utiliza un lenguaje cercano a lo normativo, pero sin rigidez, ni usos técnicos.
<b>Cuerpo</b>	Diastrática: Medio o coloquial	Dentro de la noticias se comienza

		con un endiosamiento al autor de la obra, lo que se puede tomar como una hipérbole, además otro tipo de caracterizaciones a las obra como demencial, lo que hace que el registro no se ajuste a su uso legítimo, sino más bien pierda la rigidez.
--	--	---

Tabla N°4: Fuentes de la noticia

<b>Fuente</b>	<b>Fuente 1</b>	<b>Fuente 2</b>
<b>Nombre</b>	Pablo Serra	No presenta
<b>Cargo o relación</b>	Autor	No presenta
<b>Tipo de Fuente</b>	Implicada	No presenta
<b>Cuña o aspecto a destacar</b>	“Recuerdo haber interesado en la retícula que formaban los lápices amontonados en estantes de algunas librerías. La vibración óptica que producían al estar ordenados me sugirió la idea de usarlos como soporte pictórico”	No presenta
<b>Observaciones generales</b>	Las cuñas utilizadas son todos provenientes del reporte y entrevista realizada a Pablo Serra. Todas apoyan a la información entregada en la noticia y entregan otros datos.	No presenta

Tabla N° 5: Estereotipo de la obra

<b>Obra</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Mosaicos construidos con lápices escolares	Gusto medio	Se propone una reproducción de tres imágenes expuestas en la televisión local. Se le asocia a una creación “demencial” y de gran “sacrificio”.

Tabla N° 6: Estereotipo de artista

<b>Artista</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Pablo Serra	Gusto medio	En ninguna parte de la obra se explican los conocimientos previos del autor, sólo sus motivaciones y su característica asociadas a los creativo que bordea la locura, planteando su creación como demencial y como enloquecido por los materiales dispuestos para la obra.

Tabla N° 7: Estereotipo del público

<b>Público</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
No se describe	No se describe	No se describe

**Noticia N°20:** Editorial chilena se lanza a la vida con libros trilingües

**Fecha de publicación:** martes 5 de febrero de 2013

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Editorial chilena publicará libros en tres lenguas.	Noticia Nacional. Se establece como tema central que una editorial nacional

		apostará por editar libros en tres idiomas, pero no se especifica qué idiomas serán. El enganche del titular recae en que los libros ahora podrán encontrarse en tres versiones según el idioma que se requiera.
<b>Bajada</b>	Los fundadores del nuevo sello son dos extranjeros asentados en Santiago que buscan difundir autores jóvenes y conquistar una mayor cantidad de público.	En la bajada se entrega información complementaria al tema principal presentado en el titular, con lo cual se da a conocer que los dueños de la editorial son extranjeros que viven en Santiago y, además, se plantean los objetivos de editar libros en tres idiomas.
<b>Cuerpo</b>	Una editorial debutante de dueños extranjeros, apuesta por publicar libros en español, italiano e inglés, con la finalidad de difundir a autores jóvenes de distintas nacionalidades, para así llegar a una mayor cantidad de público lector posible.	En el cuerpo de la noticia se conocen los tres idiomas en que la nueva editorial publicará los libros y cuentos y se reafirma el objetivo planteado en la bajada. Se agrega además, la importancia de abordar distintos géneros que constituyan historias breves escritas.

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtemas</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Cuerpo</b>	Nombre y explicación de las colecciones que se encontrarán en tres idiomas, la cantidad de ejemplares	Los subtemas corresponden a la información necesaria para interesarse o no por conseguir alguno de los ejemplares, ya que

	dispuestos en idioma nacional y en le dispuesto por la editorial, las apreciaciones de los dueños de la editorial en torno al proyecto y los planes futuros.	se entregan los titulares de los libros que se dispondrán en los idiomas mencionados y, como información anexa, los dueños de la editorial cuentan su experiencia en el rubro y cómo llegaron a ella, junto con mencionar los nuevos libros que se irán incorporando a este nuevo dispositivo multidiomático.
--	--	---

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Diastrático: Nivel Popular	Se observa el modismo “Se lanza a la vida” en el titular, lo que hace alusión a que la editorial se atreverá a realizar una propuesta diferente en cuanto a los libros que edita.  También se utiliza la palabra “Trilingüe”, para hacer alusión a que los libros serán traducidos a tres idiomas.
<b>Bajada</b>	Diastrático: Nivel Culto	Se utiliza un lenguaje adecuado, con utilización de sinónimos para no repetir palabras, como por ejemplo “sello” en vez de editorial y “residentes” en vez de habitantes.
<b>Cuerpo</b>	Diastrático: Nivel Culto	Continúa la utilización de un lenguaje formal, con el empleo de bagaje amplio de palabras para no reiterar las mismas en un párrafo.

		Ejemplo: “volumen”, “libros” y “Ejemplares”. Texto escrito de manera coherente y cohesionado, siguiendo una línea informativa, para finalizar con cuñas de uno de los dueños de la editorial, quien cuenta una experiencia con respecto a la creación de la misma.
--	--	--

Tabla N°4: Fuentes de la noticia

<b>Fuente</b>	<b>Fuente 1</b>	<b>Fuente 2</b>
<b>Nombre</b>	Paolo Primavera	No presenta
<b>Cargo o relación</b>	Uno de los dueños de la editorial.	No presenta
<b>Tipo de Fuente</b>	Fuente institucional	No presenta
<b>Cuña o aspecto a destacar</b>	“Tenemos una historia parecida con Miguel Ángel (su socio). Ambos aprendimos a leer en los negocios de nuestros padres antes de ir al colegio. También conocimos cuan sacrificado es este trabajo y, por otro lado, que la gente va a los quioscos y librerías a comprar libros, diarios y revistas, pero que lo primero que busca es empatía. Yo diría que esta editorial es un reflejo de nuestro pasado y presente”.	No presenta
<b>Observaciones</b>	La fuente corresponde a uno	No presenta

<b>generales</b>	de los dueños de la editorial. Habla desde su calidad de editor formado por la experiencia que le ha entregado la vida, por cuanto puede referirse al papel que protagonizan las editoriales según su propia mirada desde dentro. La cuña hace mención a su asociación con el otro dueño de la editorial y la importancia del negocio de los libros en sus vidas privadas.	
------------------	--	--

Tabla N° 5: Estereotipo de la obra

<b>Obra</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Editorial recopiladora de cuentos breves en tres idiomas.	De gusto legítimo	Corresponde a un producto de buen gusto, ya que entrega una variedad de libros que rompen con la norma de la lengua natal de los lectores. Busca innovar traduciendo dichas novelas en tres idiomas distintos, por lo cual se asocia a una experiencia superior y selectiva, ya que no todos los lectores podrán digerir libros en un idioma extranjero.

Tabla N° 6: Estereotipo de artista

<b>Artista</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Editores debutantes	De gusto legítimo	Si bien es cierto, los editores no poseen otros trabajos de este estilo.

		Corresponden a artistas asociados al buen gusto, gracias a la nueva propuesta que consiste en romper con lo ordinario y crear una editorial que se enfoque en el español, italiano e inglés. La editorial busca abarcar un amplio público y que posea un gran capital escolar.
--	--	--

Tabla N° 7: Estereotipo del público

<b>Público</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Público selectivo, que guste de la lectura de historias breves de autores jóvenes.	Gusto legítimo	Corresponde a un público distinguido y que necesariamente debe tener un alto nivel de escolaridad para leer en otros idiomas.

**Noticia N°25:** Yoko Ono tira la casa por la ventana al cumplir 80 años

**Fecha de publicación:** 15 de febrero de 2013

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Yoko Ono celebra su cumpleaños n°80.	Noticia Internacional. Se advierte que la viuda de John Lennon celebrará sus 80 años de vida, haciendo énfasis en que realizará una gran celebración. No se explica en qué consistirá la celebración, sólo se enuncia.
<b>Bajada</b>	Las actividades que Yoko Ono realizará para celebrar su cumpleaños.	Se da cuenta de que la celebración será netamente artística y no una de carácter

		social, en la cual habrá exposiciones, conciertos y reedición de sus discos musicales.
<b>Cuerpo</b>	Se explica principalmente la exposición conceptual que Yoko Ono realizará en el Museo de Frankfurt.	Temática desarrollada a lo largo de casi toda la noticia. Se relaciona con el titular, pero sólo corresponde a parte de la celebración que realizará, las demás actividades sólo se enuncian.

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtemas</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Cuerpo</b>	La inauguración de su exposición como celebración de su cumpleaños, realización de una exhibición en Frankfurt y descripción de su estilo artístico y su biografía. Se cuenta su nacimiento su vida familiar y además las luchas sociales a las que se ha unido según su historia vivida.	Los subtemas tienen la intención de sensibilizar la vida y obra de Yoko Ono, de recalcar su inmersión en el arte luego de todos los acontecimientos vividos en su país de origen.

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Diastrático: Nivel Popular	El título utiliza modismos o también conocidos como dichos populares como el “tirar la cada por la ventana”, que hace alusión

		a realizar una gran celebración.
<b>Bajada</b>	Diastrático: Nivel Medio	Se advierte un correcto uso del lenguaje, de carácter medio, utilizando palabras como festejo en alusión a la celebración y “entrada a su novena década”, haciendo alusión a los 80 años que cumplirá.
<b>Cuerpo</b>	Diastrático: Nivel Medio	<p>El cuerpo de la noticia se desarrolla de manera narrativa descriptiva, con un correcto uso del lenguaje, pero con la presencia de variados adverbios intensificadores para referirse a la artista y su obra. Algunos ejemplos son:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>-La trayectoria de Yoko Ono ha sido lo suficientemente larga.</li> <li>- Ha utilizado la fotografía, el video, la música y su propio cuerpo para producir una obra muchísimo menos conocida que su nombre y sus sombreros.</li> </ul>

**Noticia N°35:** Fotógrafos chilenos reescriben la historia del cine gringo**Fecha de publicación:** Martes 5 de marzo de 2013

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Se reescribe la historia del cine gringo	El enganche de la noticia es que se trata del cine norteamericano, al que se hace referencia por medio de la palabra gringo. Por lo mismo, se destaca que la actividad sea realizada por fotógrafos chilenos. Sin embargo, el título es ambiguo, ya que no precisa de qué forma los fotógrafos presentarán su trabajo, es decir, si se reproducirán reeditando la publicidad de la película, un concepto, si se retrataran personas o locaciones de las películas.
<b>Bajada</b>	Nombrar algunas de las películas que se reescribirán.	Si bien menciona el número de autores que participarán de la obra no se menciona ninguno de ellos. Se le otorga mayor importancia a algunos de los films con lo que se va a trabajar.
<b>Cuerpo</b>	Describir la forma de trabajo que asumió cada fotógrafo	Se nombra a los autores y se detalla con qué película trabajaron y de qué modo abordaron cada film. En ningún momento se nombra a los fotógrafos como artistas.

		La exposición se iniciará el jueves 7 de marzo en el hotel Sheraton de Santiago,
--	--	--

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Cuerpo</b>	Presentar las declaraciones de los fotógrafos y mencionar el lugar en que se presentaran los trabajos.	<p>En un principio se destaca la poca probabilidad de que en Chile se realicen versiones nacionales de las películas con las que se trabajó. Luego, se menciona el lugar de la exposición la cual se presentará en el hotel Sheraton de Santiago.</p> <p>Luego se presentan una serie de declaraciones de los autores implicados donde se describe el trabajo realizado.</p> <p>No se presentan hilos discursivos que desvíen la atención del tema principal y los datos que se aportan a través de ellos son acotados, principalmente están enfocados a profundizar la actividad realizada, nombrando a las personas que participaron.</p>

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Variación diastrática: Nivel medio	La frase cine gringo, es considerada coloquial, ya que el

		<p>término gringo es utilizado como un modismo que se relaciona con lo foráneo, para referirse a personas u objetos provenientes de estados unidos.</p> <p>Al utilizar un modismo, se entiende que se elige un registro informal, ya que con un lenguaje más culto la palabra gringo no se hubiese utilizado, ya que presenta un relajo en el uso del lenguaje.</p>
<b>Bajada</b>	Variación diastrática: Nivel culto	<p>Se presenta un uso del lenguaje estable. Además, se utiliza la palabra filmes como sinónimo de películas, por lo que se entiende ese término como una riqueza del lenguaje.</p> <p>No se aprecia uso de elementos que adecuen el lenguaje para un registro informal. El vocabulario utilizado coincide con el nivel culto.</p>
<b>Cuerpo</b>	Variación diastrática: Nivel culto	<p>Se aprecian palabras que enriquecen el lenguaje para referirse a la exposición de las fotografías y como montaje, muestra y estampas. Para hablar de película se menciona filme y cinta. Para referirse a las modelos que participan, también se les llama maniquí.</p> <p>El término intérprete es el que se ocupa para no repetir la palabra actriz.</p>

		<p>Por otra parte es posible identificar términos que son propios de la disciplina fotográfica como capturó, retrato, composición, instantáneas y lente.</p> <p>Se identifica una intención de adecuar el lenguaje a un registro formal, el que coincide con el nivel culto.</p>
--	--	--

Tabla N°4: Fuentes de la noticia

<b>Fuente</b>	<b>Fuente 1</b>	<b>Fuente 2</b>
<b>Nombre</b>	José Manuel Belmar	Javiera Eyzaguirre
<b>Cargo o relación</b>	Curador de la exposición	Fotógrafa
<b>Tipo de Fuente</b>	Institucional	Implicada
<b>Cuñía o aspecto a destacar</b>	<p>“Al idear esta muestra hicimos una lista de diez películas clásicas que fueran un buen reflejo de la cultura pop, y luego se la dimos a los fotógrafos convocados para que ellos la que más los inspirara, aceptando también los títulos que algunos de ellos nos sugirieron”</p>	<p>“Elegí Pulp Fiction porque es una de mis películas favoritas. Me gusta la estética, el guion, las actuaciones y todo de ese filme. Y encuentro que el afiche donde sale Uma Thurman fumando sobre una cama, refleja el desparpajo de Tarantino, su decisión de ir más allá de todos los límites”</p>
<b>Observaciones generales</b>	<p>La información adicional que presenta esta cita corresponde a que las películas seleccionadas corresponden al reflejo de la cultura pop. Además, comenta que los autores pudieron seleccionar</p>	<p>La fotografía entrega información adicional sobre su motivación para trabajar con esa película. Por lo mismo, describe qué elementos son los que más le gustan de ese filme y su visión sobre el director de la misma.</p>

	de forma independiente con qué film trabajar.	
--	--	--

Tabla N° 5: Estereotipo de la obra

<b>Obra</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Consiste en una reproducción de elementos del cine norteamericano. Este trabajo se realiza a través de fotografías tomadas por autores chilenos	Gusto medio	Al tratarse de reproducciones de obras realizadas en Estados Unidos, éstas se adaptan a lo que sus autores interpretan de las obras originales. Es por esto que apela más al acceso que a la legitimidad de la obra.  Se destaca la forma en que cada fotógrafo abordó la obra, la técnica que utilizaron y las personas con quienes trabajaron.

