

**IV SEMINARIO LATINOAMERICANO DE INVESTIGACIÓN DE LA  
COMUNICACIÓN**

Título de la ponencia:

**Revisión de la oferta periodística de los diarios bolivianos**

Autor:

*Bernardo Poma*  
*Responsable Metodológico Operativo del*  
*OBSERVATORIO NACIONAL DE MEDIOS*  
*—ONADEM—*

La Paz, octubre de 2007

## Revisión de la oferta periodística de los diarios bolivianos

### Resumen

Este estudio tiene como base los resultados obtenidos del Monitoreo de las *estructuras de contenido* de 16 diarios bolivianos, realizado dentro de una de las líneas de trabajo del Observatorio Nacional de Medios (ONADEM) y con el apoyo institucional de la Fundación Unir Bolivia. Su objeto, retratar los perfiles nacionales, regionales (por ciudad) y particulares de la prensa nacional, en cuanto a su arquitectura de distribución y organización espacial, así como a su oferta periodística, es decir, los géneros y subgéneros presentados, los temas abordados y el uso de fuentes noticiosas. La exploración fue guiada por un mapa conceptual que delimitó 4 áreas de observación: información noticiosa, no noticiosa, opinión, interpretación y publicidad, las que fueron medidas y correlacionadas en espacio (Cm<sup>2</sup>), así como en frecuencia (cantidad y tipología de notas).

**PALABRAS CLAVE:** Estructura de contenidos, perfil informativo, opinativo y de interpretación.

<b>Alcances y delimitaciones</b>	
<b>Objetivo</b>	Describir la estructura y oferta de contenidos a través de la observación de: <ul style="list-style-type: none"> <li>✓ Tipos de material periodístico: géneros y subgéneros</li> <li>✓ Temas abordados</li> <li>✓ Uso de fuentes noticiosas</li> <li>✓ Distribución (Cm<sup>2</sup>) del espacio disponible</li> </ul>
<b>Áreas de observación</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Información noticiosa</li> <li>➤ Opinión</li> <li>➤ Interpretación</li> <li>➤ Información no noticiosa (espacio ocupado)</li> <li>➤ Publicidad (espacio ocupado)</li> </ul>
<b>Metodología</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Enfoque: Exploratorio-descriptivo-comparativo</li> <li>➤ Métodos: observación y medición (de espacios y frecuencias)</li> </ul>
<b>Instrumentos</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Fichas de observación</li> <li>➤ Matrices de sistematización</li> </ul>
<b>Período de observación y Muestra</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ <b>16 diarios nacionales:</b> El Diario, La Razón, La Prensa y Jornada (La Paz); El Alteño (El Alto); El Deber, El Nuevo Día y El Mundo (Santa Cruz); Los Tiempos y Opinión (Cochabamba); El País y Nuevo Sur (Tarija) El Correo del Sur (Sucre); La Patria (Oruro); La Palabra (Trinidad).</li> <li>➤ 7 días: semana del 14 al 20 de mayo de 2006</li> <li>➤ Total ediciones: 110</li> </ul>
<b>Codificadores</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Equipo UCB-LPZ</li> </ul>

La tendencia general de la prensa diaria boliviana parece señalar que: se informa mucho sobre unos hechos y se presentan pocas explicaciones sobre otros. En efecto, una opinión y una interpretación certera y suficiente sobre lo que se informa, parecen desafíos y tareas pendientes en el periodismo, dadas las asimetrías en la cantidad y espacio asignado a los géneros periodísticos ofrecidos, así como los desencuentros entre los temas que con prioridad son abordados por cada uno de ellos.

Este estudio es resultado de la lectura y exploración sistemática de 4.784 páginas, tabloides y estándar, correspondientes a 16 diarios de las 9 ciudades más importantes del país, 8 capitales departamentales (excepto Cobija) y El Alto. Su objeto, retratar los perfiles nacionales, regionales (por ciudad) y particulares de la prensa boliviana, en cuanto a su arquitectura de distribución y organización espacial, así como a su oferta periodística, es decir, los géneros y subgéneros presentados, los temas abordados y el uso de fuentes noticiosas.

La exploración fue guiada por un mapa conceptual que delimitó 4 áreas de observación: información noticiosa, no noticiosa, opinión, interpretación y publicidad, las cuales fueron medidas y correlacionadas en espacio (Cm<sup>2</sup>), así como en frecuencia (cantidad y tipología de notas).

Como dato inicial, se puede señalar que la concentración poblacional, económica e incluso el peso político de las ciudades del llamado *eje central* del país (La Paz, El Alto, Cochabamba, Santa Cruz) se reflejaron en los volúmenes de producción y publicación periodística impresa. En principio, 10 (62%) de los medios impresos observados son editados en el *eje*, frente a los 6 (38%) del resto de las ciudades. Además, la mayoría de los diarios del *eje* son “grandes” (más de 400 páginas tabloide semanales), en tanto que de las otras ciudades son “pequeños” (menos de 200 páginas) y “medianos”. Ello derivó en que el 78% (3.726 páginas) del espacio disponible se concentrara en el *eje* quedando el 22% (1.058) en las otras ciudades.

