



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2016-2017**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**Periodismo Cultural: Una comparativa  
de la prensa en España y Perú.**

**Alumna: Zaira Patricia Delgado Páez**

**Tutora: María Monjas Eleta**

**Convocatoria: Julio 2017**

## **Contenido**

<b>1. INTRODUCCIÓN</b> .....	2
<b>1.1. Justificación</b> .....	2
<b>1.3. Metodología</b> .....	5
<b>2. MARCO TEÓRICO</b> .....	11
<b>2.1. Concepto de Cultura</b> .....	11
<b>2.2. Concepto de Periodismo Cultural</b> .....	15
<b>2.3. Géneros periodísticos</b> .....	17
<b>2.3.1. Géneros Informativos</b> .....	18
<b>2.3.2. Géneros Interpretativos:</b> .....	21
<b>2.3.3. Géneros de Opinión</b> .....	23
<b>2.4. Suplemento y Sección Cultural</b> .....	24
<b>2.5. El País (España) y El Comercio (Perú)</b> .....	26
<b>3. ANÁLISIS</b> .....	29
<b>3.1. Análisis general de suplemento o sección.</b> .....	29
<b>3.2. Análisis de Portadas y/o notas de apertura de sección/suplemento</b> .....	35
<b>3.3. Análisis de texto / nota interior</b> .....	39
<b>3.4. Comparativa de medios: El Comercio y El País: Luces vs Cultura</b> .....	47
<b>4. CONCLUSIONES</b> .....	53
<b>5. BIBLIOGRAFÍA</b> .....	56

# 1. INTRODUCCIÓN

## 1.1. Justificación

El periodismo cultural es una de las especializaciones del periodismo menos explotadas y valoradas a nivel latinoamericano, algo que podría considerarse contradictorio si recordamos que América Latina es muy diversa culturalmente algo internacionalmente reconocido.

Por otro lado, en los países europeos, se ha dado no solo una gran importancia al cuidado del patrimonio cultural, sino que también los medios de comunicación manifiestan esa importancia a través de las secciones culturales que lo reflejan. Asimismo, junto a un impulso educativo de calidad, la población ha sido concienciada sobre el valor de la cultura y su importancia social como parte de la construcción de la identidad.

En la presente investigación se busca realizar una comparativa entre medios más representativos de España y Perú, para así conocer exactamente cuáles son sus diferencias y, en el mejor de los casos, identificar qué características tienen que pueden implantarse en el otro que puedan impulsar un mayor desarrollo de la práctica periodística de tal forma que exista un cambio social significativo y tanto el interés como la participación de la población respecto al ámbito cultural crezca.

Respecto al sentido comparativo de la investigación, el trabajo es novedoso pero no ajeno al interés de los estudiosos del tema: aunque anteriormente se han realizado investigaciones sobre el periodismo cultural de forma individual –es decir, tanto en Perú como en España existen algunos trabajos de investigación sobre el periodismo cultural en su ámbito local- no se han encontrado investigaciones de contraste con sociedades diferentes en ninguno de los países analizados.

La idea de comparar a España con Perú nace debido a que no solo la historia ha unido a ambas sociedades, sino que en la actualidad esa convergencia social ha nutrido la cultura de cada uno de los países mencionados, consiguiendo no solo el uso de un lenguaje común, el español, sino que también la existencia de códigos sociales, costumbres, etc.

Para llevar a cabo esta investigación se ha tomado en cuenta a los principales diarios generalistas de cada país. En el caso español, en el último Resumen General de Medios de la Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación del 2016, el diario *El País*

es el más leído de la prensa generalista con 1.217 lectores diarios, posicionándose solo por debajo del diario *Marca* cuya línea editorial es básicamente deportiva. En el caso peruano, los últimos registros públicos sobre lectoría provienen del año 2014, proporcionado por la Sociedad de Empresas Periodísticas Peruanas (SEPP) a cual actualmente se encuentra suspendida. En el estudio se muestra que el diario generalista más leído es *El Comercio*, el cual se ubica en el cuarto lugar por debajo de dos diarios de tendencia sensacionalista (diario *Trome*, perteneciente al mismo conglomerado del grupo *El Comercio*; y diario *Ojo*), mientras que el tercer lugar está ocupado por un diario deportivo ( *Depor*).

La elección de este tema para el Trabajo de Fin de Grado se debe también a mi participación como voluntaria en actividades culturales y de la prensa en este ámbito me ha hecho apreciar desde una perspectiva participativa el gran potencial que tiene el periodismo cultural el cuál no solo tiene una finalidad educativa, sino que también contribuye al desarrollo socioeconómico del lugar donde se aplique.

## **1.2. Objetivos, hipótesis y preguntas de investigación**

El desarrollo de este Trabajo de Fin de Grado parte de los siguientes objetivos:

1. Comparar la prensa cultural en España y en Perú
2. Determinar características del periodismo cultural en cada país
3. Definir lo que se entiende por periodismo cultural tanto en Perú y en España
4. Estudiar cuáles son las características en cuanto al tratamiento informativo de las noticias de la sección cultura de cada diario (lenguaje, diversidad temática, etc.)
7. Conocer los temas más recurrentes en cada medio.
- 8.- Determinar si las noticias culturales de las secciones dan mayor espacio al ámbito nacional o al internacional.

### **Preguntas de investigación:**

1. ¿Cuáles son las características de la prensa cultural en España y en Perú?

2. ¿Qué principales diferencias se pueden encontrar en el periodismo cultural de España y Perú?
3. ¿Qué tipo de información cultural es la que mayor cobertura tiene en la prensa española y peruana?
4. ¿Qué se entiende por periodismo cultural en España y en Perú?
5. ¿Qué temas son recurrentes en la cobertura informativa de la prensa cultural en España y en Perú?

### **Hipótesis:**

El análisis desarrollado en este trabajo pretende verificar o refutar las siguientes hipótesis:

Hipótesis 1.-

Se predice que la prensa cultural en España tiene un tratamiento informativo diverso (más generalista), mientras que la prensa cultural en Perú se enfoca en solo un tipo de información cultural no inclusivo.

Hipótesis 2.-

Se predice que la prensa cultural española usa un lenguaje más coloquial; mientras que la prensa cultural peruana tiene un lenguaje más especializado.

Hipótesis 3.-

El diario español analizado dedica mayor espacio a la información cultural, mientras que el diario peruano no.

Hipótesis 4.- La sección cultural peruana da mayor importancia a las noticias culturales del exterior que a las nacionales.

### 1.3. Metodología

La investigación aquí presentada tiene como base la metodología del análisis de contenido que, en la definición de Wimmer y Dominik (1996:170) “es un método de estudio y análisis de comunicación de forma sistemática, objetiva y cuantitativa con la finalidad de medir determinadas variables”. Las variables que pueden analizarse a través de esta metodología son muy variadas y no exclusivamente cuantitativas, sino también cualitativas, aunque siempre medibles. Por eso se ha seleccionado esta metodología ya que permite la cuantificación de variables de carácter formal y la interpretación de esos datos.

Los diarios seleccionados para realizar el análisis de contenido han sido *El Comercio* de Perú y *El País* de España debido a que son los periódicos con mayor difusión en su país de origen. Además, en el caso peruano, el único medio que cuenta con una sección cultural aceptable, diaria y amplia es *El Comercio* ya que los demás medios suelen mezclar las noticias culturales con otras secciones: *Sociedad, Locales, Ocio, etc.* En este sentido, el diario *El Comercio* separa del diario la sección cultural a través de su suplemento.

Además, la razón por la cual se ha utilizado las versiones impresas de estos diarios es debido a que de esta manera podemos apreciar con mayor facilidad qué es lo que para los medios de comunicación es más relevante a nivel cultural frente a la gran cantidad de información existente en el mundo. En internet, y por tanto a través de sus versiones web, los medios tienen mayor facilidad para colocar información de diversos tipos, sin limitaciones; en cambio a través de un medio impreso, los medios se ven en la obligación de seleccionar la información que van a transmitir a sus lectores.

Como sabemos, es complejo analizar medios que provienen de diferentes ámbitos geográficos y sociales, no solo por el posible abismo existente entre sus niveles socioculturales, sino que también porque al ser sociedades diferentes, existen celebraciones, festividades, actividades culturales en general que se llevan a cabo en determinadas fechas y que al ser de gran interés público son parte de la agenda de los medios. Es por ello que se descartaron meses como Diciembre (Navidad), Enero (Año nuevo y Bajada de Reyes), Julio (Fiestas Patrias Peruanas), etc. Se tiene conocimiento que durante el mes de septiembre, ambos países tienen una actividad cultural destacada por un periodo de tiempo que no abarca todo el mes (En el caso de Perú, la Feria Gastronómica

Mistura a inicio del mes; y en el caso de España, el Festival de cine San Sebastián). Es por esa razón que también se decidió analizar 30 días de un mes de cada diario ya que se puede apreciar más los cambios de las variables a estudiar.