Tabla N° 6: Estereotipo de artista

<b>Artista</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
La noticia describe a los fotógrafos como experimentados	Gusto legítimo	Se indica a que rubro de la fotografía se dedican los autores, es decir, si trabajan en moda o publicidad, por ejemplo.  En ningún momento se menciona a los fotógrafos como artistas, mientras que en otras noticias relacionadas con esta disciplina si se menciona a los autores con esa palabra.

Tabla N° 7: Estereotipo del público

<b>Público</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
No se describe	No se describe	No se describe

**Noticia N°46:** Fotógrafo superestrella despliega su galería de famosos

**Fecha de publicación:** Sábado 30 de marzo de 2013

Tabla N° 1: Tema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Fotógrafo connotado (superestrella) muestra su galería de fotos de famosos.	El enganche del titular está en la palabra superestrella, sin embargo, no se sabe a qué se debe esta característica entregada al fotógrafo, si es a su gran trabajo o su fama. Queda claro de que se tratará la obra y el área cultural de la que se hablará.
<b>Bajada</b>	La muestra consta de más de 100 imágenes que cuentan las carreras del fotógrafo y su trabajo con famosos.	Es aquí donde se logra entender porque se utilizó el adjetivo de "superestrella", ya que el trabajo fotográfico es realizado con estrellas de cine, el arte, entre otras disciplinas, todas del siglo XX.
<b>Cuerpo</b>	Muestra fotográfica de estrellas de cine, arte, deporte y espectáculo de Michel Comte en la Galería Camera Work, en Berlín (Alemania)	Dentro de la noticia se presenta primero las sensaciones que se podrían tener al apreciar la obra de Comte, de alguna forma, preparando al lector para lo que va a leer. Luego de eso cuenta detalles del autor y datos de él, hasta llegar a la descripción de la muestra, para luego explicar la relación del fotógrafo con la belleza y su posición dentro del mundo de la fotografía.

Tabla N° 2: Subtema

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Subtema</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Cuerpo</b>	Características personales y biográficas del autor de la muestra y la relación de este con la belleza y desnudos femeninos.	Ambos temas colaboran en el desarrollo de los temas, no los desvían. Aportan a creer aún más en la autoridad del hombre en el mundo de la fotografía.

Tabla N°3: Registro de habla

<b>Estructura Noticia</b>	<b>Tipo de Registro</b>	<b>Observaciones</b>
<b>Título</b>	Diastrática: Nivel medio coloquial	Si bien no hay un despegue total de la norma del lenguaje, si se utilizan palabras que demuestran una relajación del uso del lenguaje como "superestrella", apelando a que es sumamente conocido.
<b>Bajada</b>	Diastrática: Nivel culto	Se utilizan sinónimos para explicar mejor la obra. Se mantiene pegada a la norma, pero no de forma rígida.
<b>Cuerpo</b>	Diastrática: Nivel Medio	Se observan algunas expresiones que intensifican y enfatizan la obra del autor y su trayectoria como por ejemplo "la enorme", "gran", "las más creativas y carismáticas" entre otras. No se utilizan palabras técnicas para describir la obra, pero si se mantiene dentro de un lenguaje serio, liviano y comprensible.

Tabla N°4: Fuentes de la noticia

<b>Fuente</b>	<b>Fuente 1</b>	<b>Fuente 2</b>
<b>Nombre</b>	Michel Comte	No presenta
<b>Cargo o relación</b>	Autor de la obra /Fotógrafo	No presenta
<b>Tipo de Fuente</b>	Implicada	No presenta
<b>Cuñía o aspecto a destacar</b>	<p>“Al tomar fotos siempre hago mi mejor esfuerzo por mantener a los retratados tal como ellos son. Quizás es por eso que no hago retratados de todo el mundo: sólo puedo trabajar cuando tengo libertad para que la foto sea exactamente como yo quiero.”</p> <p>“Creo que puedes tener en tu estudio a la mujer más bella del mundo, o al hombre más buenmozo, pero eso no va significar nada si esa belleza es plana...”</p>	No presenta
<b>Observaciones generales</b>	Aporta al desarrollo principalmente de los subtemas de la noticia.	No presenta

Tabla N° 5: Estereotipo de la obra

<b>Obra</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Muestra fotográfica	Gusto Legítimo	La obra es catalogada como un tesoro, donde logra retratar a los rostros más creativos y carismáticos, celebridades de primer nivel.

Tabla N° 6: Estereotipo de artista

<b>Artista</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
Michel Comte	Gusto Legítimo	El artista es catalogado como un talento innato descubierto por un gran diseñador, como un autoridad en la materia de desnudos y belleza. Además el mismo, demuestra ciertos rasgos egocéntricos al hablar de él mismo en las cuñas integradas en la noticia.

Tabla N° 7: Estereotipo del público

<b>Público</b>	<b>Tipo de gusto</b>	<b>Observaciones Generales</b>
No se describe	No se describe	No se describe

## 5.2 Análisis de los datos

### 5.2.1 Tema

#### A. Los principales temas que se abordan en la sección Cultura

Las noticias de la sección cultura del diario Las Últimas Noticias corresponden a una forma de producción estándar, en la que se mantiene constantemente un mismo formato en cuanto al tratamiento y diagramación de la noticia. Esto tiene relación con las técnicas de la industria cultural, las cuales se ocupan de reproducir estandarizadamente los productos y masificarlos al público, sin resguardar las características que los diferencian de otros elementos del sistema social que también son publicados por los medios.

Las industrias culturales funcionan a través de las lógicas de mercado, las cuales según la ley de oferta y demanda, posicionan un producto con similares características para su fácil consumo y aprobación. De esta forma las informaciones

publicadas por los medios de comunicación sirven a las lógicas del negocio, en donde para obtener ganancias se buscan satisfacer necesidades informativas y de conocimiento en torno al consumo de un producto o servicio comercializable.

Los medios, institucionalizados para la producción y distribución de información, son también generadores de representaciones sociales, las que se manifiestan como creencias que conforman el pensamiento de un grupo social. Sandra Araya plantea que “los medios de comunicación de masas tienen un peso preponderante para transmitir valores, conocimientos, creencias y modelos de conductas” (Araya, 34).

De esta capacidad, surge el interés de conocer qué temas son los que los medios posicionan en el espacio público, en resumen, de qué está hablando LUN cuando se refiere a la cultura. Durante los tres meses analizados, las temáticas abordadas por el diario dicen relación con la fotografía, las artes plásticas, el arte conceptual, la pintura, lo audiovisual, literatura, y, finalmente, dibujo y gráfica. Cada uno de estos términos es acuñado en las propias noticias al referirse a la obra tratada.

Algunos temas son muchos más abordados que otros. Fotografía y artes plásticas se ubican en primer lugar, quedando al final de la lista lo relacionado a la creación audiovisual. El siguiente gráfico evidencia esta situación:

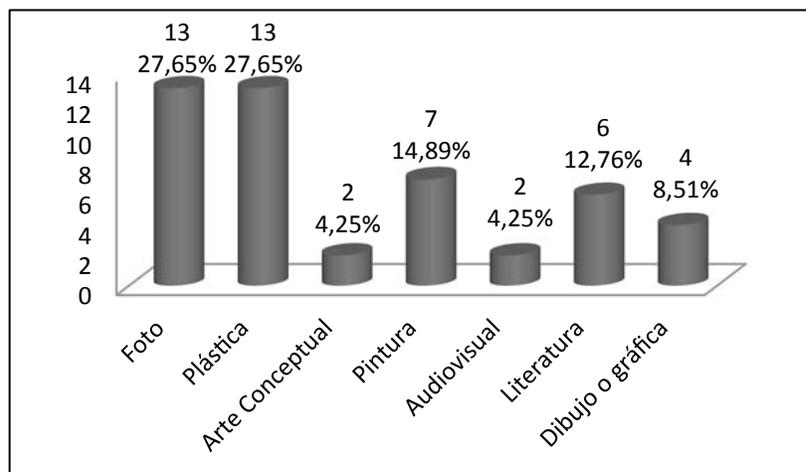


Gráfico 1: Creación propia

Independiente de la variación en las temáticas, la mayoría de ellas son presentadas a través de exposiciones, siendo éste el hecho noticioso que prima, más allá de la técnica o incluso su autor. Sin embargo, en muchas de estas actividades publicadas en esta sección del diario, se mezclan distintas disciplinas artísticas. Por ejemplo el domingo 4 de Enero del 2013, se titula “Autores sureños lanzan gran combo plástico –literario”, obra que contempla dibujos, ilustraciones, entre otros elementos gráficos más poesía de escritores reconocidos.

En otras, en las que se realizaba una muestra de fotografía, al mismo tiempo se lanzaba un libro con la recopilación de la obra. Este es el caso de la muestra “Murales fotográficos hospitalarios”, la que consistía en un proyecto de instalación de diversas imágenes en hospitales a lo largo de Chile, la cual posteriormente fue montada en Patio Bellavista ubicado en Santiago.

A pesar de la mezcla de disciplinas se sigue manteniendo las mismas temáticas, sólo que en algunas noticias son tratadas de forma separada, mientras que otras son abordadas en conjunto, de acuerdo al acontecimiento. Cualquiera sea la forma en cómo estos hechos son publicados, se mantiene una visión estética, la que según la clasificación de Bourdieu corresponde al gusto legítimo o de la burguesía.

Dicha visión se evidencia en que los temas son abordados principalmente por quienes producen el acontecimiento y cómo su trabajo es avalado por instituciones académicas y del plano cultural. Los roles dentro del campo cultural, según el autor anteriormente mencionado, están delimitados por la posición que ocupan ciertos agentes en el proceso de producción, los cuales se plantean en una relación de lucha por ocupar el poder de producción cultural y relegar al otro al rol de consumidor.

Las formas en que se abordan las temáticas principales en las noticias analizadas, tratan respecto a la trayectoria del artista, sus estudios, las técnicas y los lugares donde se realizan las exposiciones. De este modo, se apela a que esta ostentación del capital simbólico y de conocimiento académico permite posicionar

estos temas en un nivel estético legítimo, por ende, en una posición de poder en el proceso de producción cultural.

Sin embargo, a pesar de que las temáticas tratadas sean avaladas por los conocimientos de la academia y quiénes los detentan, la visión presentada de los elementos que conforman la cultura no es integradora. Lo anterior se produce debido a que los temas publicados con mayor frecuencia refieren a las artes plásticas, quedando en el olvido o siendo omitidos temas como el teatro, la danza, la música, entre otras disciplinas que también se relacionan con la academia.

Por otra parte, no se integran elementos como las costumbres, estilos de vida, tradiciones u otro tipo de expresiones culturales como las intervenciones callejeras y carnavales, que pueden ser parte del cotidiano de una comunidad. Esto no se condice con una definición más amplia e integradora como la señalada por Raymond Williams, cuando considera que también es cultura las formas de vida, significados y valores, más allá del conocimiento y arte.

En esta sección se privilegia una visión de cultura que refiere principalmente a las artes que pueden ser expuestas al público como productos en exhibición. Estas muestras se plantean como panoramas de entretención, los cuales pueden ser consumidos respondiendo a una necesidad de acceder a eventos culturales, la cual es satisfecha por el diario promoviendo esta cartelera cultural.

## **B. Conexión temática entre título, bajada y cuerpo**

Dentro de esta categoría también se pudieron obtener resultados en torno a la conexión entre los temas abordados entre el título, bajada y cuerpo. Los tres elementos, como componentes de la construcción de una noticia, son fundamentales para llamar la atención de los posibles lectores e incorporar algunos datos que se pueden destacar dentro de la información entregada.

En la composición general de la noticia se enfatizan dos aristas de los temas culturales: el autor y su obra. En el primero se mencionan características relacionadas a su trayectoria en su disciplina de trabajo y en el segundo se

presentan las cualidades del trabajo, en torno, a su magnitud dentro del escenario cultural, el lugar dónde se presenta y la complejidad de su técnica.

En primer lugar, en los títulos de la noticias se intenta atraer el interés a través de palabras llamativas o elementos cotidianos que se usaron en la obra. Normalmente, en esta misma línea, se enfatizaron los atributos al artista y también de su creación, realzándolos o apelando a su grandiosidad. De esta forma, estas características resaltan dentro del título, a través de refranes, dichos populares, recursos literarios y juegos de palabras.

En la noticia publicada el día 7 de enero, se titula “Pintor voraz ofrece festín de dulces y animales muertos”, en él se puede apreciar las características entregadas al pintor y también el juego de palabras para describir la obra. Algo similar ocurre el día 17 de febrero, donde el titular dice “Reeditan libro del año de la cocoa con cientos de refranes chilenos”. La expresión “el año de la cocoa” refiere a algo viejo, correspondiente a un dicho popular típico chileno.

Considerando la constante utilización de este tipo de recursos, es que se da cabida a múltiples interpretaciones de la información que es entregada en el titular. Se pone énfasis en una visión de cultura que ensalza la obra y su creador. Sin embargo esta apreciación es entregada a través de descripciones confusas y ambiguas. En ellas se explica la información de forma incompleta, omitiendo la disciplina tratada, el artista, la obra en sí misma o el lugar de realización de la muestra.

Tal como se señaló anteriormente, el titular no engloba la información general de la noticia, deteniéndose en detalles pocos claros ni funcionales. Es así como en títulos como “Rockstar del periodismo argentino mata 21 pájaros de un tiro” y “Mujer todoterreno le saca el jugo a la enigmática Monalisa” se pone especial atención a las características del artista mediante dichos populares, explicando vagamente la obra.

La presencia de titulares que se podrían considerar claros y que engloben la información de la noticia, es muy escasa. En ellos, de igual forma se utilizan algunos recursos literarios, pero no impide su comprensión, dando a conocer la obra, el autor

o, incluso, el lugar de exhibición. Este es el caso de los títulos “Artista usa condones para retratar a Benedicto XVI” y “Chileno cuenta la historia del mundo en 428 dibujos”.

En segundo lugar, los principales énfasis presentes en las bajadas de las noticias estudiadas es explicar los detalles confusos del título y agregar informaciones extras como motivaciones del artista, el esfuerzo y dificultad para realizar la obra y aclaraciones en cuanto a la técnica y el montaje.

En la bajada se comienza a presentar el tema que será desarrollado en el cuerpo de la noticia, de alguna forma, en los casos analizados se sitúa al lector en lo que se le presentará posteriormente en el desarrollo de la información, lo que puede corresponder a algún dato relevante de ésta. No obstante, se omiten recursos llamativos en el lenguaje, para dar paso a una formalidad en el tratamiento de los acontecimientos.