Finalmente, de toda la “torta” publicitaria nacional (1.720.372 Cm<sup>2</sup>), los diarios del *eje* absorbieron la mayor parte (80%), en relación a los otros medios que se quedaron con un 20%, es decir, una concentración aún mayor que la verificada en el número de diarios y en el espacio total disponible.

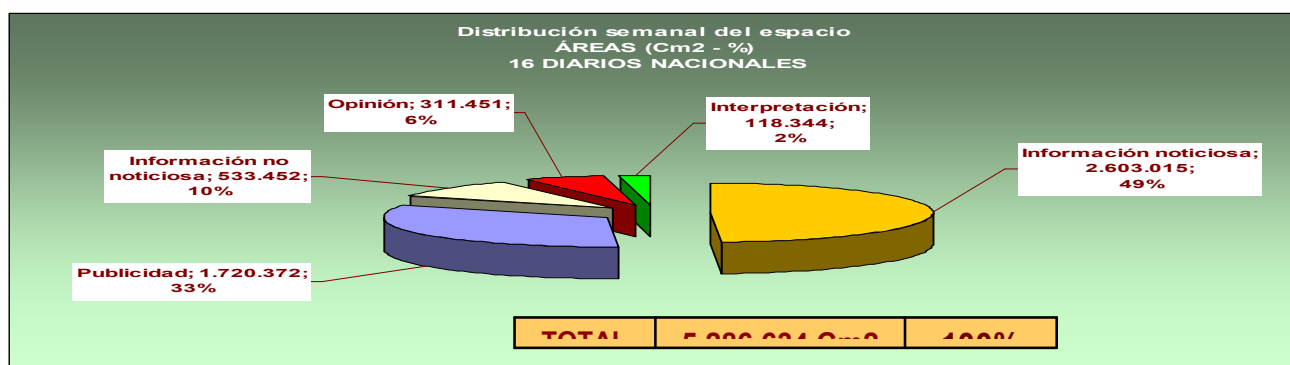
### Espacios en disputa: noticias vs. Publicidad

La coexistencia y correlación de dos elementos, contrarios por naturaleza, esto es, la información noticiosa y la publicidad, determinan constantes que caracterizan la oferta y composición espacial de los diarios bolivianos: a) lo noticioso y la publicidad ocupan la mayor parte del espacio disponible; b) ambas áreas se disputan la mayor parte de ese espacio.

Como resultado concreto de lo anterior, en la sumatoria y tendencia nacional, ambos elementos, en conjunto, ocupan un 82%. Se trata, entonces, de un primer umbral espacial en el que, como segunda tendencia, la información noticiosa (49%) obtiene más espacio que la publicidad (33%), sin dejar de ser un espacio de disputa y por tanto de variable, en los resultados parciales, por diario, ciudad y región.

Con el razonamiento inicial y con los datos obtenidos se puede plantear la siguiente ecuación: el espacio de la información noticiosa es inversamente proporcional al de la publicidad. Es decir, cuanto mayor espacio tiene en un diario la información noticiosa, menor lo tendrá la publicidad y viceversa.

El espacio de ambos, así como su correlación, son determinantes, asimismo, para las otras áreas. En efecto, a manera de persianas, ambas áreas se abren (más a un lado o al otro) para darles cabida, en el caso de los resultados nacionales, en menos de la quinta parte (18%), configurando el segundo umbral espacial. Primero, la información no noticiosa (notas de sociales, información institucional, entretenimiento y otros) alcanza un 10%. Sólo después aparecen los otros géneros, medidos en sus áreas, es decir, la opinión con 6% y la interpretación con apenas un 2%.