El análisis de contenido se ha realizado mediante tres fichas de análisis o plantilla de codificación de elaboración propia.

Las principales variables que para este trabajo se han usado son las siguientes:

**Procedencia:** Ámbito geográfico en la cual se desarrolla la noticia o de la cual proviene.

**Géneros periodísticos:** De acuerdo a lo que se definirá más adelante, la naturaleza de las notas periodísticas (informativo, interpretativo y opinión). Para conocer cuál de estos tipos de género es el que más usa un medio cultural para poder transmitir la información de forma adecuada con los recursos y datos obtenidos.

**Expresión cultural:** Las expresiones culturales son las expresiones resultantes de la creatividad de las personas, grupos, sociedades que poseen un contenido cultural.

**Contenido cultural:** “se refiere al sentido simbólico, la dimensión artística y los valores culturales que emanan de las identidades culturales o las expresan.

Para esta investigación se optó por elaborar una clasificación de las expresiones culturales de la forma más dinámica posible. Para ello se contó con el apoyo de dos textos importantes: La Convención sobre la Protección y la Promoción de la Diversidad de las Expresiones Culturales (2005) y “Conocimientos fundamentales para la formación artística” de Irma Escobar Rodríguez de la Universidad Autónoma de México. En el caso de la Unesco plantea los llamados “dominios culturales” los cuales son “el conjunto común de industrias, actividades y prácticas culturalmente productivas que están directamente relacionadas con la creación, producción, distribución y disfrute de contenidos netamente culturales y que pueden agruparse bajo los siguientes encabezamientos” (UNESCO; 2015). De esta manera plantea 6 dominios culturales y 1 dominio “transversal”: Patrimonio cultural y natural; Presentaciones artísticas y celebraciones; Artes visuales y artesanías; Libros y prensa; Medios audiovisuales e interactivos; Diseño y servicios creativos; y Patrimonio cultural inmaterial (dominio transversal).

Cada uno de estos dominios está compuesto por diversas expresiones culturales las cuales son agrupadas teniendo en cuenta sus características y naturaleza artística.

Por su lado, Irma Escobar (2009) realiza una propuesta de la división de las artes en tres grandes grupos: Artes espaciales, temporales y espacio-temporales. Esta clasificación nos ayuda a ordenar las artes en base al concepto de tiempo y espacio por lo que ayuda a ordenarlas en grandes grupos.

Finalmente, la clasificación que se propone consiste en 8 grandes grupos que engloban diversidad manifestaciones culturales:

- **Artes espaciales:** Arquitectura, Pintura, Escultura, Grabado y Fotografía
- **Artes temporales:** Literatura, Música
- **Artes espacio-temporales:** Danza, Teatro, Cine
- **Medios Audiovisuales:** Radio, Televisión, Videojuegos
- **Patrimonio cultural material:** Patrimonio arqueológicos e históricos, Museos, Patrimonio natural
- **Patrimonio cultural inmaterial:** Festividades, Gastronomía, Costumbres, Lenguas
- **Interculturalidad:** Comunidades indígenas.
- **Servicios creativos:** Diseño gráfico, de interior.

#### **Ficha de análisis de Suplemento o sección:**

La primera ficha analiza la sección o suplemento cultural como unidad. Para identificar las características generales que tiene cada objeto de estudio se han determinado variables como: número total de páginas, imágenes y noticias que el suplemento o sección abarca por día. Además, se identificará la existencia de subsecciones o divisiones dentro de cada sección para conocer cuántas páginas realmente son noticias culturales; restando también el espacio dedicado a la publicidad.

Nombre del medio	
Fecha de análisis	
Número de páginas del suplemento	
Número de notas total	
Número de imágenes total	
Número de páginas dedicado a otra subsección (sociales, amenidades, etc.)	
Número de páginas	Propia



con publicidad	Externa	
----------------	---------	--

Fuente: Elaboración propia

La segunda ficha analiza el texto de portada o apertura de sección en cada uno de los diarios. En primer lugar, se buscará definir la procedencia de las notas (ámbito geográfico) (aquí relatas las variables que incluyes y explica la variable expresión cultural (tienes que pasar aquí el epígrafe que has incluido en el marco teórico)

### **Ficha de análisis de nota / texto de portada / apertura**

Nombre de medio	
Fecha de análisis	
Procedencia de nota	Internacional
	Nacional
Expresión cultural	

Fuente: Elaboración propia

La tercera ficha de análisis se utiliza para analizar los textos del interior del suplemento o sección. Para la elaboración de esta ficha, se han considerado variables como: Expresión o producto cultural del cual se habla, género periodístico, primero se tuvo que definir la clasificación de los géneros periodísticos en las cuales se incluyen las variables que se usan para analizar las notas. Gracias a aportes de diversos autores como Rafael Yanes, Francisco Rodríguez Pastoriza, Lorenzo Gomis y otros, se pudo distinguir algunas características comunes que lograron confluir para la construcción de la clasificación. Es así que se propuso tres grandes bloques de géneros periodísticos (informativos, interpretativos y de opinión) con sus respectivos subgéneros los cuales se detallarán en el marco teórico.

Pero no solo se tuvo que definir y delimitar los géneros periodísticos. Cabe resaltar la importancia de expresar la definición de cultura, un término que por sí mismo es muy amplio y que en este trabajo se ha tratado de dar forma para mostrar la base de la investigación: el periodismo cultural.

### **Ficha de análisis de texto / nota interior**

NOMBRE DEL MEDIO		
FECHA DE ANÁLISIS		
TÍTULO		

FIRMA/AUTOR		
EXPRESIÓN / PRODUCTO CULTURAL	Artes espaciales:	Arquitectura, Pintura, Escultura, Grabado y Fotografía
	Artes temporales:	Literatura, Música
	Artes espacio-temporales:	Danza, Teatro, Cine
	Medios Audiovisuales:	Radio, Televisión, Videojuegos
	Patrimonio cultural material:	Patrimonio arqueológicos e históricos, Museos, Patrimonio natural
	Patrimonio cultural inmaterial:	Festividades, Costumbres, Lenguas
	Interculturalidad:	Comunidades indígenas.
	Servicios creativos:	Diseño gráfico, de interior.
ÁMBITO GEOGRÁFICO	Internacional	
	Nacional	
GÉNEROS PERIODÍSTICOS	Géneros informativos	Noticia
		Noticia reportajeada
		Foto-noticia
		Breve
		Infografía
	Géneros interpretativos	Reportaje
		Crónica
		Entrevista
	Géneros de opinión	Artículo
		Crítica
Reseña		
LENGUAJE	Lenguaje especializado	
	Lenguaje literario	
	Lenguaje coloquial	
RASGOS FORMALES	Número de fotografías	

Fuente: Elaboración propia.

También se agregan variables como Lenguaje y un rasgos formal: el número de fotografías, el cual tratará de mostrar qué tan gráfico es un medio al publicar sus noticias. En un primer momento, se había considerado la posibilidad de añadir la variable: número de columnas; sin embargo, en el proceso de la investigación y análisis, se consideró pertinente obviar esta variable. La razón por la cual no se ha medido por columnas el área que abarca una noticia es que en el caso del diario *El Comercio*, el uso del espacio varía significativamente, es decir: en ocasiones pueden colocar una noticia con cuatro párrafos de dos líneas cada una y en otra colar una imagen grande con una sola columna. Por tanto, la medición del espacio de las notas por columnas no podría ser muy objetiva. Asimismo,

en el caso del diario *El País*, el número de columnas por página suele seguir un formato de acuerdo a su manual de estilo; cosa que no ocurre con el diario *El Comercio*.

El trabajo está estructurado por el Marco Teórico, el Análisis de los medios, las Conclusiones y finalmente la Bibliografía. La primera parte tratará de desarrollar conceptos muy importantes y a su vez, muy amplios como lo son la “Cultura” y el Periodismo Cultural. Asimismo, continuará con las delimitaciones y definiciones de lo que conocemos como Géneros Periodísticos, explicando sus características. Al final del Marco Teórico, se expondrán algunas nociones como lo que es la “sección cultural” y, también se contextualizará narrando brevemente la historia de los diarios a estudiar.