La bajada se centra en un rol explicativo y descriptivo, tal como se evidencia en el siguiente caso analizado, “El montaje reúne cientos de fotografías, video y revistas que muestran el tránsito entre las primeras y tiasas maniqués y las actuales estrellas de la pasarela” publicado el día 22 de febrero.

En tercer lugar, el elemento analizado es el tema principal del cuerpo de la noticia. Durante la recolección de los datos, se observó que la temática general no se comienza a desarrollar de manera inmediata, sino que en la mitad del texto o bien al final y de manera muy breve en algunos casos.

En general, el cuerpo, estaba compuesto por un gran número de declaraciones de las fuentes, las que ocupaban una parte considerable del espacio textual. En ocasiones, gran parte de ellas estaban acompañadas de preguntas explícitas realizadas por el periodista. Estas intervenciones podían alcanzar un número de hasta cinco por noticia, las cuales complementaban la información general.

El número de fuentes utilizadas por el periodista en su mayoría corresponde a una por noticia, las cuales, en un 76,92% son del tipo implicada, 19,23% de tipo institucional y un 3,85% a fuentes de tipo documental. El uso de las declaraciones de estas personas otorga validez al tema presentado, lo que se debe a la relación de cercanía con la obra y su legitimidad, en cuanto a sus conocimientos académicos y de autoridad en la materia tratada.

El desarrollo de los temas en el cuerpo de la noticia, se enfatizó desde diferentes perspectivas, tales como: el evento que exhibía las obras, la trayectoria del artista en su disciplina, las motivaciones de éste y la técnica utilizadas en las creaciones.

Tanto título, bajada como cuerpo, son los elementos que construyen la noticia. Entre ellos debiesen existir características que los unen y grados de cohesión a la hora de tratar la información. Por medio del análisis realizado, es que se observó que en este caso no se cumple lo antes señalado.

Cuando el título es confuso, se logra entender si se lee en conjunto con la bajada, ya que los temas tratados en ésta última detallan sus elementos ambiguos y dan pie a lo que se explicará en el cuerpo noticioso. Sin embargo, al leer la bajada de forma independiente es posible comprender el tema que se informará.

De esta forma, el título se desvincula del tema principal, dejando de cumplir la función de sintetizar el hecho a informar. Se pone énfasis en detalles “sabrosos” que pueden llamar mucho más la atención del lector, que presentando el contenido de manera formal.

Entre los tres elementos de la estructura, los que tienen mayor relación e ilación en la misma noticia, son la bajada y el cuerpo. Esto, debido a que en la primera se presentan algunos de los temas que van a tomar mayor relevancia en el cuerpo, lo cual no sucede en la relación de éste con el título. Lo anterior se debe a que el tema principal que se describe en el titular, se desarrolla brevemente en el cuerpo de la noticia.

Por separado, cada uno de los elementos que estructuran la noticia, cumplen a grandes rasgos sus funciones. En el título se llama la atención, en la bajada se posiciona al lector en lo que se leerá posteriormente y en el cuerpo se desarrolla el tema en extenso. No obstante, en este análisis, si éstos elementos no se leen en su conjunto, se pierde toda ilación e incluso no se comprende de que podría tratar la noticia. Por separado, podrían entenderse hasta como hechos diferentes.

Lo anterior manifiesta el carácter poco cohesionado del mensaje que se entrega a los lectores del diario con respecto a la temática cultural, el cual se percibe en la poca conexión temática que se genera, principalmente, entre título y bajada. El discurso que entrega el medio de comunicación sólo es posible de comprender si la estructuración y orden de sus contenidos temáticos es adecuada y entendible para el receptor. Si no se presenta una relación en torno al tema en estas estructuras, no hay coherencia y, por consecuencia, no se cumplen de buena manera los objetivos informativos.

Finalmente, debido a la poca coherencia presentada en la estructura de la noticia, podría generarse una idea errónea respecto al tratamiento de ésta. Formando una idea preconcebida que puede no ser la que realmente se vaya a desarrollar en el contenido del cuerpo.

### **C. Agenda cultural ¿Nacional o Internacional?**

Durante los tres meses considerados se observa una mayor tendencia a publicar eventos culturales o temas relacionados a ellos de carácter nacional. De esta forma, se obtuvo que de las 47 noticias estudiadas 31 (65,95%) corresponden a hechos locales y 16 (34,04%) a internacionales.

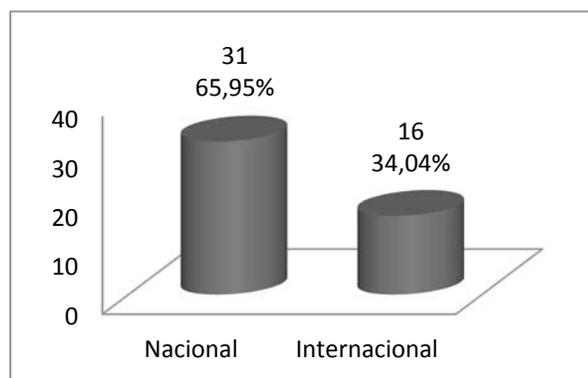


Gráfico 2: Creación propia

Lo anterior, demuestra una intención de presentar eventos u obras que se realicen en el país, según lo que el diario Las Últimas Noticias entiende por cultura y considera digno de ser mostrado en la respectiva sección. Al mismo tiempo, se privilegia la creación de los artistas chilenos antes que la de los creadores extranjeros, independiente de la disciplina y del país donde se realice la actividad.

A pesar, de la prevalencia que se otorga a la creación nacional, la cobertura de temas relacionados con cultura que se entrega es sesgada. En ella no se consideran temas que representen la identidad del país, como las tradiciones, costumbres o formas de vida de las personas, elementos que aportarían a una visión integradora de la cultura y no tan sólo estética de ésta.

Se observa que hay una tendencia a mostrar una cantidad considerable de eventos culturales nacionales en Enero, lo que podría relacionarse con la temporada estival chilena. Los temas tratados en las noticias corresponden principalmente a eventos que ya están en exhibición o bien comenzarán a hacerlo en el corto plazo, lo que permite que sean parte de la agenda y cartelera cultural del país.

Cuando la noticia es nacional, además del nombre del recinto donde se realizará el evento cultural, se menciona la dirección y el periodo en el que se podrá visitar, entregando características más específicas a la agenda cultural nacional. Esto se debe a que los eventos son presentados como panoramas para los potenciales asistentes, los cuales cumplen con las características de mercado, ya que ofrecen un

bien que puede ser comercializado y, además, considera la asistencia de un posible consumidor a este evento.

Al entregar información como panoramas para las personas, ponen en evidencia su capacidad para socializar los bienes culturales, promoviendo el acceso más amplio a la cultura. Según Umberto Eco, esta difusión tiene relación con la visión integradora del fenómeno de la cultura de masas, en la cual se mira positivamente la capacidad de difundir y facilitar el acceso a la cultura por parte de los medios.

Debido a que se presentan los datos que permiten asistir a las muestras mencionadas en las noticias, se puede determinar que existe una promoción al estilo y las artes, presentándolas como una forma provechosa de ocupar el tiempo libre o un panorama positivo para las personas.

Este es el caso de la noticia “Robusta muñeca inflable exhibe sus tatuajes en Vitacura”, donde se menciona que la obra se inaugurará la próxima semana en la Galería Patricia Ready, Espoz 3125. Lo mismo ocurre en la noticia “Casa minúscula se agranda en muestra de arte”, de carácter regional, donde se indica que se trata de una muestra colectiva que se realiza en la Casa E, Lautaro Rosas 344, Cerro Alegre.

A pesar de estos rasgos positivos de la difusión de eventos culturales, no pueden olvidarse los factores económicos que están detrás de estas publicaciones. En una visión apocalíptica, Eco explica que los factores del mercado que rigen este acceso a la cultura banalizan los bienes culturales, porque sólo se considera una reproducción de ellos, lo que correspondería a una crítica a los productos de las industrias culturales y el fenómeno de la cultura de masas.

Por otra parte, en las publicaciones de carácter internacional sólo se menciona la galería, la ciudad y en ocasiones el país. Esto puede ocurrir por la nula incidencia que esa noticia tendrá en la agenda cultural de Chile, por lo que no es necesario entregar mayor información a los lectores. Un ejemplo de lo anterior, se encuentra en la noticia “Movida exposición reúne a Duchamp y sus discípulos” donde sólo se

menciona que la actividad se realizará en el Centro Barbican de Londres, sin entregar mayores detalles como el nombre de la calle o las fechas en que se realizará.

En relación al lugar donde ocurren los hechos, tanto nacional como internacionalmente, se tratan temas en los que se observa cierto centralismo. En el caso de Chile, las actividades culturales son realizadas mayormente en Santiago. A la hora de considerar otras ciudades, tampoco se mencionan eventos en lugares lejanos a la actividad cultural nacional, ya que se trata de Concepción, Valparaíso y Chiloé.

Concepción y Valparaíso son capitales regionales y ciudades universitarias que periódicamente son destino obligado de distintos artistas y consideradas cunas de importantes creadores. Por su parte, Valparaíso alberga al Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, además de ser una ciudad catalogada como Patrimonio de la Humanidad, la que es considerada como la capital cultural del país, legitimada por la institucionalidad gubernamental.

En el caso de los eventos culturales realizados en el extranjero, existe una tendencia a mostrar las actividades que se realizan en Estados Unidos y Europa, específicamente Alemania, Inglaterra y España, las cuales corresponden a los principales exponentes de la cultura occidental. Estos países, históricamente, han sido fieles representantes de las tradiciones y modos de vida del occidente, los cuales son reproducidos por Chile y gran parte de Latinoamérica. Debido a esto, el espacio extranjero cubierto por el diario, tampoco resultaría tan integrador.

## **5.2.2 Subtema**

### **A. Aporta o desvía la atención del tema principal de la noticia**

Más de la mitad de las noticias analizadas poseen subtemas que no desvían la atención de la temática central de la información, sino que entregan datos anexos que sirven para complementar el contenido principal. Algunos de estos son: las motivaciones del artista, la técnica, la forma de trabajo, el lugar de presentación de la

obra, datos biográficos de los creadores, cuantos artistas componían las muestras y explicaciones para que el potencial público de las obras pueda comprenderlas fácilmente.

Los subtemas son tratados en la noticia de forma breve y normalmente abordados a través de su explicación o bien, por medio, de las cuñas incluidas en el texto noticioso. De esta manera, mediante las palabras de las mismas fuentes se entregaba la información complementaria al tema principal.

En una mínima parte de las noticias analizadas, los subtemas adquirieron mayor relevancia que los temas principales. Los primeros, se convirtieron en el tema central del cuerpo noticioso, mientras que los segundos quedaron en otro plano. Este es el caso de la noticia titulada “Buscan extras para incendiario video clip de “La Marsellesa”, donde el hecho noticioso que corresponde a la búsqueda de extras, queda relegado al final y explicado de manera acotada. Los temas que se desarrollan en esta noticia, fueron la historia de La Marsellesa, la intención del autor y la explicación del video clip.

La información presentada en los subtemas cumple con la función de profundizar los contenidos presentados en el tema principal de las noticias sin desviar la atención de ésta. La forma en que se desarrolla la información es a través de los datos que en ella se entregan, los cuales mencionan atributos del artista y su obra, en los que se caracteriza la forma de trabajo, los intereses, la técnica, la trayectoria y las interpretaciones.

Este es el caso de la noticia “Libro resume la provocativa carrera de Zaida González”, publicada el 6 de marzo, en la que uno de sus subtemas se encarga de describir los premios de la autora, su historia como fotógrafa y las motivaciones que ha tenido para realizar su carrera.

### 5.2.3 Registro de habla

#### A. Lo popular como enganche en el titular

Según la clasificación diastrática de los registros de habla, los niveles que predominan en el titular de la muestra de esta investigación, corresponden al nivel medio o coloquial y al popular, siendo el primero el más utilizado. Las principales variaciones entre uno y otro, se evidencian en torno al uso de dichos populares propios de la idiosincrasia chilena.

Aquellos titulares que ocupan un registro de habla medio o coloquial, poseen un lenguaje de carácter simple y fácil de comprender al estar ausentes de tecnicismos. Si bien, los significados de los términos están usados adecuadamente, se permitían ciertas variaciones y juegos de palabras que le otorgan a las frases menor rigidez. Finalmente, éste es un registro de uso común y coloquial, el cual es característico de los medios de comunicación.

Un ejemplo de lo anterior corresponde al titular de la noticia del día 6 de febrero que indica “Viviendas sociales chilenas de los 70 reviven en miniatura”, donde se percibe una facilidad de comprensión debido a la simpleza y buena utilización del lenguaje, pero donde también se utiliza la palabra ‘reviven’ haciendo una leve variación en su significado el cual corresponde a renacer, cambiándolo por “reconstruir”.

Para efectos de esta investigación, la utilización de un registro de habla de nivel medio como predominante en este análisis, se relaciona directamente con el gusto al que se refiere el hecho noticioso. Lo anterior no es parte de una coincidencia, sino que se condice con los objetivos y significados del gusto medio, el cual privilegia la producción y la búsqueda del consumo de la industria cultural, velando por el acceso, el cual se hace más cercano al consumidor, con la utilización propia de un lenguaje sin mayores complicaciones sintácticas ni semánticas.

Con respecto al nivel popular, la utilización de este registro se percibe en reiteradas ocasiones con el uso de dichos populares y significados locales, cómo es

el caso de titulares que presentan expresiones como “le saca brillo”, “se lanza a la vida” y “tira la casa por la ventana”.

Otro tipo de recursos utilizados en los titulares de las noticias analizadas y que también corresponden al nivel popular, son elementos intensificadores del lenguaje y figuras literarias como la hipérbole, donde destacan ejemplos como “minuto de gloria”, “detalles sucios”, “con bombos y platillos”. Estos elementos corresponden a lo más llamativo del titular y la potencial invitación a la lectura.

Las expresiones anteriormente mencionadas, si bien corresponden al nivel popular del lenguaje, pueden tener diversos significados dependiendo del lugar y contexto donde sean utilizadas, lo que no garantiza que a nivel literal sean comprendidas por todos.

El registro popular predomina, sobretodo, en los titulares de las noticias, lo cual alude a una intención por incitar a la lectura mediante la construcción de algún significado que sea atractivo y que debiese englobar el tema central de la noticia.

Es así como el gusto medio se sustenta con la utilización de un lenguaje del mismo nivel, algo similar a lo que ocurre con el registro y el gusto popular. En esta última situación, se apela a una estética que acerque la obra al público de la manera que sea necesaria, inclusive, invocando a la libertad de expresión y utilizando la esteticidad sólo cuando parezca ser útil.