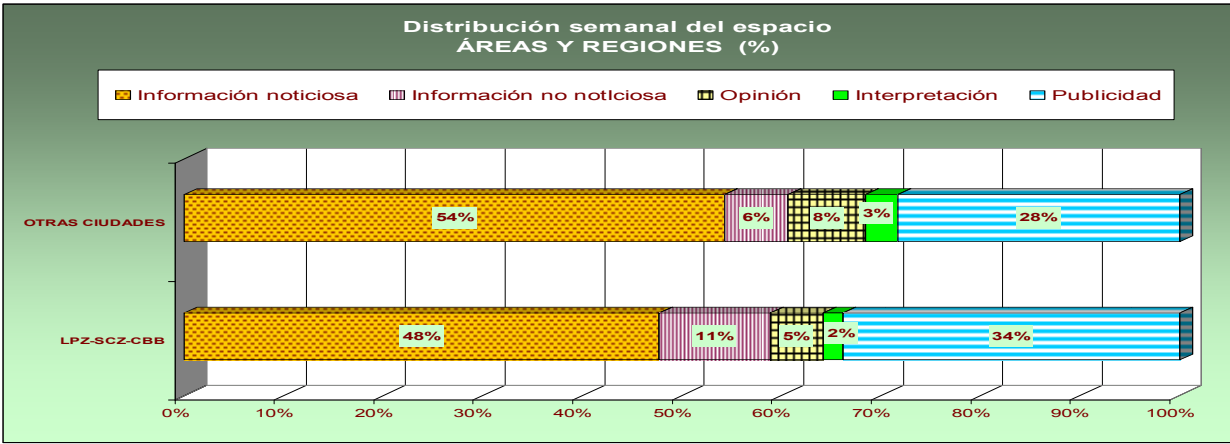
Fuente: ONADEM

Desde otra perspectiva más focalizada, se pudo establecer que para la información noticiosa hubo un umbral del 50% (49%, en realidad) del espacio total disponible. Ese resultado, y promedio nacional, resulta la pauta sobre la cual se pueden evaluar las tendencias regionales, metropolitanas (por ciudad) y los comportamientos de cada diario. En primer lugar, la tendencia del conjunto de diarios de las ciudades del *eje central*, respecto de los demás. Segundo, las tendencias por ciudad, con especificaciones y diferencias, por ejemplo, entre cada una de las tres del *eje*. Finalmente, comportamientos de cada diario, particularmente aquellos que se alejan y diferencian de las tendencias generales.

En el primer caso, en conjunto, los diarios del *eje* mostraron gran semejanza con la tendencia nacional, en tanto que los otros impresos marcaron clara diferencia respecto de ella. Entonces, los diarios del *eje* se distanciaron con sólo un punto porcentual, aunque en desmedro de la información noticiosa (48%) y a favor de la publicidad (34%) y la información no noticiosa (11%).

Por otro lado, en conjunto, los diarios de las otras ciudades, siguiendo la ecuación planteada, dieron mayor espacio a la información noticiosa (54%) y menor a la publicidad (28%). De esa correlación también salieron favorecidos el espacio de la opinión (8%) y la interpretación (3%), esto es, dos y un punto porcentuales más, respectivamente.

Se puede concluir de todo lo anterior que los que más influencia tuvieron sobre la tendencia nacional fueron los diarios del *eje*.



Fuente: ONADEM

En la evaluación por ciudades, son ilustrativas las variantes extremas. En principio, en los diarios cochabambinos, la relación entre las mayores áreas se invirtió, es

decir, más espacio para publicidad (42%) y menos para información noticiosa (41%). Esta última tendencia fue aún más evidente y se explica, en realidad, por los datos de **Los Tiempos** que otorgó menos espacio a la información noticiosa (36%) frente a la publicidad (46,5%). Entretanto, **Opinión**, aunque asignó más espacio que en el promedio nacional a la publicidad (38%), éste no sobrepasó al de la información noticiosa (46%).

Los diarios de La Paz, en conjunto, replicaron con exactitud las proporciones de espacio de la tendencia nacional. Sin embargo, como en el caso de las otras ciudades del *eje*, se dieron notorias diferencias particulares. Por un lado, tres diarios “grandes” (**El Diario**, **La Razón** y **La Prensa**) fueron responsables del 84% de todo el espacio disponible y del resto (16%) **El Altoño** y **Jornada**. Entre ellos, en **La Prensa** aumentó el espacio para la información noticiosa (53%) y en **La Razón** bajó (44%), lo cual se reflejó en la disminución y aumento, respectivamente, de la publicidad (28% y 37%). **El Diario**, el más parecido a la tendencia nacional en lo noticioso y la publicidad, se distinguió, empero, por contemplar un espacio poco significativo para la interpretación (0,4%).

Los otros dos diarios mostraron proporciones totalmente diferentes y particulares, colocándose a los extremos de todas las tendencias. **El Altoño**, con un apreciable espacio para lo noticioso (58%), tuvo el menor espacio proporcional para la publicidad (15%) y el mayor para la información no noticiosa (18%). Entretanto, **Jornada**, uno de los diarios con menor espacio para la información noticiosa (42%), es el que mayor espacio dio a la publicidad (52%, principalmente edictos), pero ninguno para la interpretación ni los materiales no noticiosos.

En el acumulado de los diarios de Santa Cruz, respecto de la tendencia nacional, tuvo algo más de espacio la información noticiosa (51%) y menos la publicidad (28%), en el primer umbral. En la restante quinta parte, también aumentó el espacio de la información no noticiosa (14%), disminuyó el de la opinión (4%) y se mantuvo el de la interpretación (2%).