El Análisis se divide en cuatro partes: en la primera, se identificarán los rasgos generales de las secciones culturales de ambos medios; en la segunda parte, se explicarán cuáles son los principales temas culturales que el diario considera como “más importante” a través del análisis de las notas de apertura o portadas; seguidamente, se comentará y planteará los hallazgos en cuanto al análisis de las notas interiores y textos publicados por los medios en sus secciones culturales; finalmente, se cotejará los resultados y se describirá las características comunes halladas en el análisis de los diarios *El Comercio* y *El País*.

Finalmente se darán algunas conclusiones de la investigación para determinar y comprobar las hipótesis propuestas en la investigación.

## **2. MARCO TEÓRICO**

### **2.1. Concepto de Cultura.**

Para comprender lo que implica el periodismo cultural para el desarrollo de la sociedad donde se ejerce, primero se debe comprender qué implica el término “cultura”.

Una de las características de la “cultura” es que es compleja ya que en su significado guarda gran variedad de interpretaciones tanto desde el punto de vista social, hasta incluso el económico. Esta polivalencia de la cultura resulta ser un reto para diversos autores que intentan definirla y, en cierto modo, delimitarla. Sin embargo, aunque pueda resultar una ardua labor, se tratará de definir este término de acuerdo a estudiosos que también aportaron nuevos conocimientos en el ámbito de la comunicación.

En primer lugar, la Real Academia de la lengua Española indica que “cultura” proviene de la lengua latina que define “cultivo”, 2) el conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico, 3) el conjunto de modos de vida: costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial en una época, grupo social, etc. Además, menciona que la “cultura popular” hace referencia al conjunto de manifestaciones en que se expresa la vida tradicional de un pueblo. (Real Academia de la lengua Española).

De todas estas acepciones podemos encontrar una semejanza entre la tercera definición y la que hace referencia a la “cultura popular”, de esta manera podemos resumir que para la RAE el conjunto de modos de vida manifestados en costumbres (que incluye la vida tradicional), conocimientos y el desarrollo de estos en diferentes épocas y sociedades es lo que se conoce como cultura.

También es importante incorporar el concepto de cultura que presenta el Ministerio de Cultura de Perú en sus Lineamientos de Política Cultural. En este documento hace referencia a dos formas de definir cultura: En primer lugar está aquella definición que se centra en "el modo de vida de una comunidad, sustentado en las creencias, cosmovisiones, costumbres, símbolos y prácticas que se han sedimentado y estructuran la vida de esa comunidad" (Ministerio de Cultura de Perú, 2016). Asimismo, atribuye el significado de cultura al “conjunto de objetos y prácticas, a obras de arte o expresiones artísticas en general, que han adquirido valor simbólico y material.” (Ministerio de Cultura de Perú, 2016).

En ambos casos, se puede entender que la cultura abarca mucho más que “obras artísticas”, sino que también implica toda aquella producción de conocimientos y tradiciones del grupo humano del que se trata.

Por su parte, la Unesco menciona que “La cultura debe ser considerada como el conjunto de los rasgos distintivos espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan una sociedad o a un grupo social y que abarca, además de las artes y las letras, los modos de vida, la manera de vivir juntos, los sistemas de valores, las tradiciones y las creencias.” (Unesco, 2002) Nuevamente encontramos elementos materiales como inmateriales cuando hablamos de cultura.

Estas definiciones nos muestran las principales características de la cultura. En primer lugar, se hace énfasis en su naturaleza social; lo cual hace desprender la idea de que la cultura es un producto social y, además, otra de las características que llama la atención es el hecho de que admita la existencia de dos tipos de creaciones humanas uno que definiría lo que llamamos patrimonio material (artes) y el que conocemos como patrimonio inmaterial (tradiciones y conocimiento) de ese grupo social. Es por esto que podemos entender a la cultura como un conjunto de elementos tanto materiales e inmateriales que representan la idiosincrasia de una sociedad y que sirve como parte de la construcción de su identidad.

Esto también es considerado por María Villa, quien menciona en su trabajo *Aproximación teórica al periodismo cultural* que la cultura es “la producción de fenómenos que contribuyen mediante la representación simbólica a la transformar el sistema social” (Villa, 2000). Y es que si reflexionamos respecto a esta idea, a través de la cultura los individuos tienen mayor conciencia de las características sociales de su entorno y aprenden a valorar y convivir con ellas logrando así mayor participación con la comunidad.

Al revisar otros autores como Alfredo Dillon, quienes se enfocan en tratar la cultura como la materia prima del periodismo cultural, nos encontramos con una profunda reflexión sobre lo que llamamos “cultura”. El autor cita a Claude Levi-Strauss el cual hace un análisis muy interesante sobre lo que es este término definiéndolo como “un conjunto de sistemas simbólicos que tienen situados en primer término el lenguaje, las reglas matrimoniales, las relaciones económicas, el arte, la ciencia y la religión. Estos sistemas tienen como finalidad expresar determinados aspectos de la realidad social, e incluso las

relaciones de estos dos tipos de realidad entre sí, y la que estos sistemas simbólicos los unos frente a los otros.” (2011: 17) La parte que más llama nuestra atención es la que menciona la finalidad de la cultura: expresar aspectos de la realidad social y es que cuando hablamos de cultura es inevitable desligarla a su aspecto social. De esta relación se derivan algunas reflexiones sobre esta relación, podemos afirmar que la cultura evoluciona a través del tiempo debido a que los fenómenos sociales están en continuo movimiento, en pocas palabras: la sociedad evoluciona y con ella la cultura también.

Por su parte, Francisco Rodríguez Pastoriza hace una revisión de la complejidad del trabajo para definir la cultura y menciona finalmente que aunque “el término cultura se ha aplicado casi en exclusividad a las artes, la literatura, la filosofía y la ciencia” (2006: 10) debido a que durante la época de la Ilustración se relacionaba la actividad cultural con los movimientos intelectuales; en nuestra época “este concepto se ha abierto ampliamente” adquiriendo nuevas connotaciones. Esto reafirma lo que se mencionó líneas atrás sobre la inclusión de las tradiciones y las expresiones de los grupos sociales dentro de lo que conocemos como cultura.

Pero algo importante que hace mención en su libro *Periodismo Cultural* es la división de la cultura como una que se enfoca en las artes plásticas, literatura, música clásica, etc., (alta cultura) y otra que abarca la artesanía, el folclore, costumbres, entre otros (cultura popular), un concepto tomado también por el sociólogo Pierre Bourdieu. Estos dos puntos de la cultura aparentemente opuestos son los que muchos medios de comunicación podrían separar al producir las noticias ya que en algunos casos, la información que puede considerarse como cultura popular son situadas en la sección “Sociales” de los medios, pero este es un tema que será planteado y desarrollado más adelante.

En vista de la diversidad de conceptos que puede adquirir cultura, y recordando que está investigación busca conocer el desarrollo social de la comunicación desde el periodismo cultural, se ha tomado en cuenta algunas de las conclusiones sobre el tema de investigaciones en cuanto a periodismo cultural. Este es el caso de María Gracia Valle, quien en su tesis *El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de El Comercio, La República y El Peruano* hace un análisis de la teoría simbólica que alberga el concepto de cultura a partir de diferentes perspectivas. En dicha teoría simbólica se hace, otra vez, mención de la

naturaleza de la cultura como producción humana, material e inmaterial, que aporta en la construcción de la identidad social, dando mayor fuerza a esta idea.

Para la autora, la cultura es “un conjunto complejo de creaciones que lo ayuda a reconocerse en el espacio histórico y espacial en el que se desenvuelve. El significado que encierran estas creaciones va evolucionando en la mente del hombre, lo que lo ayuda a entender la complejidad de su realidad y todos los elementos que forman parte de su entorno social. Con ello, afirmo que la cultura es también un proceso mental del hombre que lo ayuda a identificar y entender los elementos que componen a su sociedad y el mundo.” (Valle, 2014: 18)

Por otro lado, Pablo Macalupú hace referencia al periodista Juan Gargurevich quién concluye que la cultura es un factor fundamental para el desarrollo de las sociedades y como tal “parte de la responsabilidad de hacer accesible la cultura viene también de los medios de comunicación” (Macalupú, 2014:137); es decir que no se olvida que la estrecha relación entre la cultura, sociedad y comunicación, ya que la comunicación también es una manifestación cultural de una sociedad.