Lo anterior se correlaciona con la función que cumple el nivel popular con su economía en el uso del lenguaje, recurriendo a recursos que muchas veces aluden a exageraciones del artista, intensificaciones de su obra o metáforas respecto a su trabajo. Todo esto hace más atractivo el hecho noticioso para el lector, por el solo hecho de utilizar un lenguaje cercano a su cotidiano.

Si bien es cierto los elementos anteriormente mencionados son utilizados para adornar el lenguaje, se convierten en expresiones ambiguas, las que dejan a libre interpretación el mensaje final del titular. Quien no conociera el significado de algún

concepto local o dicho popular, podría tener dificultad para entender de qué trata la noticia o bien continuar la lectura de ella.

## **B. Lo medio y lo técnico en la bajada**

En el análisis realizado, los niveles de registro de habla que primaron en la bajada son el nivel culto y el nivel medio, siendo este último el predominante. En cuanto al lenguaje percibido en el registro medio, éste es utilizado de forma estándar, apegado a la norma, pero siempre siendo menos rígido en cuanto a la significación de las palabras. Muchas de ellas se entendían de acuerdo al contexto en el que estaban escritas, más que por su significado literal.

Una de las características que se presentó en las bajadas con un nivel medio, fue la constante utilización de adjetivos. Éstos eran usados para entregar las características de los autores y sus creaciones, ensalzándolos y engrandeciendo su trabajo, por lo que se subjetivaban las ideas.

Con respecto a un ejemplo que alude al nivel medio en la bajada, se puede mencionar la noticia del día 11 de febrero que indica en este apartado “La exposición abarca 50 años de producción fotográfica del innovador artista, quien inmortalizó a estrellas del cine, pintores y escritores.”

La utilización de un nivel medio de habla en la bajada, corresponde a mantener la adhesión del lector en la nota, vale decir, que el carácter de un lenguaje simple y estándar (utilizado también para promover el acceso a un gusto de carácter medio), promueva el fácil entendimiento para que finalmente, el público acceda al cuerpo noticioso, que contiene la concentración de información.

Con respecto a las bajadas que poseían un registro culto en su lenguaje, se genera un total apego a las normas lingüísticas, siendo la utilización de este nivel, el más adecuado para el carácter descriptivo e introductorio que presentó en general este elemento de la estructura de la noticia.

Debido a que los principales temas tratados en esta parte referían al autor, a la obra y a los lugares de exhibición, es que este registro facilitó la utilización de

tecnicismos y palabras de uso más exclusivo, según la disciplina que se tratara. Además, la riqueza del lenguaje se evidenciaba debido al constante uso de sinónimos que complejizaban un poco más la comprensión del tema o tópico, como por ejemplo “colosos” por “gigantes”, “objetos caseros” por “mesas”, “armatoste” por “máquina gigante”, entre otros.

La utilización de un registro culto, se condice con el gusto legítimo debido a que se busca caracterizar y solidificar al artista según sus capacidades, a través de la estética. Lo anterior, se hace visible y es coherente en el uso de un lenguaje elevado, conocido sólo por entendidos en la disciplina tratada o por un público que tenga un gran bagaje de vocabulario, el cual está asociado a la formación académica y al conocimiento.

Finalmente, el que una noticia utilice un lenguaje elevado por sobre uno de carácter medio o popular, genera una segregación del lector por cuanto podría imposibilitar la comprensión de lo informado y limitarlo sólo a un público característico.

#### **D. El cuerpo en término medio**

En relación al cuerpo noticioso, éste presenta en su mayoría un registro de habla de nivel medio o coloquial. Las principales características de este nivel giran en torno a su constante utilización en los medios de comunicación, lo que supone un balance entre la riqueza y formalidad de lo culto y el ahorro y la simpleza del lenguaje.

El mensaje del cuerpo se presenta de manera simple y comprensible, la cual si bien no se aleja completamente de la norma, demuestra menor rigidez que un lenguaje de nivel culto. El hecho noticioso se explica a través de una forma narrativa e histórica, incluso entregando elementos que adornan el lenguaje, como algunas figuras literarias y sensaciones como suspenso y emocionalidad.

Las principales características que se dan en los mensajes emitidos en el cuerpo, tienen que ver con la idea de intensificar el acontecimiento, como por

ejemplo hablar de “el potente combo”, “los más destacados”, “uno de los trabajos más llamativos”, “el gran”, “el cerebro del sello”, entre otros.

Dentro del análisis del cuerpo noticioso, se observó en menor medida el uso de los registros de habla de nivel culto y popular. El primero se presentó por el uso de tecnicismos de la materia tratada como por ejemplo, “convirtió ese instante en un loop” y “relación que existe entre esos segundos de metraje fílmico”, los que corresponden a técnicas audiovisuales. En cuanto a lo popular, se percibió un alto uso de significados locales y refranes.

### **C. Correlación del registro de habla entre título, bajada y cuerpo**

No existe una correlación entre título, bajada y cuerpo, en cuanto al registro de habla empleado en cada uno de ellos. Lo anterior, debido a la función que deberían cumplir las partes de la estructura noticiosa de manera independiente.

El titular debido a su interés en captar la atención del lector, utiliza un lenguaje donde predominan la comprensión fácil y rápida de éste y el uso de dichos populares propios de la idiosincrasia chilena. La bajada, por su parte, utiliza un lenguaje que en su mayoría es medio y culto, ya que pretende situar al lector en lo que leerá posteriormente. Finalmente, el cuerpo entrega el mensaje del hecho noticioso de manera extensa, por lo que prima un registro de nivel medio, debido a su simpleza y poca rigidez.

Los elementos de las estructura de la noticia que más se correlacionan son la bajada y el cuerpo, ya que en ambos se privilegió siempre un nivel medio o culto, en el cual el lenguaje era utilizado de forma correcta y precisa. Diferente es la situación del titular, donde se percibieron ideas difusas y, en ocasiones, distintas a las tratadas en las partes posteriores de la noticia.

Si bien, como se mencionó anteriormente, según esta investigación cada registro de habla está asociado a un gusto en particular, se observó que así como los registros de habla no se correlacionan a lo largo de la noticia, tampoco lo hacen los gustos que en definitiva son difundidos de distinta manera por cada tipo de registro del lenguaje.

Lo anterior tiene relación con la utilización de los distintos niveles y su disparidad a la hora de un análisis integral de la noticia. Por ejemplo, una noticia que presenta un titular escrito con un registro popular (perteneciente, preferentemente, al gusto popular), no necesariamente implica que la noticia corresponda finalmente en su conjunto a un hecho de gusto popular.

La cantidad de noticias que se correlacionan tanto en titular, bajada y cuerpo es baja y se evidencia que, de acuerdo a la cantidad y profundidad de información entregada, es el cuerpo el encargado de determinar el gusto que tratará la noticia, utilizando como una de las características determinantes, el registro de habla utilizado. No lo determinará ni el titular ni la bajada, ya que ambas estructuras corresponden a una información sintetizada del hecho, por lo cual, como ya ha sido mencionado anteriormente, muchas veces se utiliza un lenguaje popular o más elevado, por ser recursos llamativos que entregan un breve mensaje, los cuales enfatizan un determinado aspecto o característica del artista y/o la obra.

Considerando la información que entrega la noticia y el gusto al que apela, el nivel del lenguaje se va adecuando según las funciones que pretenda cumplir. Vale decir, el lenguaje se ajusta al gusto, así como también al acontecimiento noticioso.

#### **5.2.4 Fuentes de la noticia**

##### **A. Quiénes hablan en las noticias: legítimos e implicados**

Los principales tipos de fuentes que aparecen en las noticias, de mayor a menor cantidad, son implicadas, institucionales o legítimas y documentales. Todas ellas refieren a cierta autoridad para hablar del tema, a su participación en la obra o bien, en cuanto a sus conocimientos en la materia, respectivamente.

La fuente implicada corresponde a las personas que tienen relación directa con la obra o con los protagonistas. Este es el caso de los artistas, editores y familiares, quienes dan a conocer la intencionalidad, los orígenes y sus motivaciones más profundas a la hora de crear. Se comunican los sentimientos que pueden emanar o

bien problemáticas sociales que dan pie a la creación o a lo que pueda evocar o sensibilizar.

Esto se evidencia en la noticia del 24 de enero, donde Loreto Vergara, la autora, declara que “La idea era que en estas imágenes predominara el claroscuro, porque el anciano es así. La luz de las personas mayores podría decirse que se va apagando con el tiempo, hasta llegar a la muerte, que es la oscuridad”

Las fuentes de tipo institucional, son las voces autorizadas de las organizaciones como curadores y dueños de museos, quienes en sus declaraciones representan la opinión que ese lugar tiene sobre la obra o el artista.

El 17 de enero, en la noticia titulada “El MAM de Chiloé celebra sus 25 años con bombos y platillos” Coca González, miembro del directorio de MAM, declara que “Nosotros invitamos a los artistas que expongan acá y dejamos que ellos hagan lo que quieran, sin juzgar ni censurar su trabajo. Mi función, como curadora, es elegirlos e invitarlos”

Otro ejemplo de fuente institucional se presenta en la noticia titulada “Nueva galería ofrece arte chileno en cuatro tamaños portátiles”, donde el dueño del recinto comenta “Mi sueño es darle a la gente la oportunidad de armar una pequeña colección y dentro de esa meta caben consagrados y emergentes muy buenos. Esta oferta, cubre además, una gran diversidad de gustos.”

Por otra parte, la fuente documental responde a las declaraciones que se encontraron en otros medios y que en las noticias de la sección Cultura fueron presentadas como cuñas. La información que entregan sirve para validar al autor o la obra dentro de la academia o el círculo de conocimientos correspondientes a esa disciplina.

Este es el caso de la noticia del 2 de enero, titulada “Luis Poirot y Enrique Lihn suman fuerzas en “La efímera vulgata” donde se presenta como información entregada por la fuente parte del prólogo de la obra “Terminadas las aburridas comparsas de acostados los niños y recogidos en su hogar los matrimonios...”

La validez de las declaraciones de estos tres tipos de fuentes, se debe a su cercanía con los hechos, por lo mismo, su opinión tiene un poder mayor que el que puede representar alguien que no tiene una vinculación tan cercana como es el caso del público, el cual en ninguna noticia es considerado de forma alguna como fuente para comentar el hecho que se presenta en la noticia.

Por lo anterior, se identifica que las fuentes consideradas por el medio se mantienen entre quienes ostentan determinados conocimientos y pertenecen a cierto grupo social, alejándolas del público común y posicionándolas en un nivel superior en cuanto al saber y a la relación que tienen con la cultura. De esa manera se les otorgan características legítimas respecto a lo que dicen o a su entendimiento sobre la materia tratada y, además, se mantiene la ideología de quienes producen la cultura, ya que son ellos los únicos legitimados por el medio para opinar sobre lo que se está presentando.

El uso de este tipo de fuentes que tienen poder de conocimiento, el cual se refiere al capital simbólico que se relaciona con el valor intangible del saber, y la ubicación que tienen en la división del trabajo presentada por Bourdieu, se encargan de posicionar una determinada visión sobre la cultura, que corresponde a quienes ocupan los roles de productores y difusores de los bienes culturales. Es por medio de sus declaraciones que se relaciona la información con un determinado tipo de gusto, privilegiando su visión frente a la de quienes no aparecen en el medio de comunicación.

Por lo anterior, es importante conocer qué función cumplen las fuentes en las noticias, ya que en algunas oportunidades era posible relacionarlas en dos roles. El primero de ellos correspondía a los autores, quienes entregaban declaraciones de la obra, donde se entregaban datos sobre su motivación y elaboración desde una visión protagónica.

Esto se puede ejemplificar con la noticia del 7 de enero, donde Guillermo Lorca, pintor, declara que “Mi trabajo pictórico surgió de un interés en los cuentos de hadas

con Hansel y Gretel y Caperucita Roja, pero la idea es abordar esos temas sin caer en la literalidad, o en la simple ilustración del cuento”

La segunda función de las fuentes consistía en legitimar la obra o al artista, a partir de su participación o representando a una institución. En este caso los encargados de entregar las declaraciones fueron los curadores, editores, directores de instituciones culturales y profesores.

Esta función de la fuente se encuentra en la noticia “Man Ray reúne a sus amigos en gran retrospectiva de retratos”, donde el encargado de entregar información sobre el artista es el curador de la National Portrait Gallery, Terence Pepper, quien destaca el aporte del fotógrafo en la siguiente declaración “Man Ray deslumbró al público de su época desbaratando la mentalidad habitual y expandiendo las fronteras de la fotografía”

A la hora de presentar las declaraciones en las noticias, muchas las incluían como un párrafo más dentro del cuerpo, sin mayor introducción. Esto ocurría tanto en noticias nacionales como internacionales, donde sin una intervención explícita del periodista se incorporaban la información entregada por la fuente.

Un ejemplo de este tipo de declaraciones se encuentra en la noticia del 20 de marzo, titulada “Pintor causa remezón visual en el barrio Lastarria”, donde parte de las declaraciones entregadas por el artista son de forma directa. Este es el caso de la siguiente intervención de la fuente “Creo que estos tres grupos de pinturas, al ser exhibidos en conjunto, se potencian y hacen que cambie la mirada o la perspectiva con que las observamos”

En otros casos se utilizaba la intervención directa y explícita del periodista, es decir, algunas de ellas aparecían como un diálogo de pregunta y respuesta. Este también es el caso de la noticia del 20 de marzo.

*“En el museo, esos tres grupos de trabajos están mezclados como si fueran una sola gran serie. ¿Cuál es el tema que los vincula?”*

Lo que me interesa, en esta muestra en particular, es el asunto de la pintura. Me interesa la pintura abordada como lenguaje en sus diferentes expresiones, desde el óleo puro hasta el experimento pictórico-serigráfico que hago en

*Silabario del ojo.* La pintura es el elemento conductor, junto con el tema de la memoria y la tradición, que es algo que yo siempre estoy revisando”

La utilización del mismo ejemplo para evidenciar la forma en que se presentan las intervenciones de las fuentes en las noticias, se debe a que este último modo de incorporar las declaraciones se realiza en conjunto con la intervención directa de las personas que el medio válida para comentar lo que se está publicando.

## **B. ¿Qué dicen? Lo que aportan o desvían**

La información que las fuentes entregan tiene relación principalmente con las motivaciones que los artistas tuvieron para crear sus obras, las que muchas veces responden a críticas sociales del creador sobre asuntos como la discriminación, el consumo desmedido, la economía y la política.

Un ejemplo de las motivaciones se manifiesta en la noticia “Libro resume la provocativa carrera de Zaida González” publicada el 6 de marzo, donde la autora aborda el tema de la discriminación.