Sin embargo, detrás del promedio cruceño están resultados que varían notablemente del promedio regional e incluso nacional. Como primera variante, **El Mundo** fue el diario con mayor espacio para la información noticiosa (70%) y uno de los que asignó menos superficie a la publicidad (16%).

**El Deber** y **El Nuevo Día** se asemejaron más a la tendencia del *eje* y a la nacional, aunque favorecieron notablemente el espacio de la información no noticiosa (15% y 16%, respectivamente). En **El Nuevo Día** la información noticiosa alcanzó un 47% y la publicidad un 32% de espacio. Por otro lado, en **El Deber** tuvo proporcionalmente menos espacio la información noticiosa (42%) y más la publicidad (35%), pero, en este último, la interpretación (3%) aumentó un punto porcentual, respecto de la tendencia general. Cabe recordar que en términos absolutos, **El Deber** resultó el periódico más grande del país (más de 600 páginas semanales), representando casi la mitad (47%) de todo el espacio disponible en Santa Cruz.

### **La oferta noticiosa: los subgéneros informativos**

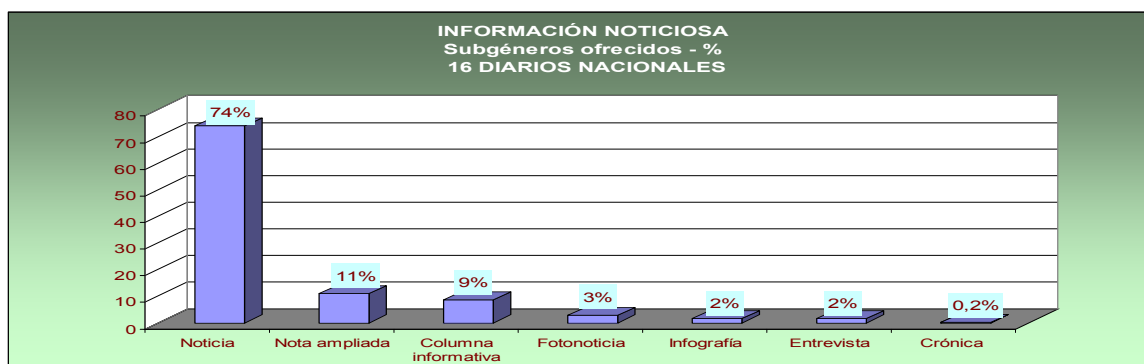
Respecto a la cantidad y proporción de notas publicadas por género periodístico, en el total nacional, de 10.682 notas registradas, también las de información noticiosa (76%) alcanzaron mayor frecuencia que las de opinión (6%) y las de interpretación (1%). Los materiales de información no noticiosa (10%) tuvieron mayor frecuencia que los dos últimos géneros.

En el género noticioso, la oferta nacional se concentró en un subgénero, dominante también en todos y cada uno los diarios, la noticia (74%), es decir, la forma clásica de estructurar la narración del hecho: *lead* y texto (pirámide invertida). Como se verá más adelante, ese porcentaje determinó un parámetro de comportamiento que permitirá evaluar otras tendencias, por arriba o debajo de él.

En un segundo rango de oferta y frecuencia, en la tendencia nacional, se ubicaron dos subgéneros. Primero, la nota ampliada (11%), es decir, un trabajo de edición que presenta, bajo un mismo título, varias notas respecto de un hecho, además con considerable extensión (de media a dos páginas). Segundo, la columna informativa (9%), esto es, la nota que tiene un lugar relativamente estable y un nombre (“breves”, “internacionales”, etc.) y que puede también presentar un conjunto de notas cortas (1 a 2 párrafos), pero sin sobrepasar un octavo de página.

En un tercer rango, fueron menos frecuentes la fotonoticia (3%), la infografía (2%), la entrevista (2%) y la crónica (0,2%). Se debe puntualizar que estos subgéneros

fueron clasificados por separado cuando por sí mismos, sin ser parte de otra nota mayor, dieron a conocer el dato o hecho noticioso.



Fuente: ONADEM

Con los datos presentados hasta aquí y la concentración antes descrita se puede establecer, como tendencia general, que cuanto menor espacio dispone un diario, más concentrará su oferta en la noticia, por lo que la diversidad de subgéneros informativos tiende a reducirse. Se deduce de ello otra tendencia complementaria respecto de los diarios con más páginas disponibles (“grandes” y “medianos”): a mayor espacio, mayor diversidad de subgéneros noticiosos.

Ello tiene una explicación práctica, basada en la economía del espacio, ya que subgéneros como la nota ampliada y la entrevista requieren mayor espacio para su desarrollo, entre media página y dos.