Finalmente, podemos mencionar un par de conceptos más sobre cultura. Para Natalia Meléndez de la Universidad de Málaga, cuando hablamos de cultura lo primero que pasa por nuestra mente son los contenidos culturales, pero ¿cuáles son estos? Pues para la autora, pueden considerarse dentro de este grupo las cuestiones relacionadas a las “letras, las artes, algunos espectáculos en incluso, en ocasiones, ciertos asuntos científicos e históricos, seleccionados o tratados con mayor o menor grado de elitismo o divulgación” (Meléndez, 2011:246). Sin embargo, encontramos que en este concepto la idea de “cultura popular” no se encuentra, mostrando que efectivamente algunos investigadores en comunicación no toman en cuenta esta parte de la cultura ya que los mismos medios tampoco lo hacen. Por el contrario, Soledad Ruano, menciona la existencia de lo que define como “cultura superior o de élite” y la “cultura de masas” en la que ambas se entienden de la misma manera como la “alta cultura” y “cultura popular” que comprende Pastoriza. Asimismo se suma a la idea de la complejidad de la tarea que conlleva definir cultura y enfatiza que existe una “tendencia a designar con este término a todas las actividades que realiza el hombre” (Ruano, 2009:21).

En resumen, podemos concluir que “cultura” es un término amplio y polivalente que hace referencia a todo lo que produce el ser humano reflejo de su realidad social en un contexto (espacio y tiempo) determinado, con el cual representa y construye su identidad social por medio de diferentes representaciones simbólicas artísticas (clásicas o tradicionales) lo cual puede ser material o inmaterial pero que forman parte del colectivo social.

## **2.2. Concepto de Periodismo Cultural**

Una vez definido el concepto de cultura, podemos centrarnos en el Periodismo Cultural. Como parte fundamental de esta investigación, podemos acercarnos algunas definiciones del Periodismo Cultural el cual sería aquel ejercicio de la actividad periodística que centra la naturaleza de la información en la difusión de noticias sobre contenidos que aportan en la construcción del conocimiento de un grupo social. Esta especialización del periodismo, como definen algunos autores, ha generado la creación de revistas culturales y otros suplementos que han ido apareciendo a través del tiempo como parte del interés de los medios de brindar mayores alternativas de acceso al ocio de la población.

El periodismo visto como un proceso de interpretación de la realidad social (Gomis, 2008) muestra que aunque puedan tomarse diferentes ámbitos de esa realidad (como el político o el económico), en cuanto a cultura existe un gran interés debido a que la difusión de los contenidos culturales aporta en la construcción de la identidad social, incluso, la propia comunicación forma parte cultural de la realidad social.

Para María Monjas el “periodismo especializado en cultura, o periodismo cultural, se ocupa de informar y valorar los acontecimientos que se relacionan con el concepto de cultura de cada época concreta” (Monjas, 2012: 104) y es que como menciona Natalia Meléndez de la Universidad de Málaga, el periodismo cultural como especialización tiene alguno de los ejemplares más antiguos que datan del siglo XVIII (García, 2011: 246).

Otros autores apuntan a que aunque el periodismo cultural “se dedica a reproducir y difundir las obras que forman parte del capital cultural de la sociedad, también puede ser parte de la creación del fenómeno cultural” (Delponti, 2012: 3), esto conlleva a que no solo debemos ver al periodismo como un mero difusor de información, sino que también debemos observar que los medios o editores usan ciertos criterios para seleccionar la información cultural que será difundida ya que son los medios quienes definen sus propias agendas cuya tendencia principalmente es de escoger lo superficial a lo cultural



(Macalupú, 2014:142). Por ello, si tenemos en cuenta que la comunicación forma parte de la cultura, podemos inferir que la prensa contribuye en la construcción de las nociones culturales de la población.

Aunque reiteradamente se comprenda que el periodismo tiene como función la construcción de la realidad, en la tesis de María Valle de la Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas menciona que el periodismo es una herramienta de construcción de la realidad pero que el papel del periodismo es, sobre todo interpretar.

La existencia de pocas investigaciones respecto a la práctica del periodismo cultural en Perú se debe muchas veces a que los contenidos culturales no ocupan un espacio en todos los medios de comunicación quienes no toman a esta área como parte importante de la agenda. Es así que María Valle brinda desde su investigación una definición de periodismo cultural luego de analizar autores que hablan sobre cultura y periodismo como Jorge Rivera, Stella Martini, entre otros, refiriéndose a lo que abarca la prensa en cuanto a cultura: “Entonces, desde el punto de vista del periodismo, la cultura encierra toda actividad humana que realiza el hombre en su vida diaria. Ello, siempre y cuando su producción represente un ámbito o característica de su sociedad”. (Valle, 2014)

Otros autores pueden dar una visión más detallada de lo que abarca el periodismo cultural, pero estas nociones son delimitadas por las experiencias dentro de su propio ámbito social. En algunas definiciones no se hace mención al patrimonio histórico o arqueológico de las sociedades, pero en la siguiente se menciona una de estas: “Entendemos de forma pragmática por periodismo cultural el que se ocupa de difundir las actividades habitualmente consideradas culturales: literatura, pensamiento, artes plásticas, arquitectura, teatro, música, danza cine, televisión... También incluimos la información que aborda de forma más genérica cuestiones relacionadas con las industrias creativas y con el patrimonio histórico” (Vila-Sanjuán, 2015:19-20). Al mencionar que incluye información que aborda de forma “más genérica” cuestiones relacionadas con las industrias creativas y patrimonio histórico, considero que se delimita lo que puede abarcar el periodismo cultural. En Perú, donde se está llevando actualmente políticas culturales que promuevan la revaloración de su patrimonio histórico, se está tomando mayor énfasis en estos temas muy a pesar de que los medios no den mayor espacio a los temas culturales. Es por ello que mencionar que en cuanto a industrias creativas y, principalmente, el patrimonio histórico, la prensa cultural no debería simplemente servir como informador, sino que también puede interpretarse y

generar más contenidos. Es quizás por esta gran variedad de temas que muchos medios optan por crear diferentes salidas de publicaciones para el desarrollo de la prensa cultural (suplementos, revistas, etc.).

Por otro lado, si bien es cierto que uno de los objetivos de la prensa cultural, tal como menciona Pastoriza es transmitir la información al espectador, oyente o lector “apelando a su formación y manteniendo siempre su responsabilidad” el considerar “la cultura como la producción de fenómenos que contribuyen a transformar el sistema social” (Pastoriza, 2006: 16) hace que seamos conscientes de la importancia de lograr que el público pase de ser un receptor pasivo a ser un activo participante de su contexto cultural a través de la reflexión de los contenidos.

En resumen podemos encontrar que el periodismo cultural no solo adquiere la complejidad que la cultura significa, sino que también muestra que el campo de trabajo del periodista en cultura es muy amplio lo que genera no solo nuevas alternativas de salidas mediáticas, sino que también permite el uso de diferentes géneros para transmitir la información cultural. Cabe resaltar que el ejercicio del periodismo cultural no solo se debe limitar a las noticias de eventos culturales clásicos como la literatura, música, teatro, etc., sino que además incluye los temas que tienen que ver con el patrimonio cultural como parte de la realidad que aporta en la construcción de la identidad social del individuo.

### **2.3. Géneros periodísticos**

(Epígrafe para la información cultural) En cuanto a los géneros periodísticos, se conoce la existencia de diversas propuestas que clasifican el trabajo periodístico con el fin de guiar y organizarlo para comprender mejor la dinámica del trabajo así como dar una base a en la profesionalización del periodismo en las aulas universitarias.

Rafael Yanes Mesa (Yanes, 2004: 20), resalta la existencia de dos tipo de clasificaciones: el tradicional modelo anglosajón (clasificación binaria) en la cual se distingue el género informativo (story) y el opinativo (comment); y el modelo latino, la cual es defendido por investigadores como José Luis Martínez Albertos, en la que se diferencian el género informativo, g. interpretativo y el g. de opinión.

Las clasificaciones responden a las diversas necesidades existentes en los contextos, es por esta razón que en el caso de la presente investigación se ha optado por utilizar la

clasificación latina, ya que presenta mayor flexibilidad en la hibridación de géneros, un fenómeno el cual en la prensa cultural es muy común.

Cabe resaltar que como menciona Rodríguez Pastoriza menciona que “el género es más una categoría teórica y abstracta que una explicitación concreta de una idea, pero funciona de modo efectivo como modelo para el autor y como categoría para la audiencia” (Pastoriza; 2006: 104). Es decir, que la clasificación y la organización de los géneros periodísticos que se realiza responden básicamente a un apoyo didáctico en la investigación; característica que también atribuye Lorenzo Gomis (2008) y que además, explica la importancia de considerar “la función que cumple cada género y llamarlo como suele llamarse en los medios de comunicación” (Gomis, 2008: 112) haciendo énfasis; por ejemplo, en la diferencia entre la función que cumple la información con el comentario atribuyendo esto a una necesidad social. Es por ello que se podrán encontrar diferencias entre una y otra clasificación.