“Creo que en todo mi trabajo hay un cuestionamiento irónico a nuestra cultura, y eso no va a cambiar. Es una crítica que apunta hacia los cánones de belleza que nos impone la sociedad, hacia las contradicciones de la iglesia católica y hacia la no aceptación de lo diferente”

Otro tipo de información que otorgan las fuentes se relaciona con la sensibilidad que los autores tuvieron al momento de crear sus obras, las que ellos mismos definen a través de sus cuñas. Esta característica se encuentra en la noticia del 23 de marzo “Artista usa condones para retratar a Benedicto XVI” donde Niki Jonhson, la autora, describe cómo decidió abordar el tema de su obra.

“Un momento, pensé. ¿El papa dice que los profilácticos van a empeorar la epidemia de sida en África y que el sacrificio, la abnegación y la abstinencia son el remedio? Sí, eso dijo. Después, en 2010 el mismo papa dijo que no había que alentar el uso de condones entre las prostitutas, porque al usarlos ellas sólo querían limpiar la imagen de su inmoral oficio. En ese punto decidí que yo, como artista, debía hacer algo”

Las fuentes también indican la influencia de un autor los creadores más jóvenes. Este es el caso de la noticia “Movida exposición reúne a Duchamp y sus

discípulos” donde la curadora del centro Barbican, Jane Alison, comenta que el artista fue una respuesta para muchos jóvenes.

“Duchamp fue para los jóvenes artistas un modelo de respuesta al agotado y machista expresionismo abstracto de los años 50. Él es el padre del arte conceptual y posiblemente de todo el arte contemporáneo, al igual que del pop y postmodernismo”

Por otra parte, es posible identificar declaraciones que manifiestan la forma en que los autores trabajaron sus creaciones abordando temas como la técnica, los materiales utilizados para la elaboración de ellas y la responsabilidad social de su labor. Estas intervenciones entregan datos que luego son complementados por el periodista, donde se menciona si son una constante en el artista o si está innovando con su incorporación.

En la noticia del 25 de febrero, “Artistas chilenos a carboncillo se toman el Bellas Artes” Félix Lazo, modelo de Paula Lynch, comenta la técnica que se utilizó en la creación de la obra.

“Obviamente tiene cosas que se parecen a mí, pero hay deformaciones, aunque son sutiles. Paula tiene muy buen oficio, es muy creativa y tiene un manejo maravilloso de los tonos, del claroscuro, del blanco y negro. Ella siempre está buscando algo un poco más allá de la realidad y en este caso quiso captar la cosa psicológica de los artistas”.

Las fuentes también cumplen con la función de legitimar y validar lo que se está presentando o a la persona que ha realizado el trabajo. Estos datos son entregados destacando la trayectoria de los artistas, donde se resalta el aporte que han realizado al arte, como es el caso de la noticia que trata la importancia de Duchamp al arte. En cuanto a los lugares en los que se presentan las obras, que también cumplen un rol de legitimación, se trata principalmente de galerías como la Casa E en Valparaíso o la galería Patricia Ready ubicada en Vitacura.

En la noticia del 18 de enero, “Muestra relámpago reúne a los discípulos de Eugenio Dittborn” se menciona el reconocimiento que tiene la fuente que se presenta en la nota, el artista visual Eugenio Dittborn, Premio Nacional de Artes Visuales. Al destacar esta distinción se legitima la opinión que el presenta sobre la obra.

En el caso de los estudios de los artistas, en la noticia “Máquina para aplastar cabezas causa furor en muestra de arte” se menciona que el autor de la obra, Sebastián Robles, estudió en el taller de grabado de la Universidad de Chile. Esta información, entregada por la fuente, legitima al artista, ya que se formó en una institución reconocida por la academia.

La pertenencia a una determinada clase social de las fuentes que se presentan en las noticias, se relaciona con la legitimidad de éstas, ya que al ser parte de un grupo que ha tenido acceso a una formación académica, con una constante cercanía a la cultura, les permite entenderla como una obra de arte o un bien cultural donde se conjuga el conocimiento y el valor simbólico del trabajo, más allá del rol que puede tener como un bien de consumo masivo.

Por lo anterior, se trata de personas que tienen autoridad para comentar sobre la motivación, la técnica y la trayectoria de los creadores, ya que este es un conocimiento que ellos han adquirido y el cual es validado por la academia, por lo mismo, se trata de personas que están relacionadas con ella y son atributos que se mencionan en la noticia, como el cargo o rol que tiene en la elaboración de la obra.

Las declaraciones emitidas por todo tipo de fuentes no desvían el tema de la noticia, sino que permitían profundizar en él, ya que se trata de información complementaria. La presencia de estas intervenciones cumplen la función de desarrollar las temáticas, presentar detalles, sensaciones, ir más allá del trato netamente superficial de la información, ya que por medio de ellos se da cabida a la publicación de una opinión crítica y reflexiva por parte de los artistas sobre la sociedad en la que se inspiran para la elaboración de sus obras.

### **5.2.5 Estereotipo de la obra**

#### **A. Los atributos otorgados a la obra: ¿legítima, media o popular?**

En el análisis de las representaciones sociales en los medios, es posible determinar ciertos elementos que develan el conjunto de creencias que poseen y reflejan en sus mensajes, es decir, su discurso. Dentro de estos elementos se

encuentran los estereotipos, los cuales son entendidos como las categorías de atributos otorgados a determinados agentes u hechos de la noticia. Estas características, tienen relación con las clasificaciones que existen en la sociedad para identificar qué y quiénes la componen.

En el campo cultural, también existen este tipo de divisiones, las cuales según Bourdieu, refieren a las características estéticas de los productos culturales y a los roles que cumplen los agentes del campo en el proceso de producción. De esta forma, después del análisis realizado a las noticias de la sección Cultura de Las Últimas Noticias, se determinó que la mayoría de las obras descritas en las noticias corresponden al gusto legítimo o gusto de la burguesía, según el autor mencionado.

Los atributos entregados a estas obras tienen relación principalmente con el lugar en dónde se llevan a cabo, los cuales corresponden a instituciones legitimadas para presentar cultura como son los museos, las galerías de arte, los centros culturales y las editoriales. En todas ellas, existe una aprobación por parte de la academia a la obra, ya que en ellas se reúnen quienes poseen el capital de conocimientos para categorizar lo bueno y lo malo, lo cultural o no.

En las noticias analizadas se hacen explícitas las dificultades, que los lectores de la sección y el potencial público de dichos eventos, podrían tener para comprender e interpretar las obras descritas. Al ser un producto de la academia requieren mayor explicación a la hora de ser vistas, ya que en ellas se materializan los conocimientos académicos que poseen sus creadores. Es por esto que en la nota se utilizan ejemplos para dar un acercamiento al significado de la creación, tal como se ha dicho en el comienzo de este análisis.

Lo anteriormente señalado, se relaciona con algunas características otorgadas por el diario a las obras, entre las que se encuentran su exclusividad, lo innovadoras y controversiales que pueden llegar a ser. En la noticia publicada el día 23 de marzo, que se titula “Esto no es lo que parece: artista crea obra que asquea y asombra”, plantea desde la poca comprensión que se tiene a la intención creativa del autor. El cuerpo de la misma noticia comienza:

“Es fácil, confundir el nuevo trabajo del artista Cristián Rodríguez con un montón de basura que nadie se ha molestado en recoger. Hay una razón muy concreta para ese equívoco: la obra que el autor está exhibiendo en la Sala de Arte Las Condes (...) consiste, básicamente, en el retrato hiperrealista de numerosos desperdicios que están desparramados en el suelo y que se presentan acompañados por su contenedor municipal recién volcado”

En este ejemplo, se puede observar la dificultad para la comprensión de la obra y además la creatividad en el montaje, utilizando elementos que para muchos pasan desapercibidos y que en esta obra se pueden valorar artísticamente. Lo anterior tiene relación la idea de la cultura como un elemento complejo de entender, no tan sólo en su significado, sino también en sus materializaciones.

Otro de los atributos entregados a la obra, tiene que ver con la trayectoria que ha tenido la muestra o el montaje realizado. Muchas de ellas son clasificadas como emblemáticas apelando a cómo han sabido mantenerse en el tiempo como íconos de una disciplina cultural. Además, se entrega especial importancia a la técnica que han utilizado para realizarlas, apelando a los conocimientos previos para su ejecución.

Estos elementos ayudan a demostrar una de las principales características otorgadas a la obra que tienen que ver con la representación social de lo grandioso o lo sublime de la creación artística. Son tan importantes las obras creadas que incluso tendrían la capacidad de enaltecer las carreras de sus autores, por ejemplo en la obra *Table and Four Chairs*, publicada el día 3 de enero, explica “surgió así un tipo de trabajo visual que lo catapultó a las grandes ligas de las artes visuales contemporáneas.”

La importancia de la obra en cada una de las disciplinas a las que pertenece, también es medida en cuanto a la percepción que tiene dentro de su mismo círculo de profesionales del área o bien, por quienes trabajan en imitaciones o con algunas similitudes en torno a la obra que marca trayectoria. Es así como en la misma noticia publicada anteriormente, se establece que en la muestra se encontrarán las creaciones de otros artistas que siguen la misma línea, explicando que,

“en ese contexto, donde es posible encontrar desde gigantescas figuras humanas hiperrealistas (moldeadas por Ron Mueck) hasta un escenario de tamaño real donde la artista Keith Edmier ofrece una réplica maniáticamente exacta de la cocina de su madre, Robert Therrien aporta una visión desconcertante y misteriosa de objetos que forman parte de las más anodinas vivencias domésticas”

Lo grande, la trayectoria de la obra mostrada y su legitimidad, tiene que ver también con los comentarios y el debate que puede generar dentro de los agentes culturales y sus consumidores. De esta forma, uno de los atributos que se le otorga a estas obras, se relaciona con la posibilidad de cómo éstas generan comentarios y reflexiones dentro del campo cultural. Por lo tanto, las creaciones mostradas en las noticias se expanden del plano material e ingresan, en algunos casos, al territorio simbólico del debate de ideas en torno a la cultura y al devenir sociedad.

Esto es lo que ocurre en la muestra Representaciones (sub) urbanas, donde la artista Lía Caamaño expone que su obra plantea un cuestionamiento social al consumo diciendo “es como si como si estuviéramos haciendo una crítica a todo lo que puedes ver si sales del centro comercial. De esta manera se desliza una crítica social más amplia, que incluye temas como el consumismo y la evasión de la realidad”

Por otra parte, dentro del análisis se observaron en menor medida obras correspondientes al gusto medio de Bourdieu. Las anteriores están caracterizadas principalmente por su afán de reproducir otras obras, con el fin de alegrar y hermohear los espacios en los que se presentan, o bien, acercar a la gente (lectores del diario y posibles espectadores del evento) a la cultura.

De acuerdo con esta caracterización muchas de las obras catalogadas como gusto medio, se presentan como adaptaciones o réplicas de algún estilo del arte o una pieza que es parte de la creación personal del artista con trayectoria. Cuando corresponde a una obra que es reapropiada por el artista, se visualizan actualizaciones de esa disciplina artística legítima, lo que tiene que ver con una versión moderna de alguna creación histórica.

Tal es el caso de la obra publicada el día 26 de enero titulada “Mujer todoterreno le saca el jugo a la enigmática Mona Lisa”, adaptando la obra a situaciones sociales más actuales, reflejándose la artista en la creación. Este tipo de muestras, finalmente, rompen con los parámetros artísticos legitimados, levantando un estilo vanguardista, tomando en muchas de ellas, elementos comunes y corrientes para realizarlas. Este es el caso de los mosaicos creados con lápices escolares, noticia publicada el día 15 de enero, la que tituló “Miles de lápices afilados enloquecen a artista puntudo”, en la el artista logró recrear imágenes publicadas por la televisión y los diarios.

### **5.2.6 Estereotipo del artista**

#### **A. Los atributos otorgados al artista: ¿legítimo, medio o popular?**

Los atributos entregados por el medio no sólo se demuestran en la obra, sino que también en los artistas. De esta forma, es posible categorizar el tipo de autores que el diario presenta, según las características que él mismo les entrega determinado por sus creencias y valores.

El tipo de artista que se presenta en las noticias se relaciona con los gustos presentados por Bourdieu. En este caso, las noticias incluyen mayormente a artistas de carácter legítimo, los cuales reciben atributos como el que se otorga en la noticia del 15 de marzo, en cuya bajada se describe al autor de la obra como “experto”. En otras oportunidades, el artista es catalogado como “consagrado”, “grandioso”, “gurú”, “destacado exponente” y “célebre”, entre otros términos.

Este tipo de características se otorgaron a los artistas que trabajaron en la muestra “Murales fotográficos hospitalarios” los cuales fueron descritos como “destacados exponentes contemporáneos del arte del obturador”. De la misma forma el día 23 de enero, se describe al poeta Vicente Huidobro como “un poeta muy intelectual y conceptual que inventó una manera de ser poeta que se adecuaba a sus capacidades.”

Otro tipo de características que legitiman al artista, tienen relación con los estudios que han cursado. Un ejemplo de esto es el caso que se describe en la noticia del martes 26 de marzo, donde se menciona que Sebastián Robles, autor de la escultura “Geometría sin expectativas”, estudió y egresó el año 2011 de la Universidad de Chile, específicamente de su taller de grabado. Esto legitima al artista, ya que sus estudios en una institución reconocida a nivel nacional e internacional sustentan su posición como artistas y su obra como parte de sus conocimientos.

Se considera también como característica de un artista de gusto legítimo, la trayectoria que éste posee, la cual se ve reflejada en los reconocimientos y premios que las instituciones relacionadas con la cultura y las artes le otorgan. Además la vida del autor y sus experiencias, presentadas en la noticia como datos biográficos, adquieren importancia ya que ambas influyen en la forma en cómo el artista aborda y le otorga un propósito a su creación.

En cuanto a los premios del autor, la noticia del viernes 18 de enero destaca que Eugenio Dittborn, premio nacional de Artes Visuales, es profesor del taller de creación artística. Esta información reafirma el carácter legítimo de Dittborn, ya que además del reconocimiento del año 2005, lo relaciona con la academia como profesor del taller que presenta los trabajos realizados en la galería D21 de providencia.

La noticia del 6 de enero, también destaca el reconocimiento recibido por el autor Alexis Figueroa, quien según se menciona “obtuvo el Premio Casa de Las Américas, en 1986, por su poemario *Vírgenes del Sol Inn Cabaret*”, lo que lo hace un artista de reconocida trayectoria.