Con esa lógica, se puede señalar, que los diarios que no hacen parte del *eje*, tanto en promedio (86%) como en el comportamiento individual, sin excepción, sobrepasaron la concentración nacional de noticias. La más baja expresión de ello fue **El Potosí** (75%) y todo el resto de diarios pasaron sobradamente el 80%.

En la concentración y tendencia planteadas, se observaron resultados extremos y excepcionales. En **La Palabra** (de Trinidad), la oferta se basó, casi exclusivamente, en el subgénero noticia (96%) y poco en la nota ampliada (3%), resultando excepcionales la entrevista (0,5%) y la fotonoticia (0,5%). Similar preeminencia de la noticia se observó en **La Patria** (93%), **Jornada** y **El Diario** (94%, en ambos).

Este último resultó excepcional, ya que **El Diario** fue catalogado como el más “grande” de La Paz (estándar, con más de 500 mil Cm2 semanales). La otra excepción fue **El Altoño** (diario “pequeño”, con menos de 200 mil Cm2) cuya concentración en la noticia

(69%) fue menor a la tendencia nacional, presentando una saludable mayor diversidad reflejada, por ejemplo, en la proporción de notas ampliadas (13%) que presentó.

En el umbral más bajo de concentración, en el otro extremo, se ubicaron dos de los diarios más grandes: **La Razón** y **El Deber**, con 52% y 55% de noticias, respectivamente. Ambos mostraron mayor diversidad, al menos, subiendo su oferta de columna informativa (18%, en ambos) y de nota ampliada (15% y 16%, para cada caso). **El Deber** destacó también por la mayor proporción y frecuencia absoluta de entrevistas (4%; 27 entrevistas). En todo caso, entre los diarios cruceños, **El Mundo**, presentó mayor concentración de noticias (79%).

### **Entre sociedad y deportes: los perfiles temáticos**

En información noticiosa, en conjunto, los 16 diarios dispusieron diariamente de amplio espacio para DEPORTES, en 14 suplementos, una revista y, en su caso, en secciones del cuerpo principal. Como referencia, ese número fue el mayor, superando incluso a los 13 suplementos comerciales publicados en la semana estudiada.

Entonces, el tema fue abordado por una considerable cantidad de notas, teniendo desde ya una ventaja comparativa. Por ello, se vio pertinente —sólo en el área de información noticiosa— confrontar y comparar el abordaje del tema DEPORTES con el conjunto tri-temático SOCIEDAD, POLÍTICA Y ECONOMÍA (SOC/POL/ECO), como primera línea de análisis.

Bajo ese enfoque, en la tendencia y perfil nacional, el conjunto temático SOC/POL/ECO (46%), DEPORTES (23%) e INTERNACIONALES (11%) fueron abordados con mayor frecuencia, configurando un primer nivel de priorización temática. En un segundo nivel (temas con menos de 10%), les siguieron CULTURA E HISTORIA (6%) y TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE (4%). Los otros temas alcanzaron un 2% o menos de frecuencia.

En la desagregación del conjunto temático, SOCIEDAD (19%, relacionado con los actores y/o intereses de la sociedad civil) se sobrepone a POLÍTICA (16%, referido a actores o acciones de carácter estatales) y ECONOMÍA (11%). En consecuencia, la desagregación evidencia la notoria menor proporción de SOCIEDAD respecto de DEPORTES, con una diferencia específica de 4 puntos porcentuales.

Entonces, cuatro índices permiten evaluar el comportamiento específico de los diarios:

- El abordaje del conjunto tri-temático SOC/POL/ECO puede acercarse al 50% o sobrepasarlo.
- DEPORTES puede estar entre la quinta (20%) y la cuarta (25%) parte de toda la oferta noticiosa de un diario o, en caso extremo, sobrepasar el tercio.
- La correlación interna entre SOCIEDAD, POLÍTICA y ECONOMÍA puede variar, dando al diario un perfil temático diferenciado y particular, más aún si alguno de ellos es más abordado que DEPORTES.
- El porcentaje de INTERNACIONALES puede crecer hasta acercarse al de DEPORTES (nunca sobrepasarlo) o decrecer hasta ser substituido por otro tema, reconfigurando el primer nivel de prioridades temáticas.

En torno al perfil nacional, los promedios agrupados de los diarios tanto de las ciudades del *eje* como de los otros se alejaron apenas de 2 a 3 puntos porcentuales, en los temas más abordados, sin poderse establecer tendencias de diferenciación clara en esa perspectiva.

Por tanto, la identificación de variantes exige visiones más detalladas. Primero, por ciudades, considerando la correlación entre el conjunto tri-temático SOC/POL/ECO y DEPORTES, los promedios más diferenciados se dieron en Santa Cruz (41% y 25%) y en Tarija (48% y 34%). Entretanto, las otras ciudades mostraron diferencias moderadas: La Paz (47% y 22%), Cochabamba (46% y 20 %).