Para el presente trabajo se tomó en cuenta las clasificaciones los autores anteriormente mencionados con algunos cambios y consideraciones importantes para la investigación. A continuación, la propuesta de clasificación de géneros periodísticos planteada sería la siguiente:

### **2.3.1. Géneros Informativos.**

Como se mencionó anteriormente, la clasificación que se utiliza en esta investigación está orientada al periodismo cultural. Naturalmente, diversos autores han planteado distintas clasificación de los géneros informativos dividiéndolos en hasta tres o cuatro niveles. En el caso de Rafael Yanes Mesa (2006), la clasificación que realiza en el periodismo informativo toma en cuenta solo dos grandes subgéneros: la noticia y la entrevista; posteriormente, explica la existencia de variaciones dentro de estos grupos. No obstante, aunque se tiene en cuenta la posibilidad de variaciones entre un subgénero y otro, en esta clasificación se diferenciará cada género realizando la descripción que más ayude a comprender el uso de los géneros periodísticos en la prensa cultural.

Es así que en el género informativo consideramos cuatro subgéneros: la noticia, la noticia reportajeada, la fotonoticia y el breve. Además se hablará sobre la infografía como recurso gráfico dentro del periodismo informativo.

**a. Noticia:**

Como se sabe, la noticia es la base del periodismo. El periodismo debe su ejercicio a la transmisión de información que debe tener en cuenta principalmente la actualidad, que sea la información de interés y la objetividad. Y es que el estilo de este subgénero periodístico, que responde al triángulo invertido de forma clara y concisa, “trata de informar de un hecho con la mayor precisión y objetividad posibles” (Pastoriza, 2006: 115-116)

Por otro lado, Rafael Yanes, realiza una descripción de la composición de la noticia simple en la que destaca sus elementos: título, lead y cuerpo. Además menciona el uso de subtítulo como complemento de la información brindada por el titular. En resumen, define a la noticia como “un texto que refleja el contenido informativo de un asunto concreto de la actualidad”. Yanes, 2004: 65)

**b. Noticia reportajeada:**

Otros autores mencionan este género como algo usado usualmente por los medios radiales, por ejemplo Rodríguez Pastoriza resalta que “se trata de un formato que adopta la forma y el tratamiento de un reportaje con la duración temporal de una noticia, lo que proporciona un mayor atractivo” (Pastoriza, 2006: 117)

Pero para Rafael Yanes este tipo de noticia agrega otros elementos periodísticos que enriquecen su lectura y que podría hacer que se piense en un reportaje pero dada su brevedad no puede considerarse como tal. “Se trata de informaciones que se publican con alguna pequeña entrevista, artículo firmado, infografía o esquema informativo que la hacer asemejarse a un reportaje. Pero es una noticia, ya que se trata de la información de lo ocurrido recientemente, y para publicarse no es necesaria una investigación, además, aparece en todos los medios.” (Yanes; 2004: 71).

Sea cual sea el caso, la noticia reportajeada ha sido muy usada en los últimos años como una forma de hacer más atractivo el texto y la información, principalmente dotándolo de un toque literario con primeros párrafos en forma de crónica. Es por esta razón que en la prensa cultural es recurrente encontrar textos breves con un

formato tipo crónica y que además distribuye la información en pequeños cuadros textuales con fotografías diversas.

**c. Fotonoticia:**

Como su nombre lo indica, el principal elemento de este subgénero es “la fotografía”. Sabemos que el uso de imágenes en la prensa colabora con la contextualización de la información, sin embargo, cabe resaltar que en este subgénero la información es brindada por la imagen; es decir, la fotografía es la noticia y su complemento es el texto.

**d. Breve:**

A este tipo de género periodístico lo podemos considerar como la forma más básica de la noticia. En el caso del periodismo cultural, es usual encontrar este tipo de información cuando se habla sobre ciertas actividades culturales a realizarse próximamente, tales como: presentaciones de teatro, conciertos, inauguraciones, próximos estrenos de películas, etc.

Aunque la realización de la tipo de nota deba su nombre a la excesiva brevedad con la que se trabaja, al punto de parecer información pura sin ningún tratamiento por parte del periodista, para identificar este género periodístico, Parrat enfatiza esa característica detallando que “(...) su redactor se distancia al máximo de lo que está contando, hasta el punto que el lector tiene la impresión de estar leyendo un texto que podría haber sido escrito por una máquina.” (Fernández Parrat; 116)

**e. Infografía:**

La infografía es un recurso gráfico el cual se destaca por su forma didáctica de explicar un hecho noticioso complejo. Por ejemplo, usualmente las infografías se usan para mostrar a través de dibujos algún proceso o “Algunos autores han llegado a considerarlo como un género independiente por su capacidad para explicar en un solo dibujo, y con gráficos claridad para el lector, muchos datos de un suceso. Pero se trata simplemente de un recurso gráfico.” (Yanes, 2004: 201) Esta opinión es compartida por Sonia F. Parrat, que aclara que se ha considerado a la infografía como género informativo debido, además de por su capacidad de abarcar mucha información en imágenes, a la labor del infógrafo quien requiere

tener ciertas habilidades y aptitudes para esta tarea, así como conocimiento de programas para diseño. “La fotografía ha sido considerada durante años el elemento gráfico más significativo del periódico, pero a él se han ido sumando otros a medida que los avances tecnológicos permitían incorporar otros recursos.” (Parrat; 2008; 161)

### **2.3.2. Géneros Interpretativos:**

- a. Reportaje:** Como muchos autores mencionan, el reportaje es el género periodístico por excelencia ya que incluye dentro de sí a otros géneros de menor amplitud como la noticia, la entrevista, la crónica, etc. En el periodismo cultural, no es la excepción.

El reportaje en sí se caracteriza por la profundidad en el desarrollo de la información que hace necesaria el uso de los demás géneros para que esta sea completa. Para Pastoriza, “el reportaje proporciona un testimonio de la realidad del modo más completo posible al tratar de aportar todos los datos posibles del modo más objetivo” (Pastoriza; 2006:124).

Sin embargo, el reportaje se incluye dentro de los géneros periodísticos interpretativos debido a que en el desarrollo de este se brinda mayor libertad expresiva al periodista. De acuerdo a Sonia Parrat “un género periodístico de extensión variable en el que se suele ahondar, e incluso, explicar y analizar, en hechos actuales pero no necesariamente noticiosos, cuyo autor goza de una mayor libertad estructural y expresiva, y que generalmente se publica firmado y acompañado de fotografías o infografía”. (Parrat; 2003: 25).

Siguiendo con esta “libertad expresiva” que se da al periodista en el reportaje, debemos tomar en cuenta que dentro del periodismo cultural es común encontrar textos con gran contenido literario en su redacción. Y es que dentro de esta especialidad del periodismo, el acercamiento del público a los hechos culturales se hace a través del uso de un estilo literario del lenguaje que hace posible transmitir el contenido cultural con mayor facilidad. Y es que como menciona Lorenzo Gomis “el reportaje es, por estas razones, una tentación para el escritor, como la literatura narrativa lo es para el reportero. El carácter literario del reportaje siempre ha existido; rebota como novedad.” (Gomis, 2008: 158).

## **b. Crónica:**

En el caso de la crónica, los periodistas culturales utilizan usualmente este género para poder dar mayor uso de recursos literarios para conseguir mayor atractivo para el público. Asimismo, en muchos casos, el periodista se siente libre de poder realizar alguna valoración personal sobre lo relatado lo que da la característica interpretativa de este género. “una información de un hecho informativo, en la que se narra algo y a la vez se juzga lo narrado. La crónica repite unos hechos, ya conocidos en forma de noticia, que el periodista recrea y valora.” (Pastoriza, 2006: 122)

Y es que como se conoce, la crónica es un género interpretativo cuya principal característica es la narración de los hechos noticiosos por parte del periodista como observador del hecho.

Lorenzo Gomis también destaca esta característica de la crónica, aunque hace énfasis en la necesidad de un cronista bien informado para el uso adecuado de la información noticiosa en el texto para evitar caer en un género de opinión. “La crónica es un género de cómoda escritura, por la anchura de sus límites literarios, aunque siempre se agradece que el cronista este bien informado, combine bien sus datos, cuente sus impresiones con discreción y más como observador y persona enterada que como actor.” (Gomis, 2008:166)

## **c. Entrevista:**

La entrevista es uno de los géneros más apropiados para el periodismo cultural, ya que a través de ella se puede profundizar más con los diversos actores existentes en el ámbito cultural. Cuando un periodista quiere escribir sobre una exposición de pinturas, lo ideal es que converse con el artista para poder comprender un poco sobre su creación. La entrevista permite al periodista acercarse a los artistas y a sus creaciones, para así poder transmitir al público una parte de lo que los actores culturales quieren expresar. Por ello se considera este como un género interpretativo, ya que el periodista interpreta lo que sus interlocutores quieren decir.