Un ejemplo de la experiencia que legitima a los artistas mencionados en las noticias anterior corresponde a la noticia del día 2 de enero que se titula “Luis Poirot y Enrique Lihn suman fuerzas en ‘La efímera vulgata’”, en la cual se expresa

“Tras *La efímera vulgata* (el título corresponde al nombre de una mariposa nocturna que vive 24 horas, apenas para aparearse) hay una historia de más de

30 años, que partió cuando Poirot, quien residió en España entre 1975 y 1985, salió a registrar la fase más interesante –la de la acción- de esta festividad popular, prohibida durante los 40 años del franquismo.”

Otra noticia que considera la vida del autor como parte importante de la creación del mismo, es la de 15 de febrero donde se menciona que Yoko Ono, artista que creció en Japón y Estados Unidos, ha incorporado acontecimientos de su vida como elementos de inspiración.

“su producción artística, a la que se dedicó luego de estudiar filosofía y otras materias, ha sido siempre un vínculo para promover la paz (los bombardeos sobre Hiroshima y Nagasaki han motivado algunos de sus trabajos), la lucha contra el hambre (que sufrió juntos a sus padres durante la guerra) y la libertad (tuvo que enfrentar a sus padres y a un marido represivo que no fue John Lennon)”

Al igual que en las caracterizaciones de las obras, los artistas también son catalogados como seres complejos, en los cuales no sólo se privilegian sus conocimientos a la hora de crear, sino que también sus más grandes reflexiones e inquietudes sociales. Este es el caso de la autora de la muestra Gender Studies, publicada el día 20 de enero, donde Bettina Rheims declaró

“Yo quería saber cómo ha cambiado la situación de los géneros desde la década de 1980 y me encontré con bellas historias de personas jóvenes que desde la niñez han sabido que nacieron en el cuerpo equivocado. Ninguno de ellos era triste o patético; son sólo personas que se saben diferentes y que en algunos casos han tratado de reparar los errores de la naturaleza y que, en otros, han optado por vivir en esa indefinición”

De esta forma, el artista es catalogado como una persona capaz de relacionar su trabajo con las problemáticas por las que actualmente atraviesa el campo social. Los autores, finalmente, nutren de intelectualidad y debate sus creaciones, lo que los expande del mundo meramente artístico y los relaciona con las diferentes realidades de la humanidad.

## **B. De Chile al extranjero.**

En la sección analizada, se presta atención a la relación que existe entre los artistas nacionales y el extranjero, ya sea por la exhibición de sus obras, su motivación para la realización de sus trabajos o viajes por estudios. Un ejemplo de la

exhibición de trabajos de artistas nacionales en el extranjero se presenta en la noticia publicada el 4 de febrero, en la cual Isidora Correa, artista chilena, presenta “trabajos que la autora exhibirá, a partir del día 13 de este mes en la feria ARCO Madrid”.

Las ciudades en las que se presentan estas creaciones consisten principalmente en lugares que son considerados capitales culturales, tales como Londres, París y Madrid, los cuales se encuentran en países desarrollados, que son relacionados, además, con su institucionalización como centro de conocimiento y aprendizaje de la cultura y las artes.

Otra forma en la que se estableció la relación entre artistas chilenos y el extranjero, es la motivación que los autores buscan en otros países para realizar sus obras. Este vínculo se ejemplifica en la bajada de la noticia publicada el 13 de marzo, donde Ximena Zomosa, “tras una gira por América, la autora aborda el tema de la búsqueda del hogar en montaje que se inaugura este sábado en Valparaíso”

La experiencia de los artistas en el extranjero, también influye en su creación artística, lo cual se refleja en el caso del ilustrador Cristian Montes, quién en su novela gráfica incluye sus aprendizajes en el extranjero para sus creaciones, tal como se especifica en el siguiente extracto: “Montes, ilustrador y publicista, combina política, erotismo y esoterismo en su relato, surgido de diferentes experiencias personales.”

En cuanto a los estudios, el Fotógrafo Francisco Donoso, comenta la nostalgia que le provocó estar fuera de su hogar durante algunos años, lo cual lo motivó a retratar paisajes rurales de su ciudad natal, expresando “Yo viví en Puerto Varas hasta los 18 años y luego me fui a estudiar a Buenos Aires. Volví tres años después y me encontré con que la ciudad ya era otra”

Si bien ninguna de las noticias presenta como tema central el triunfo de estos chilenos en el extranjero o los conocimientos que adquirieron en otros países, no deja de ser relevante el hecho de que sean otorgadas como características y atributos extras a estos artistas. La trayectoria otorgada a ellos, tiene que ver con su

presencia o estudios en lugares fuera del país, he ahí la relevancia de mencionar estos datos dentro de la descripción del hecho noticioso.

## **5.2.7 Estereotipo del público**

### **A. Consejos para el potencial público**

El público descrito en las noticias, fue considerado dentro de este estudio como un actor de los hechos publicados y, al mismo, posible portador de las características estéticas de cada uno de los gustos determinados por Bourdieu. Sin embargo, a la hora de concretar el análisis de las noticias de la sección Cultura de LUN, se observó que éste no tiene mayor presencia, ni como fuente, ni como actor dentro de las descripciones de los acontecimientos noticiosos.

En contadas ocasiones pudo evidenciarse que se presentaba un público que alude al fanatismo y devoción por la obra y el artista, demostrándolo como un fiel seguidor. Este es el caso de la noticia “Yoko Ono tira la casa por la ventana al cumplir 80 años”, en donde se habla de un público seguidor, amante de la creadora, el cual es descrito de la siguiente forma “...Yoko Ono inauguró ayer la exposición ante la audiencia devota –algunos apasionados seguidores le gritaban “te amo”- que asistió a la presentación de la performance de apertura...”. El público es calificado de devoto, lo que también se relaciona con la distancia de inferioridad que existiría entre él y los creadores.

En otros casos, también fue posible comprobar, que muchos artistas e incluso el periodista que escribe la nota, realizan un perfil respecto potencial público del evento cultural promocionado. Dentro del cuerpo de la noticia se entregan algunos consejos para la comprensión de la obra aclarando las características de la muestra, la técnica utilizada e incluso las interpretaciones y reflexiones que podrían obtener del trabajo.

Este es el caso de la noticia que explica la obra pictórica de Guillermo Lorca, publicada el 7 de enero, en la que explica los que sentirán y notará el público al presenciar la muestra diciendo “los espectadores perspicaces notarán, además, que

el motivo de la niña sola en medio de un entorno azucarado emerge como un motivo recurrente.”

El público no se toma en cuenta dentro de las noticias publicada en esta sección. Más bien, sólo se le intentan dar datos para la fácil comprensión de las obras que podrían visitar, las cuales posicionan estos productos culturales en un nivel de entendimiento distinto del que podría tener la audiencia, la que tampoco es utilizada como fuente en la composición de las notas.

## VI. HALLAZGOS

Luego de analizar los resultados obtenidos en la recolección de los datos, ha llegado el momento de identificar la representación social de cultura que entrega el diario Las Últimas Noticias en la sección estudiada. Para esto es que en una primera instancia se dará cuenta de las características discursivas del mensaje de esta sección y, posteriormente, se darán a conocer los estereotipos encontrados, para así finalizar con las diferentes representaciones sociales que se presentaron en las noticias investigadas. Luego de dar a conocer estos hallazgos se concluirá con la representación social de cultura que engloba todos los elementos anteriormente mencionados.

### 6.1 Discurso

Considerando que los mensajes entregados por las noticias analizadas configuran el discurso de la sección Cultura de Las Últimas Noticias, es que creemos relevante conocer algunas de las características que éste posee en cuanto a la cohesión de sus ideas y el lenguaje que utiliza para transmitirlos.

- a) En primer lugar, se estableció que existe una **baja conexión temática entre el título, la bajada y el cuerpo de la noticia**, debido a que en cada elemento se enfatizó de manera distinta las aristas de los temas, es decir, hay diversos énfasis. Mientras en el título se fijó la atención principalmente en las características exageradas y confusas del artista y su obra, la bajada y el cuerpo se focalizaron en aclarar los detalles ambiguos del titular, describiendo así la obra y la forma de trabajo del artista con mayor profundidad, sin mayores distractores.

Al describir el tema en forma general en el cuerpo de la noticia, se percibieron diferentes tipos de informaciones que colaboraron en la profundización del tópico principal. Estas contribuciones se vieron materializadas en los subtemas desarrollados en este apartado de la nota.

- b) De esta forma, **los subtemas se convierten en los principales aportes a la profundización de la información general**, entregando datos que hacían alusión a las motivaciones de los artistas, su vida, experiencias, sus estudios y trayectoria, las técnicas de las obras, la importancia de éstas en el campo cultural y las opiniones de los agentes culturales involucrados en el acontecimiento descrito.

El lenguaje utilizado para entregar la información y dar énfasis a los temas principales y aquellos datos que los complementan, es fundamental para entender el mensaje de las noticias de la sección analizada. Mientras más cercano resulte la forma de escritura utilizada, mayor será la comprensión del discurso transmitido, lo que también se vincula con la correcta cohesión de las ideas a través del uso adecuado de las normas del idioma.

- c) El registro de habla que prima en las noticias estudiadas corresponde a un nivel medio, sin embargo, en **los diferentes componentes estructurales de la noticia no se presenta una cohesión en el uso del idioma**, sino que, cada una, de forma independiente, adecuó un nivel del lenguaje según sus propósitos. Es así como el título se caracterizó por el uso de modismos y significados locales, la bajada utilizó un lenguaje más formal mezclando el nivel medio con el culto, ocupando tecnicismos para aclarar los detalles entregados en el título. Por último, en el cuerpo primó un lenguaje medio, lo que facilitó la descripción y narración de los hechos publicados.

## 6.2 Estereotipos

Los estereotipos encontrados en las noticias analizadas corresponden a una serie de atributos y características otorgadas a la obra, al artista y al público. Cada estereotipo se enfoca en entregar valores a estos elementos, clasificarlos y definir su rol en el campo cultural.

Según el diseño metodológico de esta investigación, la obra es comprendida como el objeto material o el evento o espectáculo artístico descrito en las noticias. A

esta creación, comprendida como un producto cultural, le son atribuidas ciertas características en el desarrollo del acontecimiento del cual es parte.

- a) Primeramente se considera a la obra como una **creación legítima o de buen gusto**, debido a que esta es considerada una materialización de los conocimientos del mundo de la academia artística. Es por esto que los lugares donde se exponen adquieren vital importancia, ya que al ser instituciones culturales como museos, galerías, centros culturales y editoriales, reconocen el carácter legítimo de estas creaciones en cuanto a su técnica y a su validación con el mundo intelectual y los agentes del campo cultural.
- b) En una segunda instancia, la obra se comprende como una **materialización compleja de la cultura**, ya que posee elementos que hacen de cada una de ellas algo exclusivo e innovador, lo que muchas veces la convierte en una creación difícil de entender a nivel general. Estas obras contienen detalles que para muchos pasan desapercibidos, siendo capaces de complejizar los elementos o nociones de uso común, dándoles un valor artístico no siempre comprensible.
- c) Una tercera caracterización de la obra, tiene relación con la comprensión de ésta como un **producto sublime**. Debido a su trayectoria, es que ha logrado mantenerse en el tiempo como ícono de su disciplina, otorgándole importancia a la técnica que se ha empleado en ella, a los conocimientos que engloba y experiencias que la inspiraron. A través de estos elementos, es que a la obra se le atribuyen percepciones positivas dentro del campo cultural, lo que la hace digna de imitación y la posiciona como vanguardia en la creación artística.
- d) En la misma línea se comprende a la obra como un **elemento reflexivo y crítico de la realidad social**, lo que se refleja en lo que la obra intenta representar y producir en sus espectadores, abordando temas relacionados con las problemáticas sociales en boga, la transformación de la sociedad, los valores humanos y el devenir político, histórico y económico de una comunidad.

La obra, de esta forma, sale de los límites del campo cultural a otros campos sociales, siendo parte de sus comentarios y debates.

- e) La obra comprendida como **adorno que sirve para alegrar y hermosear los espacios físicos** donde es integrada. Las reproducciones e instalaciones de obras con trayectoria artística, en lugares comunes y constantemente frecuentados como galerías comerciales, hospitales y las mismas calles de una ciudad, permiten acercar la cultura a las personas y por medio de su adaptación, facilitan la transmisión masiva de los conocimientos que ellas reúnen.

El artista es comprendido como a quien se le asocia la autoría de la creación de la obra, el espectáculo o muestra cultural. Dentro de las noticias analizadas se encontraron diferentes características asociadas a estos personajes, las cuales se resumen a continuación:

- a) Se considera al artista como un **creador legítimo y de buen gusto**, ya que en ellos se concentran los conocimientos necesarios para realizar una obra de gran categoría. Por esto son catalogados como destacados exponentes en sus respectivas disciplinas y como parte del grupo de los intelectuales del campo cultural.
- b) Los artistas son considerados como **creadores reflexivos, con consciencia social y analíticos**, ya que con su trabajo buscan reflejar a la sociedad y los procesos que en ésta se desarrollan. Los autores son capaces de plasmar sus conocimientos artísticos en los ámbitos de la vida política, económica y social. Las grandes reflexiones de su vida y su sensibilidad a los problemas sociales, provocan que sus creaciones vayan más allá del campo cultural y se posicionen como una materialización de alguna crítica social.
- c) Más allá de las capacidades creativas de los artistas, ellos son considerados como **creadores con una gran trayectoria**, debido a que cuentan con la

valoración de sus pares y la academia a través de la adquisición de premios nacionales o internacionales, el aprecio por su vida y experiencia y el éxito que pueden tener en el extranjero, ya que su trabajo es considerado digno de mostrar fuera de las fronteras nacionales.

El público es definido en esta investigación como la descripción de los espectadores de las actividades culturales a las que se aluden en el texto noticioso, el cual puede ser considerado como un actor más dentro del desarrollo de la información. Sin embargo, en el análisis de este estudio no se encontró mayor inclusión de éste en los acontecimientos publicados.

- a) Se presenta un **público ausente e imaginario**, al cual se le debe explicar la obra a la que potencialmente se enfrentará o a la que podría asistir. Se le develan las técnicas utilizadas y cuáles son las características de ésta, incluso orientando las sensaciones, interpretaciones y reflexiones que podría tener y concluir a la hora de presenciar la creación artística. El público no es tomado como una fuente para dar opiniones sobre lo acontecido.

### 6.3 Fuentes noticiosas como agentes culturales

Uno de los intereses de esta investigación se relaciona con identificar qué se dice sobre cultura, es por esto que resulta importante conocer quienes hablan en las noticias y qué dicen en relación a este complejo concepto. En el análisis de esta tesina se evidenciaron dos tipos de fuentes, las cuales poseen características que se describirán a continuación.