En segundo término, el otro ángulo de comparación y correlación temática, SOCIEDAD y DEPORTES, cruzado con el anterior, lleva a establecer necesariamente perfiles particulares:

- **El Mundo** y **El País** fueron los diarios que presentaron más proporción de notas de DEPORTES (31% y 39%, respectivamente). **El Mundo** también fue el que menos abordó el conjunto tri-temático SOC/POL/ECO (38%), siendo casi equiparable con DEPORTES.

- Tres medios destacaron por haber abordado más SOCIEDAD, entre todos los diarios, así como en relación a DEPORTES: **El Altoño** (36% - 20%), **La Palabra** (26% -

11%) y **El Deber** (22% - 20%). Los dos primeros destacaron, además, porque el conjunto SOC/POL/ECO subió al 62% y 70%, respectivamente. **El Deber**, por su parte, entre los diarios cruceños, fue el que más abordó el conjunto tri-temático (45%).

- Dos equipararon resultados, abordando a la par SOCIEDAD y DEPORTES: **Opinión** (21%) y **Correo del Sur** (20%)

- Un grupo de 4 diarios tendió a presentar un perfil informativo político, ya que el orden de abordaje en el interior del conjunto tri-temático se reconfiguró: primero POLÍTICA, luego SOCIEDAD y ECONOMÍA. Estos impresos fueron: **El Diario** (17%, 16%, 10%), **La Prensa** (18%, 14%, 13%), **El Potosí** (17%, 16%, 11%) y **La Palabra** (32%, 26%, 11%).

- Un diario tendió a presentar un perfil informativo económico, **Jornada**, con la correlación ECONOMÍA (23%), POLÍTICA (19%), SOCIEDAD (15%).

- **La Palabra** fue el que más abordó TIERRA Y TERRITORIO (13%), después del conjunto tri-temático SOC/POL/ECO; es decir, más que DEPORTES (11%) e incluso INTERNACIONALES (1%), reconfigurando su primer nivel de prioridades temáticas, respecto del perfil general.

- **Opinión** y **El Deber** fueron los que más abordaron CULTURA E HISTORIA (11% y 8%). En **Opinión**, además, también se dio una reconfiguración, ya que el tercer lugar de ese tema desplazó al cuarto el abordaje de INTERNACIONALES (9%).

### **Composición de las fuentes noticiosas**

En la construcción de la información noticiosa, en conjunto, los diarios bolivianos utilizaron y citaron principalmente FUENTES PRIMARIAS (64%), AGENCIAS DE NOTICIAS (33%) y en menor medida OTROS MEDIOS (4%). Entre las agencias, recurrieron más a las internacionales (64%) que a las nacionales (36%).

Bajo esa perspectiva, se pudo establecer que la mayoría de diarios (12) recurrieron y citaron a las fuentes primarias, en un rango del 60% (**La Patria**) al 71% (**El Mundo, La Razón, Opinión**).

Como variación notoria, **El Altoño** utilizó casi exclusivamente fuentes primarias (87%) frente a las agencias (8%) y otros medios (5%).

Un conjunto minoritario de 3 diarios quedó por debajo del 50% al citar y utilizar fuentes primarias. Primero, **Correo del Sur** recurrió en la misma proporción (45%) a las fuentes primarias como a las agencias. Segundo, invirtiendo la relación, dos diarios recurrieron más a las agencias que a las fuentes primarias: 48% y 42% en **El Potosí**, y 75% y 25% en **Jornada**.

En la correlación y predominancia de las agencias internacionales sobre las nacionales, en el rango menor se encuentran dos diarios: **Opinión** (52%) y **Nuevo Sur** (58%). En el rango mayor está la mayoría de los diarios: desde un 64% (**El País**, **El Mundo**), hasta un 84% (**El Nuevo Día**).

Tres diarios invirtieron la tendencia mayoritaria, recurriendo más a las agencias nacionales: **La Palabra** (85%), **El Diario** (53%) y **Jornada** (76%). Como se anotó, el último diario, utilizó en general más las agencias de noticias que las fuentes primarias.

Respecto de la utilización de notas o datos noticiosos de OTROS MEDIOS, tres diarios recurrieron menos a ellos: 1% (**El País**) y 2% (**Nuevo Sur**, **El Mundo**). En un rango mayor, la mayoría (11) de los diarios los utilizaron entre el 4% y 6%. Al otro extremo, recurrieron más a ellos **El Potosí** y **Correo del Sur** hasta el 10%.

### **La opinión politizada**

En el género de opinión, en la tendencia nacional, de un total de 1.021 notas, los subgéneros más presentados, en un primer rango de frecuencia, fueron el comentario (39%), la columna (26%), el editorial (12%) y la caricatura (11%). En un segundo nivel, menos frecuentes fueron la carta (7%), el subeditorial (4%) y la crítica (1%).