Sin embargo, algunos autores como Rafael Yanes cuestionan el nivel interpretativo de la entrevista: “la entrevista es un género periodístico eminentemente

informativo, aunque puede incluir alguna apreciación del periodista en forma de comentario de forma explícita sobre el contexto” (Yanes; 2006: 79).

Pero algo que no considera Yanes es que a través de la entrevista, el periodista puede indagar profundamente en la persona, al punto de, por ejemplo, crear un perfil humano de este.

“La entrevista es una conversación para conseguir información. Se trata de un diálogo entre un periodista y un personaje con objeto de obtener una información de un hecho o de la personalidad del entrevistado (...) Es también un instrumento de investigación social en la medida en la que constituye un discurso.” (Pastoriza; 2006:128) Aunque Pastoriza no organice los géneros periodísticos en informativos, interpretativos y opinativos, menciona que la entrevista en prensa tiene mayor efectividad en dar a conocer los mensajes de los entrevistados debido a que los periodistas tienen la posibilidad de incluir explicaciones, así como contextualizar el mensaje (Pastoriza; 2006:129) y esta capacidad explicativa es propia de los géneros interpretativos.

### **2.3.3. Géneros de Opinión**

#### **a. Artículo**

Para Lorenzo Gomis, este género es una “colaboración”. El artículo puede tocar temáticas diversas ya que la noticia radica en lo que el autor, cuya trayectoria es conocida, quiere exponer sobre un determinado tema actual o inactual.

El artículo tiene importancia en lo que diga el autor sobre algo, por lo que el interés es conocer lo que el escritor dice.

#### **b. Crítica:**

Es importante destacar que la crítica requiere de cierta preparación y exigencia por parte de quien la realiza. “un ejercicio de objetividad en relación con los intereses y valores objetivos y subjetivos de su autor” (Pastoriza; 2006).

La crítica tiene gran importancia por lo que el escritor, líder de opinión del tema a tratar, tiene que decir respecto algún tema actual. El tema usualmente es una noticia que tiene vigencia reciente y en base a ello, el especialista o periodista expone su punto de vista en cuanto a la temática. Además, como menciona Rodríguez Pastoriza “no hay que olvidar que uno de los objetivos de la crítica es la formación



de los lectores o de la audiencia en el tema que se trata” (Pastoriza; 2006:157). Por esta razón, la elaboración de la crítica requiere no solo que el autor sea líder de opinión, sino que tenga una autoridad verificada (sea especialista o trabaje en el ámbito) para exponer las ideas en el texto de tal forma que cualquier persona pueda comprender el contexto del hecho.

### c. **Reseña**

La reseña es un género interpretativo ya que le periodista realiza una apreciación sobre algún hecho desde su punto de vista, evidentemente, basado en hechos reales y con amplio conocimiento del tema. Pastoriza menciona las características más importantes de la reseña en su libro sobre periodismo cultural: “En cuanto a la reseña, las exigencias que se plantean en este subgénero son menores que las de la crítica. Se trata aquí de proporcionar una idea resumida de los contenidos de una obra, de una exposición o de un espectáculo, sin apenas bagaje crítico, una descripción con el fin de que los lectores o la audiencia del medio de comunicación tengan una idea genérica de su calidad o de sus valores con el fin de acceder a la obra con una cierta fiabilidad.” (Pastoriza; 2006: 157)

## **2.4. Suplemento y Sección Cultural**

**Suplementos culturales:** Los suplementos culturales son productos periodísticos de una periodicidad determinada en la cual se haya gran variedad de contenido cultural; principalmente, especializado. Estos suplementos nacieron con el objetivo de comunicar básicamente información literaria; sin embargo, con el tiempo, se han incluido otras expresiones artísticas de interés dependiendo de la época. En el caso de España, el primer suplemento cultural (de carácter literario) fue Los Lunes de El Imparcial, de Eduardo Gasset y Artime el cual inició su circulación el 23 de abril de 1874, con el objetivo de brindar mayor variedad informativa que la que otorgaban los diarios de la época. Posteriormente, otros diarios continuaron con esta tendencia de publicar un suplemento que dotara otras alternativas informativas a los lectores, quienes no querían leer solo noticias políticas. El suplemento contó con algunos destacados escritores como Pérez Galdós, Juan Valera, José Zorrilla, Unamuno,

Jacinto Benavente, Valle-Inclán, Azorín, Rubén Darío, Clarín y Emilia Pardo Bazán (Vallejo, 1993:77).

Actualmente, la gran mayoría de diarios españoles cuentan con un suplemento cultural en la cual, según algunos autores como Félix Rebollo Sánchez, destacan que tienden a publicar más información sobre literatura que de otra expresión cultural.

En el caso peruano, la aplicación de los suplementos culturales fue más tardía. Es así que en 1955 el diario *El Comercio* publicó *El Dominical*. Otros diarios como *La Crónica* y *Expreso*, siguieron los pasos de este diario incluyendo además en sus publicaciones a figuras destacadas de la literatura peruana como los poetas Nicomedes Santa Cruz, Reynaldo Naranjo y Carlos Germán Belli bajo la dirección de Juan Gargurevich en el suplemento “Estampa” del diario *Expreso* en 1963.

Como es común, en la prensa peruana también se daba mayor importancia a ciertas expresiones culturales al momento de publicar los suplementos, principalmente temas literarios, de música y teatro. No obstante, años después el aumento de la valoración de la cultura peruana prehispánica hizo que también se tomara en cuenta la tradición y el patrimonio cultural del país, principalmente la riqueza natural, surgiendo de este modo suplementos de viajes y atractivos turísticos.

**Secciones culturales:** En el siglo XX, se comenzó a estructurar los diarios considerando la sección cultura como parte del periódico. Una de las características de la sección cultural es la periodicidad y ubicación continuas y fijas dentro del diario.

Algo que llama la atención sobre las secciones culturales es que en un inicio se planteó la fusión de esta sección con otras como *Sociales* y *Espectáculos*.

Para Pastoriza, la sección cultural debe abarcar algunas características básicas: “en la actualidad, la información cultural es en los medios escritos una sección absolutamente estable y consolidada, lo que supone una ampliación de los criterios de noticiabilidad en este campo en relación con épocas anteriores.” (Pastoriza, 2006: 164).

Cabe destacar que posteriormente, la proliferación de la idea que la importancia de la cultura para el desarrollo social colaboró con la independencia de la sección cultural convirtiéndose en algunos medios de comunicación en un suplemento siendo lo que ocurrió con el diario *El Comercio*.

Hay diarios, también, que hasta el momento unen la sección cultural con “Ocio y Amenidades”, espacio en los cuales existe entretenimiento como: viñetas, tiras cómicas, horóscopo, crucigramas, sopa de letras, ajedrez, etc. Esto ocurre, por ejemplo, con el diario peruano *La República*: entre sus páginas dedica de una a dos hojas para “Ocio y Cultura” en la cual invita a los lectores a asistir a eventos culturales como parte del “entretenimiento” existente ese día.

## **2.5. El País (España) y El Comercio (Perú)**

**El Comercio:** Fundado el 4 de mayo de 1839 por Manuel Amunátegui y Alejandro Villota, el diario *El Comercio* se ha convertido en uno de los principales medios de comunicación del Perú. Con casi 180 años de historia, en la cual participaron diversos personajes ilustres de la sociedad limeña, como el periodista Antonio Miró Quesada – quien se convirtió en 1898 director del diario y cuya familia tiene hasta ahora el control del medio- , El Comercio es el grupo periodístico que más poder tiene en la actualidad.

Desde que asumió la dirección y hasta 1905, José Antonio Miró Quesada se ocupó del crecimiento del diario colaborando con su modernización a través de infraestructura y con el trabajo de escritores reconocidos.

Como decano de la prensa peruana, *El Comercio* atravesó por grandes dificultades debido a la inestabilidad política continua del país. Uno de estos episodios se dio durante la llamada Junta Militar de Gobierno entre los años 1974 y 1980, en la cual fueron confiscados los bienes de todos los medios de comunicación.

Durante las diferentes épocas de la historia peruana, *El Comercio* apoyó con diversos objetivos sociales: uno de los más importantes fue el apoyo en favor del voto femenino.