- a) Las fuentes **se relacionan según su implicancia y cercanía con el hecho noticioso** y la autorización de las instituciones culturales para emitir una opinión o juicio respecto al campo cultural, lo que las considera como fuentes implicadas o institucionales. Las primeras, se involucran de una u otra manera en la creación de la obra, entregando información sobre las motivaciones del artista, su intencionalidad y orígenes; mientras que las de tipo institucional, son las voces legitimadas por la academia para entregar un 'background'

cultural. Sus declaraciones se relacionan con el artista, la obra y la técnica que en ella se ha utilizado.

- b) Quienes entregan información en las noticias corresponden a **fuentes con la autoridad suficiente para que sus argumentos no sean rebatidos** ni cuestionados. Dicha autoridad se avala en los conocimientos que adquieren en la academia y la relación que mantienen con ella. Esto relaciona a las fuentes con el gusto legítimo, ya que son parte de quienes ostentan el saber artístico por lo que pueden opinar libremente sobre los temas acontecidos.
- c) Las fuentes son posicionadas dentro de las noticias como **productores y difusores de los bienes culturales**, por lo que la opinión emitida por éstas tiene más validez que la entregada por el público común, el cual no es considerado como fuente. En la sección Cultura de LUN se privilegia la información otorgada por quienes se encuentran en un nivel superior de conocimiento, quienes transmiten una visión de cultura que es avalada por la academia y que los define como agentes culturales.

#### 6.4 Representaciones sociales

Las representaciones como conjunto de creencias, valores e ideas sobre un determinado tema social, objeto o sujeto, se encuentran en el discurso de los medios de comunicación masivos, es decir, en sus mensajes. De esta forma, en la sección Cultura de Las Últimas Noticias, se hallaron diferentes representaciones sociales en torno a la cultura misma, a las fuentes, al lenguaje utilizado, entre otros elementos. A continuación, se detallarán cada uno de estos planteamientos.

- a) Según los temas tratados en la sección analizada, se **presenta una visión sesgada de la cultura**, ya que en ella sólo se mencionan temas relacionados a las artes plásticas, la fotografía, la pintura, la literatura, el dibujo o gráfica, lo audiovisual y el arte conceptual. En esta idea de la cultura no se incorporan temáticas como el teatro, la danza, la música, las costumbres, tradiciones,

modos de vida, la artesanía y expresiones artísticas callejeras como carnavales ciudadanos u otras actividades. Los contenidos se asocian a determinadas presentaciones ligadas a la academia, lo que no se resume en una visión integradora de la cultura.

- b) Las Últimas Noticias también entiende la **cultura como un panorama de entretenimiento**. Los eventos publicados como acontecimientos noticiosos, son catalogados como instancias provechosas para la ocupación del tiempo libre y el ocio. No obstante, éstas contienen elementos comercializables, donde la promoción del arte y el estilo se realiza a costa de la banalización de ellos, entendiéndola como la adaptación de las obras artísticas a productos que entren en las lógicas de mercado y operen bajo la ley de oferta y demanda. Estas actividades inciden en la agenda cultural nacional, pero de forma centralizada, ya que normalmente son realizadas en reconocidas capitales culturales del país y el mundo occidental.
- c) En las noticias de la sección analizada, se evidencia que **el uso de un lenguaje de nivel medio o coloquial facilita la comprensión de los temas culturales**, lo que amplía sus parámetros de acceso del evento o la obra. Este nivel se caracteriza por ser cercano a las personas, sin mayores complejidades sintácticas o semánticas, ya que no se apega de forma rígida a las normas del lenguaje. Lo anterior permite integrar a una gran mayoría de lectores, no dejándose limitar por el conocimiento individual, ya que apela a significados masivos.

## 6.5 La representación social de cultura

Después del extenso análisis realizado, la representación social de cultura de Las Últimas Noticias en su sección Cultural, se presenta de la siguiente manera:

La cultura se presenta como un producto de gusto legítimo en el campo cultural, en la que sus creadores y sus obras comparten la misma categoría estética, lo que

quiere decir que tanto autor como creación corresponden al mismo tipo de gusto. Las disciplinas que integran esta clasificación son las artes plásticas, la fotografía, la pintura, la literatura, dibujo o gráfica, lo audiovisual y el arte conceptual, las cuales se muestran como materializaciones complejas de la cultura, creaciones sublimes y elementos reflexivos y críticos de la realidad social.

Con respecto a los realizadores de estos trabajos, se les considera como autores con gran trayectoria y personas reflexivas, sensibles y conscientes de su realidad, quienes son utilizadas constantemente como fuentes noticiosas autorizadas para profundizar la información presentada por el medio.

Esta visión no considera otras disciplinas que podrían compartir el mismo gusto al que se apela, haciendo de la cultura un elemento poco integrador, que no incluye ni siquiera expresiones más populares o tradicionales. La cultura se traduce en obras que puedan ser montadas en exposición, lo que la convierte en un panorama o un adorno para alegrar o hermohear el espacio físico donde son instaladas. El público que puede visitar estos montajes necesita de explicaciones previas para poder comprenderlos, las cuales están incluidas en los datos entregados en las noticias.

En cuanto a la forma en que es explicada la cultura, se apela al lenguaje como una herramienta facilitadora para la comprensión de temas culturales, por lo que el nivel medio o coloquial usado permite a quienes lean las noticias entender la información sin mayores complicaciones. Los subtemas encontrados, se adhieren a esta misma función, ya que profundizan el tema principal de cada publicación. No obstante, la poca conexión temática entre las estructuras de la noticia y su poca cohesión en el uso del lenguaje, podrían interferir en el entendimiento total del acontecimiento artístico expuesto.

## VII. CONCLUSIONES

Esta investigación se propuso como objetivo general *Identificar la representación social de la cultura que se desprende de las noticias de la sección Cultura de Las Últimas Noticias por medio del Análisis Crítico del Discurso*, la que después de un exhaustivo estudio resultó estar cargada de estereotipos, que finalmente dieron origen a una visión sesgada de la cultura, relacionada en su totalidad con las artes visuales y propuesta como un bien de entretenimiento y reflexión para la sociedad.

La cultura es mucho más que lo anteriormente expuesto. Una visión integradora de ella considera los modos de vida de una comunidad, sus valores, sus significados comunes, sus creaciones y su conducta cotidiana. En ella se reúnen los conocimientos que las personas de un grupo social comparten y sienten propias, lo que se relaciona con las tradiciones, las costumbres, el lenguaje, la identidad entre otros elementos que contiene la cultura y coopera con la cohesión de múltiples sociedades.

De esta forma la cultura es considerada como un bien social, no sólo en cuanto a su materialización como un producto, sino que también en su capacidad de aunar las ideas que se comparten, las que develan la expresión más profunda del espíritu humano. Estas visiones no son entregadas por la sección Cultura de Las Últimas Noticias, lo que levanta una fuerte crítica en torno a sus contenidos, ya que estaría transmitiendo una idea de la cultura limitada y restringida.

Los medios de comunicación como difusores institucionalizados de conocimientos y significados sociales poseen una gran responsabilidad en torno a la difusión correcta de ideas, las que de alguna forma deben representar el pensar de la sociedad con la cual se relacionan. Si bien sabemos que la objetividad en los medios de comunicación no existe, debido a que no pueden ser considerados como objetos alejados de las subjetividades humanas, ya que están formados por ellas, aun así, se debe velar por la transversalidad en sus contenidos, recurriendo a distintos temas,

visiones, fuentes y, por supuesto, con un uso del lenguaje que facilite la comprensión de sus mensajes.

## 7.1 Caracterización de la cultura

Como uno de los objetivos específicos de esta investigación se planteó el deseo de *identificar los estereotipos de la cultura que se encuentran en las noticias de la sección Cultura de Las Últimas Noticias*, estos corresponden a los atributos que se le otorgaron a las diferentes materializaciones de este concepto, el cual en su mayoría es relacionado con las artes visuales.

Las características entregadas a las obras y los artistas que las crearon, corresponden a materializaciones legítimas y de buen gusto, debido a que cuentan con el total apoyo de la academia y comparten su máximo capital que es el conocimiento del arte. En el campo cultural, estos elementos se ubican en una posición privilegiada en el proceso de producción cultural, ya que ellos son quienes generan las ideas y objetos y sirven de referentes a los demás agentes del campo.

De acuerdo a los casos analizados, se evidencia una relación de lucha que se genera dentro de este espacio social, las obras y sus artistas son quienes se encuentran en posiciones de dominación y hegemonización de sus ideas, respecto de quienes mantienen un rol de explotado para su producción o bien, como consumidor de ellas. Tanto artistas como obras, al poseer este capital de conocimientos y, por ende, una capacidad productiva legitimada, pertenecerían a los grupos sociales de poder donde sus trabajos, pensamientos y actuar no quedarían bajo ningún tipo de cuestionamiento.

Este artista legitimado por los conocimientos que posee, también lo está gracias a la historia que ha desarrollado dentro del campo cultural, dando cuenta de un creador con trayectoria, lo que se evidencia en la aprobación de sus pares, en los premios que la academia le ha concedido y en la cabida que sus creaciones han tenido en la crítica y públicos extranjeros. El artista es un ser humano consagrado

por su experiencia de vida, lo que le entrega más valor entre los agentes que ocupan este espacio social.

Las vivencias que han tenido estos artistas los han catalogado como hombres y mujeres reflexivos, mostrándolos como creadores conscientes y sensibles al devenir social y sus problemáticas. Esto provoca que el artista salga del campo cultural al que se ha adherido y se posicione en otros espacios sociales que se relacionan con la política, la economía, la justicia y la ciudadanía.

Temas propios de estos ámbitos sirven de inspiración a muchas de las obras estudiadas, las que se convierten en expresiones que van más allá de su valor estético y son catalogadas como objetos reflexivos y críticos de la realidad. Estas creaciones son capaces de representar y entregar las interpretaciones más profundas de sus autores en torno a los procesos y problemáticas que vive la sociedad.

Que las reflexiones proporcionadas por estas obras sean tomadas como válidas dentro del espacio social, se relaciona con lo sublime de la creación, ya que ésta es capaz de convertirse en un referente del arte. Esto debido a que la obra posee perfección en cuanto al uso de la técnica de su disciplina, por lo que son catalogadas como íconos y obras dignas de ser imitadas por otros artistas.

A pesar de un uso adecuado de la técnica y que las reflexiones que evocan de estas obras pertenecen a situaciones sociales reales, muchas veces las ideas y las formas de confección de estos trabajos los posicionan como una materialización compleja de la cultura. Esto se debe a sus características exclusivas como creaciones innovadoras en cuanto a los elementos que la componen, ya que llevan al plano artístico objetos de uso común. En síntesis, son capaces de fijar la atención en detalles que para otros pasan desapercibidos, otorgándoles un valor estético.

Por otra parte, los espectadores que pueden llegar a apreciar el detalle de estas obras y su complejidad, son mostrados como un grupo de personas que necesitan tener una explicación previa de la obra para saber cómo enfrentarse a ella en un

estado de exposición. Se cataloga al público como un actor ausente dentro de la composición del acontecimiento cultural.

## **7.2 Caracterización de las Fuentes**

Otro objetivo de esta investigación era *determinar cómo colaboran las fuentes noticiosas en la configuración de la representación social de cultura de Las Últimas Noticias en su sección Cultura*, lo cual nos permitió conocer quienes comentaban la cultura que se presentaba y qué informaciones entregaban de ella.

El aporte de estas fuentes es posible gracias al vínculo que mantienen con las obras y los artistas, entregando diversas informaciones que sirven para profundizar los temas tratados en las noticias.

Los encargados de otorgar esta información son personas con cargos de responsabilidad en el campo cultural, se trata principalmente de gestores, productores y difusores culturales ligados con el gusto legítimo, que debido a sus conocimientos son tomados como referentes incuestionables en el área de la cultura.

En los resultados obtenidos del análisis, no se evidenciaron fuentes que no ostentaran un conocimiento legitimado y validado por la academia, por lo que se omite del campo cultural a fuentes como consumidores y productores que no se relacionen con este tipo de saber. Lo anterior, atribuye la capacidad de entregar información a un grupo sesgado de fuentes, lo que limita la concepción de cultura que nos entrega el medio.

## **7.3 Palabras finales**

Tras esta investigación, hemos determinado que la sección Cultura de Las Últimas Noticias, considera que la cultura es aquella que refiere principalmente a la producción artística en la que prevalecen las artes visuales y sus creadores como máximos exponentes en la materia. Esto, de acuerdo a que en la mayoría de las noticias analizadas, se considera una visión restringida de cultura, asociada a las clases dominantes de la sociedad, las que tienen cabida en el mundo intelectual y

son poseedoras de un capital simbólico mayor, el cual han obtenido por su acceso a estudios superiores y experiencias en otros países.

Por lo anteriormente dicho es que no estamos de acuerdo con la visión de cultura que se presenta en el medio analizado, debido a que creemos que al no integrarse temas relacionados con las costumbres, las tradiciones y las expresiones artísticas más populares, se invisibiliza a un sector de la población que también produce cultura. Queda de manifiesto la intención de hacer prevalecer el arte como algo superior, frente a otras creaciones que quizás no contemplen la aplicación de los conocimientos académicos del arte, pero sí representan el sentido más profundo del espíritu y la obra humana.

La pluralidad en los contenidos de los medios de comunicación, concepto tan en boga en la actualidad, no sólo pasa por incluir una mayor cantidad de temas o acontecimientos en las agendas de los medios, sino que también por nutrir las informaciones desde diferentes perspectivas. Es así como una visión más amplia de cultura, debiese considerar como fuente noticiosa, no sólo a sus implicados o las fuentes oficiales autorizadas para hablar de determinadas materias, sino que también al ciudadano común y corriente, que ya es parte en su naturalidad del devenir social, por lo que no debiese ser silenciado de forma unilateral.

Por otra parte, cada una de las representaciones sociales que obtuvimos en esta investigación, forma parte de la ideología de Las Últimas Noticias, pero no se puede definir ésta en su totalidad basándose sólo en las representaciones sociales encontradas en este análisis. Por lo mismo, es que esta tesina puede ser ampliada o utilizada como referente para nuevas investigaciones que abarquen más elementos que compongan la ideología del medio, ya que ésta resulta interesante de conocer porque el LUN mezcla diversas temáticas como la farándula, el deporte y la cultura en cada una de sus publicaciones.

En otro ámbito, nos llama profundamente la atención que el Estado considere en las Encuestas Nacionales de Participación y Consumo Cultural a los medios de comunicación impresos, pero no incluya en sus políticas públicas un regulación de

éstos como principales difusores culturales en cuanto a sus conocimiento y su materialización en los hechos noticiosos que la involucren. Esta crítica no pretende posicionar al Estado en un rol paternalista, sino que apela a que este se haga cargo de vigilar y exigir a las empresas periodísticas escritas más transversalidad y pluralidad en sus contenidos, imitando un poco el rol que cumple el Consejo Nacional de Televisión en su área.