Como variantes, en el diario orureño **La Patria**, el comentario (67%) tuvo aún más frecuencia, pero también fue el que menos variedad presentó junto a la columna (20%) y el editorial (13%). En Santa Cruz, el primer lugar lo ocupó la columna (31%), seguida del comentario (29%) y emergió notoriamente la carta (14%) como el tercer subgénero más ofrecido, entre los principales. Cabe especificar que éste último material, entre los diarios cruceños, fue presentado exclusivamente por **El Deber**, siendo su segunda mayor oferta (27%).

Se debe puntualizar, además, que la carta y el subeditorial no fueron presentados en ninguno de los seis diarios que están fuera del *eje central*, ni en los cruceños **El Nuevo Día** y **El Mundo**.

En relación al perfil temático, la tendencia nacional presentó una opinión notoriamente politizada con la correlación POLÍTICA (29%), SOCIEDAD (22%) Y ECONOMÍA (15%) en un primer nivel de prioridad. Con menos del 10% de frecuencia se presentaron CULTURA E HISTORIA y TERRITORIO Y MEDIO AMBIENTE (ambos con 7%), así como COMUNICACIÓN y OTROS temas (5%).

En **Correo del Sur**, como variante, el segundo tema más abordado pasó a ser CULTURA E HISTORIA (18%). La secuencia general tampoco fue seguida en Trinidad, donde el primer tema en opinión fue SOCIEDAD (50%) y fueron al segundo lugar POLÍTICA Y ECONOMIA (31%), seguido de TIERRA Y TERRITORIO (15%).

### **La cultura en la interpretación**

Como se anotó, la interpretación, en el total nacional, tuvo escaso espacio (2%) y aún menos frecuencia, totalizando 91 (1%) notas de este género. Aunque este tipo de materiales periodísticos, en general, tienen bastante mayor extensión (de media a 2 páginas) que los de opinión y de información noticiosa, tanto su espacio como su frecuencia (cantidad) no dejaron de ser los más disminuidos en la prensa diaria. En efecto, el número de materiales interpretativos fue totalmente asimétrico respecto de los materiales noticiosos (76%).

En los resultados nacionales, el subgénero que articula la rigurosidad periodística (información actual, inédita y exhaustiva) con la explicación de los hechos noticiosos, el reportaje (31%), no fue precisamente el primero, sino el segundo más frecuente en la prensa. El otro subgénero que hace un ordenamiento explicativo de los hechos, trasponiendo la simple valoración —opinativa—, el análisis (21%), fue el menos ofrecido.

Casi la mitad de los materiales interpretativos, con la mayor frecuencia, fue presentada como ensayo (48%), subgénero que es temáticamente no circunscrito a la actualidad noticiosa, sino más abierto a aproximaciones literarias (sobre cultura, historia, etc.).

Se debe apuntar que los subgéneros interpretativos fueron presentados, por lo general, en bloques especiales, esto es, suplementos especializados (cultura, economía) y revistas de publicación semanal o de mayor intervalo. Por otro lado, al trabajo y esfuerzo particular de cada diario, se suma, entre los grupos mediáticos, la publicación —y elaboración— conjunta de dichos bloques, por ejemplo, de las revistas “Oh!”, en el Grupo Líder, y “Escape”, en Prisa.

En promedio semanal, a cada diario correspondió ofrecer 6 notas interpretativas y, de manera desagregada, 3 ensayos, 2 reportajes, 1 análisis, lo cual no varía sustancialmente entre los impresos del eje (6) y los otros medios (5).

En evaluación detallada, los que más materiales de interpretación presentaron fueron, por un lado, 4 miembros del Grupo Líder: **Correo del Sur** (14), **Los Tiempos** (13), **El Deber** (12), **La Prensa** (9); también sobresalió el trabajo de los **independientes**: **Opinión** (11) y **La Patria** (9). Entre los primeros estuvieron los que más reportajes interpretativos presentaron: **El Deber** (7), junto a **Correo del Sur** (4), **La Prensa** (4) y **Los Tiempos** (3).

Los mismos 4 medios del Grupo Líder presentaron en común, en el periodo de observación, las revistas “Oh!” (excepto **El Deber**) y “Dinero&Finanzas” (excepto **Correo del Sur**) que, en conjunto, totalizaron 4 materiales interpretativos (3 reportajes y 1 ensayo). Cabe destacar, en consecuencia, que la oferta de estos medios no se redujo a lo elaborado por su grupo mediático.

**La Razón** y **El Nuevo Día**, del Grupo Prisa, publicaron la revista *Escape*, por tanto, 2 reportajes cada uno. A esos dos materiales, se sumaron 2 ensayos (en el suplemento “Tendencias”) en el caso de **La Razón**. Como grupo mediático y de manera individual estos medios estuvieron a bastante distancia del promedio nacional.