*El Comercio* cuenta con la siguiente estructura: *Editorial, Política, País, Lima, Mundo, Economía, Deporte y Opinión*; además de los suplementos *Luces, Portafolio, etc.*

En la actualidad, el diario enfrenta una gran polémica por la compra de otro grupo editorial parte de la competencia: *Epena*. Con ello se abre la discusión sobre la concentración de medios ya que con ello concentra el 80% de los medios del país. Y es que el grupo *El Comercio* ha logrado conseguir tener poder sobre los diarios más vendidos del Perú, como el diario amarillista *Trome*, y ahora sus más fuertes competencias como *Correo y Perú21*.

**El País:** El diario *El País* fue fundado el 4 de mayo de 1976 por José Ortega Spottorno y cuyo primer director, Juan Luis Cebrián, es un importante escritor y periodista. El diario surgió como una alternativa democrática frente a la difícil época de los años 70 ayudándolo a consolidarse como líder de la prensa del país frente al diario *ABC* cuya tendencia era conservadora.

*El País* fue pionero en diversos aspectos que incrementan su valor ético y periodístico, así como su prestigio. Una de ellas es la implementación de la figura del *Defensor al Lector* (Ombudsman en inglés), el cual aporta una oportunidad al público de participar y fiscalizar de alguna forma la información que se brinda en la prensa en favor a que sea más verídica y confiable; así como para evitar perjudicar a los usuarios.

De esta manera, este diario español se mantuvo a la vanguardia de los cambios y mejoras que se producían a nivel mundial. Con la mejora de las tecnologías y la interconexión del mundo gracias al internet, los diarios pudieron abrirse a un mundo de oportunidades para generar contenidos a nivel internacional.

Es así que el 4 de mayo de 1996, *El País* se vuelve el segundo diario español en ofrecer su versión digital y luego llevó a cabo un proceso de convergencia de medios para poder definir la línea de trabajo tanto de la versión digital como impresa, siendo guía de muchos medios a nivel mundial.

El diario *El País* se compone por Internacional, España, Economía, Opinión, Viñetas, Sociedad, Cultura, Gente, Obituarios, Deportes, Pantalla, Última. Sus

páginas tienen cinco columnas y tiene como principal característica el orden de sus contenidos. Tiene diferentes suplementos mensuales y semanales de diversidad de temas como Negocios, Educación, S Moda, El Viajero, Babelia, Domingo, EL País Semanal, entre otros.

### 3. ANÁLISIS

Para el análisis de los datos y siguiendo los objetivos planteados se identificarán los siguientes elementos.

El análisis se realizará primero del suplemento, identificando las características generales de este y posteriormente por nota y luego se contabilizará la sumatoria por día y finalmente el total del mes escogido.

#### 3.1. Análisis general de suplemento o sección.

Se ha realizado el análisis de 60 días (30 días del mes de setiembre de 2016 de *El País* y *El Comercio*). Existe una gran diferencia entre las secciones culturales de ambos diarios. En primero lugar, se debe destacar el formato: En el caso del diario peruano, la sección cultural viene como “suplemento” del diario, por lo que tiende a tener mayor cantidad de páginas y la noticia más importante se destaca en la portada del suplemento. Por otro lado, en el diario *El País*, se mantiene el formato de sección cultural como parte de la organización del diario. A pesar de que *El País* tiene menor cantidad de páginas dedicadas a la sección cultura, algunas noticias que también pertenecen a este ámbito son destacadas en diferentes secciones: Gente, Estilo, España (en la que se pueden encontrar noticias respecto al Patrimonio español o Tradición) y, finalmente, la contraportada.

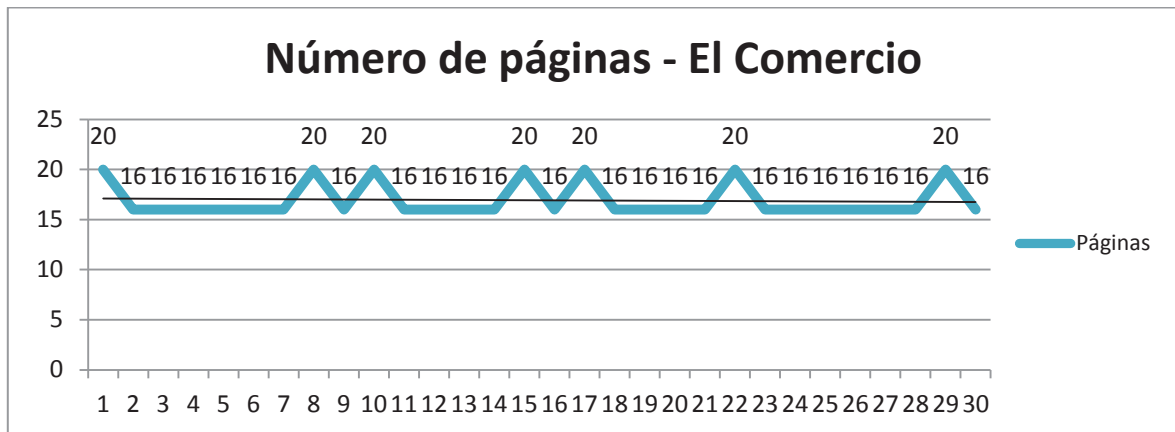
Sin embargo, a pesar de que el diario *El Comercio* tiene mayor cantidad de páginas dedicadas a *Cultura*, incluye dentro de sí algunas subsecciones que no son consideradas como parte de *Cultura*, como en el caso de *El País*. Estas subsecciones dentro del suplemento *Luces* de *El Comercio* son: *Amenidades*, *Sociales* (además, cada cierto tiempo *Mundo Diplomático*), y los avisos del Club de *El Comercio*. Asimismo, algo que sí considera *El Comercio* como parte de *Cultura*, pero que *El País* lo diferencia es la sección “Pantalla”. Las noticias sobre acontecimientos que ocurren dentro del ámbito televisivo son consideradas dentro de *Luces* como parte de las noticias culturales; pero, para el diario español estas noticias tienen un apartado distinto al de cultura.

#### CASO 1: El Comercio – Perú

A continuación veremos algunas de las principales características que pueden encontrarse como consecuencia del análisis del suplemento “*Luces*” de *El Comercio*:

El suplemento cultural “*Luces*” de *El Comercio* tiene una extensión de 16 páginas, las cuales incluyen 1 portada. En ocasiones, puede ampliarse a 20 el número de páginas; mientras que esta cantidad (20) es constante para su complemento “*Escape*”, el suplemento cultural que lo reemplaza todos los jueves.

**a) Gráfico 1:**



**Fuente: elaboración propia**

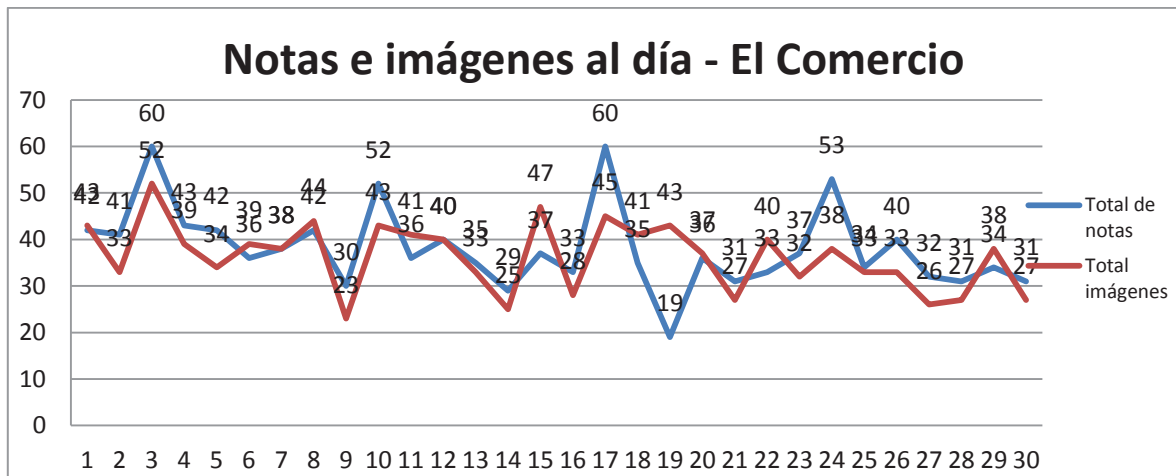
Cabe señalar, que entre las 16 y 20 páginas que componen el suplemento no solo existen notas periodísticas; sino que también se encuentra cierta cantidad de publicidad del medio y otras subsecciones como anteriormente se ha mencionado (Sociales, Amenidades, etc.). Es decir que las 16 páginas no son exclusivas para las notas culturales aunque el suplemento tenga como prioridad tratar sobre el ámbito cultural.