Finalmente, uno de los grandes aprendizajes que queremos destacar como futuras periodistas y posibles investigadores de comunicación social, es que es necesario levantar estudios críticos en todos los medios de comunicación que existen. Pareciera que siempre las investigaciones se focalizan en los “peces gordos” de la prensa, los que se caracterizan por la rigidez y formalidad de su información, la que en su mayoría se relaciona con la política, la economía y la actualidad, dejando de lado a aquellos medios que se enfocan en temas que parecen ser más banales y superficiales, pero que también son parte de la conformación de la agenda.

Esto se ha transformado en un gran silencio cómplice con los grupos económicos que manejan los medios de comunicación, ya que es en ellos donde hoy se presentan los principales ejemplos de dominación y hegemonización de las ideas del capitalismo, ya que a través del ocio y la banalidad, se mantiene una sociedad atomizada y poco consciente de lo que las clases poderosas hacen.

Tenemos claro, que gracias a las nuevas tecnologías hoy la sociedad se encuentra más informada y empoderada frente a las injusticias que con ella se comenten. Sin embargo, no todos tienen acceso a conocer esta realidad por estos canales; además, el individualismo y las condiciones de trabajo asociadas a la explotación a la que los humanos están sometidos, impiden que éstos puedan informarse a través de estas nuevas herramientas, que supuestamente democratizan la información.

La ideología capitalista asociada al éxito económico y la acumulación de riquezas, en desmedro del bienestar social, hegemoniza sus ideas a través de la educación, los medios de comunicación, la cultura, etc., por lo que el

aprovechamiento del ocio para adormecer a las clases subyugadas es una estrategia más de este monstruo que intenta acabar con todo rasgo de humanidad en la sociedad.

## VII. BIBLIOGRAFÍA

**ABRUZZESE**, Alberto. "Cultura de masas". Eva Aladro. Cuaderno de Información y Comunicación (CIC). Universidad Complutense de Madrid. Número 9. Madrid, España. 2004. Páginas 189 -192

**ÁLVARO**, José Luis y Fernández, Beatriz. "Representaciones Sociales de la Mujer". Revista Athenea Digital. Universidad Complutense de Madrid. Número 9. 2006. Páginas 65-77

(<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/261/261>, versión digital)

**ALTHUSSER**, Louis. "Ideología y aparatos ideológicos de estado". Freud y Lacan. Buenos Aires, Argentina. Nueva Visión. 1988

(<http://perio.unlp.edu.ar/teorias2/textos/m3/althusser.pdf>, versión digital)

**ARAYA**, Sandra. "Las representaciones sociales: Ejes teóricos para su discusión" Cuaderno de Ciencias Sociales. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO). Número 127. Costa Rica. 2002.

(<http://unpan1.un.org/intradoc/groups/public/documents/ICAP/UNPAN027076.pdf>, versión digital)

**ASOCIACIÓN CHILENA DE AGENCIAS DE PUBLICIDAD**, Índice de circulación y lectoría en Chile. *Valida, validación de circulación y lectura*. Diarios, segundo semestre 2012. Santiago 2012. (En el sitio web <http://www.achap.cl/estudios.php> visto en abril del 2013)

**BACA**, Vicente. "La selección de las fuentes de información". *Imágenes de los jóvenes en los medios de comunicación de masas*. Primera edición. Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales. Instituto de la Juventud. Capítulo II. Madrid, España. 1998. Páginas 27-35.

**BERNEDO** y Arriagada. *Los inicios de El Mercurio de Santiago en el epistolario de Agustín Edwards Mac Clure (1899-1905)* Historia. Volumen 35. Revista SCIELO. Santiago. 2002.

(Versión digital [http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-71942002003500003&script=sci\\_arttext](http://www.scielo.cl/scielo.php?pid=S0717-71942002003500003&script=sci_arttext))

**BOLÍVAR**, Adriana. "Los primeros problemas del analista ¿Qué teorías? ¿Qué métodos? ¿Por dónde comenzar?". *Análisis de discurso ¿Por qué y para qué?*

Compilado por Adriana Bolívar. Colección Minerva N° 55. Venezuela. Editorial CEC. 2007

**BOURDIEU**, Pierre. *Campo de poder, campo intelectual*. Colección Jungla Simbólica. Tucumán Argentina. Editorial Montessor. 2002

**BOURDIEU**, Pierre. *Sociología y Cultura*. Traducido por Martha Pou. Primera edición. México D.F. Editorial Grijalbo. 1990

**BRENSON-LAZAN**, Gilbert. “El poder del lenguaje y el lenguaje del poder”. Amauta International, LLC.

(Versión digital <http://www.amauta-international.com/BIBVIRT/PoderLeng.pdf> )

**BROWNE**, Rodrigo et al. “Propuesta teórico – metodológica para un análisis crítico y complejo del discurso (ACCD) en la prensa de Chile y Perú. Un ejemplo de La Cuarta y Ajá.” Estudios sobre el mensaje periodístico. Volumen 17. Número 1. 2011. Páginas 17-42. En *Periodismo intercultural: Construcción de la noticia a través de un análisis crítico y complejo del discurso en la prensa diaria de cobertura nacional de Chile y Perú. El caso de El Mercurio y La Cuarta y El Comercio y Ajá*. Proyecto FONDECYT N°1100264. Comisión Nacional de Investigación Científica y Tecnológica (CONICYT). Ministerio de Educación de Chile.

**BRUNNER**, José Joaquín. *Cartografías de la modernidad*. Primera edición. Chile. Editorial Dolmen. 1992

**CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES**, Ministerio de Cultura. *Chile quiere más cultura. Definiciones de Política Cultural 2005 -2010*. Valparaíso, mayo 2005.

**CONSEJO NACIONAL DE LA CULTURA Y LAS ARTES**, Ministerio de Cultura. *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*, Valparaíso, marzo del 2011.

**CURSO DE LENGUA ESPAÑOLA DE COU**, “Tema 2: La Lengua Española y sus variedades internas”. 1998-99.

([http://centros.edu.xunta.es/iespazodamerce/web\\_antiga/deplingualitcastela\\_archivos/linguacastela/VARIEDADES%20INTERNAS%20DEL%20ESPANOL.pdf](http://centros.edu.xunta.es/iespazodamerce/web_antiga/deplingualitcastela_archivos/linguacastela/VARIEDADES%20INTERNAS%20DEL%20ESPANOL.pdf))

**DE RAMOS**, Bonilla Elssy. “Cultura de masas”. *Desarrollo y Comunicación: de la teoría a la praxis*. Eduardo Ramos López. Ponencias, Resultados y Recomendaciones de Eventos Técnicos. Instituto Interamericano de Cooperación para la Agricultura. Número 341. Bogotá, Colombia. 1985. Páginas 106 -114.

**DEL VALLE** Rojas, Carlos. *Metainvestigación de la comunicación en Chile. Tendencias y Crítica*. Temuco, Chile. Ediciones Universidad de la Frontera. 2004

**ECO**, Umberto. *Apocalípticos e integrados*. Andrés Boglar. Tercera edición. Barcelona, España. Editorial Lumen. 2011

**EL MERCURIO MEDIA CENTER.** Categoría Medios. Las últimas Noticias. (En el sitio web <http://www.elmercuriomediacenter.cl/prensa/las-ultimas-noticias/>)

**FAIRCLOUGH,** Norman. *“Critical discourse analysis: the critical study of language”*. Longman Group UK Limited. London. 1995

**FARICLOUGH,** Norman. *Language and Power*. Primera edición. Longman Group UK Limited. London. 1989.

**FOUCAULT,** Michael. *El orden del discurso*. Tusquets. Barcelona. 2002

**GARCÍA** Canclini, Néstor. *Lectores, espectadores e internautas*. Primera edición. Barcelona, España. Editorial Gedisa. Octubre 2007.

**GARCÍA** Canclini, Néstor. *Diferentes, desiguales y desconectados. Mapas de la Interculturalidad*. Primera edición. Barcelona, España. Editorial Gedisa. Septiembre 2004.

**GODELIER,** Maurice. “Poder y Lenguaje. Reflexiones sobre los paradigmas y las paradojas de la legitimidad de las relaciones de dominación y opresión”. *Constructores de otredad*. Traductor Ana Rosato. Número 28. Capítulo 3 La construcción del otro por la desigualdad. Paris, Francia. 1978.

(Versión digital [http://subsur.net/antropologia\\_social\\_ciep/obligatoria/10-%20Godelier.pdf](http://subsur.net/antropologia_social_ciep/obligatoria/10-%20Godelier.pdf))

**GOMIS,** Lorenzo. *Teoría del periodismo Cómo se forma el presente*. José Manuel Pérez Tornero. España. Editorial Paidós. 1991.

**GUBA,** E. y Lincoln, Y. “Paradigmas en competencia en la investigación cualitativa”. *Antología de métodos cualitativos en la investigación social*. Compiladores Denman, C y J.A. Haro. Hermosillo, Sonora, 2002. Página 113 – 145.

**HALL,** Stuart. “La cultura, los medios de comunicación y el <<efecto ideológico>>”. *Sociedad y comunicación de masas*. Compiladores James Curran y otros. Fondo de Cultura Económica. México. 1981

**IPSOS.** Estudio de Lectoría Gran Santiago. Abril a Septiembre 2012. Santiago de Chile

**JÄGER,** Siegfried. “Discurso y Conocimiento: aspectos teóricos y metodológicos de la crítica del discurso y del análisis de dispositivos”. *Métodos de análisis del discurso*. Compilado por Ruth Wodak y Michael Meyer. Traducido por Tomás Fernández y Beatriz Eguibar. Barcelona, España. Editorial Gedisa. 2003. Páginas 61-100.

**KANT**, Emmanuel. *¿Qué es la Ilustración?* Revista digital Foro de Educación. Número 11. 2009. Páginas 249-254.

(Versión digital <http://www.forodeeducacion.com/numero11/018.pdf>)

**LARRAÍN**, Jorge. *El concepto de ideología. El marxismo posterior a Marx: Gramsci y Althusser*. Primera edición. Volumen II. Editorial LOM. Santiago de Chile. 2007.

**LARRAÍN**, Jorge. *¿América Latina Moderna? Globalización e identidad*. Segunda edición. Editorial LOM. Santiago de Chile. 2005

**MCQUAIL**, Denis. *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Segunda Edición. Barcelona, España. Editorial Paidós. 1991

**MONCKEBERG**, María Olivia. *Los Magnates de la prensa, Concentración de los medios de comunicación en Chile*. Primera edición. Chile. Editorial Debate. 2009

**MOÑIVAS**, Agustín. "Epistemología y Representaciones Sociales: Conceptos y Teoría". Revista de Psicología General y Aplicación. Volumen 47. Número 4. Universidad Complutense de Madrid. Madrid, España. 1994. Páginas 409-419.

**MORA**, Martín. "La teoría de las representaciones sociales de Serge Moscovici". Universidad de Guadalajara México. Revista Athena Digital. Número 2. 2002. Páginas 1-25.

(<http://psicologiasocial.uab.es/athenea/index.php/atheneaDigital/article/view/55/55> versión digital)

**MORATÓ**, Del Rey, Javier. "Adorno y la crítica de la cultura de masas". Cuadernos de Información y Comunicación (CIC). Universidad Complutense de Madrid. Número 9. Madrid, España. 2004. Páginas 41-67

**MURILLO**, Jorge y VERGARA, Adrián. "Una propuesta de análisis textual a partir de los postulados del análisis crítico del discurso". Revista de Filosofía y Lingüística. Volumen XXX. Número 1. Costa Rica. 2004. Páginas 205-218, 2004.

**OSSANDÓN**, Carlos. "Los inicios de la 'cultura de masas' en Chile". Revista Historia y Comunicación Social. Departamento de Historia de la comunicación social. Universidad Complutense de Madrid. Número 7. Madrid, España. 2002. Páginas 161-167.

**PENA DE OLIVEIRA**, Felipe. *Teoría del Periodismo*. Ediciones y Publicaciones Comunicación Social. 2009

**PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DE SANTIAGO DE.** Vicerrectoría de comunicaciones. *La Cultura y los medios de comunicación*. V Jornadas Nacionales Universitarias de Cultura. Santiago. Diciembre 1980.

**ROJAS**, Lisbeth y **SUÁREZ**, María Teresa. “El lenguaje como instrumento de poder”. Cuadernos de Lingüística Hispánica. Número 14. Colombia. Julio a diciembre del 2009. Páginas 35 - 58

**RUANO**, Soledad. “Cultura y Medios. De la escuela de Frankfurt a la Convergencia Multimedia”. Revista Ámbitos. Universidad de Sevilla. Número 15. Sevilla, España. 2006. Páginas 59 – 74.

**SUBERCASEAUX**, Bernardo. *Chile ¿un país moderno?* Primera edición. Chile. Editorial Zeta. 1996

**UNESCO.** *Declaración de México sobre las políticas culturales*. Conferencia mundial sobre las políticas culturales. México D.F. 26 de julio al 6 de agosto de 1982.

**VAN DIJK**, Teun. *Ideología, un enfoque multidisciplinario*. Traducido por Lucrecia Berrone de Blanco. Primera Edición. Barcelona, España. Editorial Gedisa, 1999.

**VAN DIJK**, Teun. “Ideología y análisis del discurso”. Traducido por Ana Irene Méndez. Utopía y Praxis Latinoamericana. Revista Internacional de Filosofía Iberoamericana y Teoría Social. Universidad de Zulia. Año 10. Número 29. Maracaibo, Venezuela. Abril-junio 2005. Páginas 9-36

**VAN DIJK**, Teun. “La multidisciplinaridad del análisis crítico del discurso: un alegato en favor de la diversidad”. *Métodos de análisis crítico del discurso*. Compilado por Ruth Wodak y Michael Meyer. Traducido por Tomás Fernández y Beatriz Eguibar. Primera edición. Barcelona, España. Editorial Gedisa. 2003. Páginas 143-177

**VILLANUEVA**, Iván. *Análisis de crítico del discurso de Norman Fairclough*. Diplomado de post grado de estudio de género. Pontificia Universidad Católica del Perú. (Versión digital <http://es.scribd.com/doc/58442741/Analisis-critico-del-discurso-Fairclough>)

**WARNIER**, Jean-Pierre. *La mundialización de la Cultura*. Primera edición. Editorial Gedisa. 2002.

**WODAK**, Ruth y Meyer, Michael. *Métodos de análisis crítico del discurso*. Traducido por Tomás Fernández y Beatriz Eguibar. Primera edición. Barcelona, España. Editorial Gedisa. 2003.

**WOLF**, Mauro. *La investigación de la comunicación de masas. Críticas y Perspectivas*. Primera edición. Buenos Aires, Argentina. Editorial Paidós. 2004

## VIII. ANEXOS