Los otros medios presentaron entre 2 y 5 materiales interpretativos. A un extremo, quedó **Jornada** (1). No publicaron ninguno **Nuevo Sur** y **La Palabra**.

Dado que los materiales interpretativos fueron publicados en bloques especializados de perfil cultural y económico, en la tendencia nacional, CULTURA E HISTORIA (46%) destacó como el tema más abordado, seguido a bastante distancia de ECONOMÍA (16%) y SOCIEDAD (10%), entre los principales, sin presentarse grandes

variaciones en la tendencia. En un rango menor, se ubicaron POLÍTICA (8%), ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE (5%) y otros con menor frecuencia.

La predominancia del primer tema subió aun más en **La Prensa** (78%), **Correo del Sur** (65%) y en **El Potosí** (67%). En el último caso, fueron sólo 2 materiales.

Como variación extrema, en **El Diario 2** (67%) de sus análisis abordaron ECONOMÍA y su único reportaje (33%) SOCIEDAD.

### **Consideraciones finales**

Por lo expuesto, la abundante presentación descriptiva e inmediata de datos tuvo prioridad absoluta frente a la búsqueda de antecedentes, contextualización y explicación prospectiva de los hechos, por excelencia características de los subgéneros interpretativos. Como se anotó, entre los géneros periodísticos, el monitoreo encontró la gran asimetría entre las 8.203 (76%) notas de información noticiosa y las 91 (1%) de interpretación, lo mismo que entre los espacios que obtuvieron en la prensa nacional.

La actualidad y el interés público general son los componentes principales de la información noticiosa, engatillada evidentemente por la inmediatez y la exclusividad. Sin embargo, éstas últimas parecieron ser prioritarios, al concentrar la mayor parte de la información periodística en la noticia por sobre otras formas narrativas, es decir, otros subgéneros con vocación analítica más amplia.

Pero, como se mostró en el trabajo, dentro del 1% de interpretación, quedaron casi inexplorados el reportaje interpretativo y el análisis.

A la prensa diaria quizás no se le puede, evidentemente, pedir, con la misma periodicidad, productos que son resultado y requieren de más tiempo de preparación e investigación. A esa inversión de tiempo tendría que sumarse la preparación, sino especialización, de los periodistas en el de trabajo interpretativo.

Empero, un mayor esfuerzo interpretativo puede generar la especialización requerida en la contextualización, investigación y prospección periodística. El periodista dejaría de ir detrás de la noticia y se podría adelantar a los hechos no sólo para conseguir “la pepa” (la primacía), sino fundamentalmente para trazar líneas de comprensión, lo más completa posible, de la realidad noticiosa.

Al diagnóstico anterior se suma el “paralelismo temático” en la oferta periodística, ya que en cada género tuvo mayor frecuencia de abordaje un tema diferente. En el caso de opinión, el tema más abordado fue POLÍTICA, en interpretación CULTURA E HISTORIA, en información noticiosa DEPORTES se impuso a SOCIEDAD. En varios de los diarios, se replica este paralelismo, es decir, un desencuentro entre el esfuerzo y trabajo de los tres géneros periodísticos.

Sería de esperar, entonces, que ese paralelismo tienda a desaparecer, buscando que la interpretación se preocupe más por abordar los temas de actualidad que más afectación e interés tienen en la ciudadanía (SOCIEDAD, POLÍTICA, ECONOMÍA y otros como TIERRA Y TERRITORIO, ECOLOGÍA Y MEDIO AMBIENTE), sin dejar de producir lo que ya se hace respecto a CULTURA E HISTORIA. Es más, en la tentativa de atenuar las asimetrías y desequilibrios, éste último agregado temático (CULTURA E HISTORIA) podría tener más espacio en la información noticiosa, en la que, como se vio, apenas alcanzó el 6%.

### **Fuentes bibliográficas**

ALIAGA, Sandra. **Apreciación crítica de los medios de comunicación; diagnóstico comparativo de dos periódicos bolivianos (1942-1943)**. La Paz: UCB, 1981 (Tesis de Grado).

CONTRERAS, Adalid. **De enteros y medios de comunicación. Tendencias en la oferta y el consumo mediático en Bolivia**. La Paz: Centro de Estudios para el Desarrollo Laboral y Agrario (CEDLA), EDOBOL, 2005.

PAZ, Martha y otros. **Sensacionalismo: valores y jóvenes. El discurso y el consumo de dos periódicos bolivianos de crónica roja**. La Paz: PIEB, 2003.

TORRICO, Erick. **Periodismo: apuntes teórico-técnicos**. La Paz: 1989.

TORRICO, Erick: **La tesis en comunicación. Elementos para elaborarla**. La Paz: Artes Gráficas Latina, 1997 (2ª ed).