En cuanto al número de notas, el diario realiza un aproximado de 40 notas diarias. Aunque la cantidad puede resultar muy llamativa, cabe destacar una característica de las notas: En su mayoría, las notas son informaciones breves con fotografía publicadas en pequeños espacios. Más adelante se detallará más características de las notas; pero es importante notar el hecho de que el diario *El Comercio* apuesta por una especie de “bombardeo” de información” que no suele tener mayor intervención periodística.

La cantidad de imágenes, de igual manera, suele ser abundante. El suplemento es muy gráfico, no solo por la existencia de colores al diseñar las páginas y al realizar a la diagramación de las noticias, sino que también usa diferentes tipografías y las imágenes que presentan tiene gran variedad de tamaño, color, forma, etc. Como se demuestra en el gráfico, diariamente se publica un promedio de 33 imágenes.

Por otro lado, esta cantidad de imágenes, en ocasiones, es mayor en proporción al número de notas realizadas. Es decir, en algunos casos existe más de una imagen por nota. En el gráfico que une ambas variables, se puede apreciar que las líneas se entrecruzan en varios puntos, demostrando que no existe delimitación en el uso de los gráficos en correspondencia a las noticias: una nota puede tener más de 4 imágenes y las demás noticias solo tener una.

**b) Gráfico 2:**



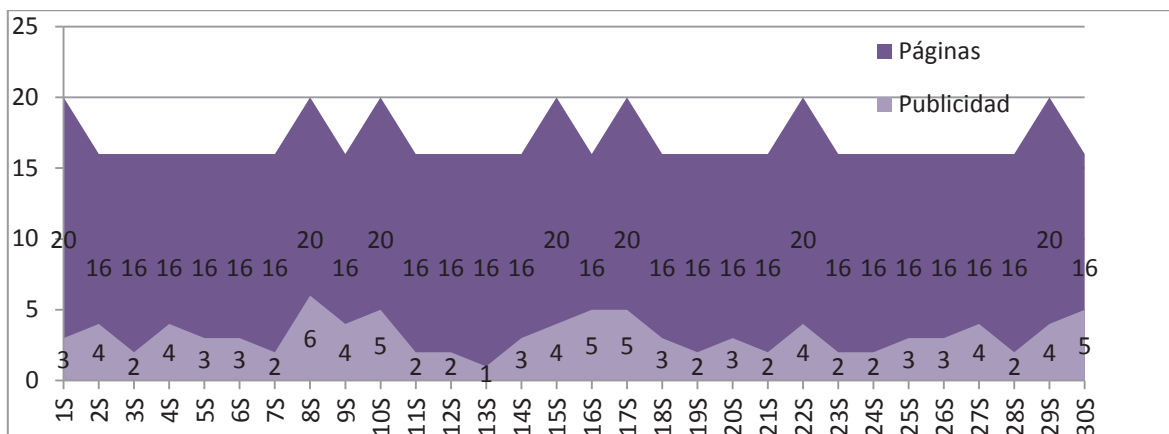
**Fuente: Elaboración propia**

Sobre la publicidad en el suplemento del diario *El Comercio*, dedica un promedio de 3 páginas completas de publicidad, ya sea externa o interna. No existe ningún día que no se publique publicidad en el suplemento; es decir, el diario da mucha importancia a la publicidad del suplemento, ya sea porque es una forma de obtener ganancias o como parte de la política empresarial. Esto demuestra una gran dependencia con la publicidad, ya que no solo son avisos externos, sino que también hacen trabajo de marketing de sus propios servicios como es el caso de el “Club de suscriptores” de *El Comercio*, en la cual facilitan información sobre cupones de descuento y beneficios en tiendas por suscribirse al diario. Es así que el día con mayor publicidad registrado es el 8 de Septiembre 2016 con 6 páginas de publicidad.

**c) Gráfico 3:**

**Espacio que ocupa la Publicidad respecto al número de páginas.**



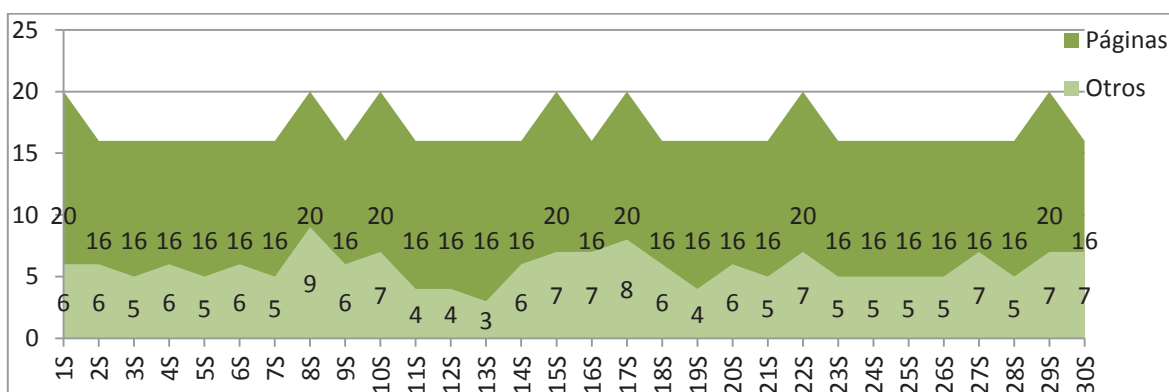


**Fuente: Elaboración propia**

No obstante, se remarca que la publicidad no es el único elemento que resta espacio a las noticias culturales que podrían publicarse en las 16 páginas del suplemento; sino que también se debe añadir las subsecciones del suplemento: Sociales (Mundo Diplomático), Amenidades, Crucigrama. Es por esta razón que al unir todas las páginas dedicadas a toda información ajena a lo que se considera parte de las noticias culturales, y restándolas con el total de páginas resulta que el suplemento estaría compuesto solo de un promedio de 10 páginas; es decir un tercio menos de la extensión que presenta.

**d) Gráfico 4:**

**Espacio ocupado por páginas no relacionadas con Cultura respecto al total.**



**Fuente: Elaboración propia**

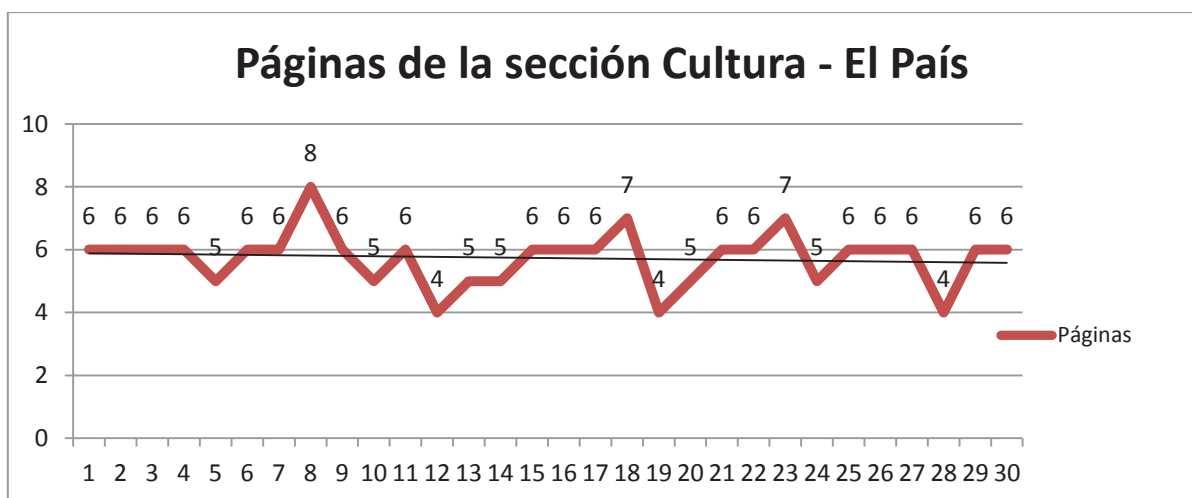
El día con mayor número de páginas no dedicadas a las noticias culturales es el 8 de Septiembre 2016, en la que a pesar de tener 20 páginas disponibles 9 constituyeron publicidad, sociales y amenidades; casi la mitad del total de páginas del suplemento.

## CASO 2: El País - España

A continuación veremos algunas de las características que se pueden resaltar del análisis del diario *El País*:

La sección Cultura del diario español tiene una extensión de aproximadamente 6 páginas por día (contabilizando dentro de esas también la publicidad que puede estar entre una página y otra).

### e) Gráfico 5:



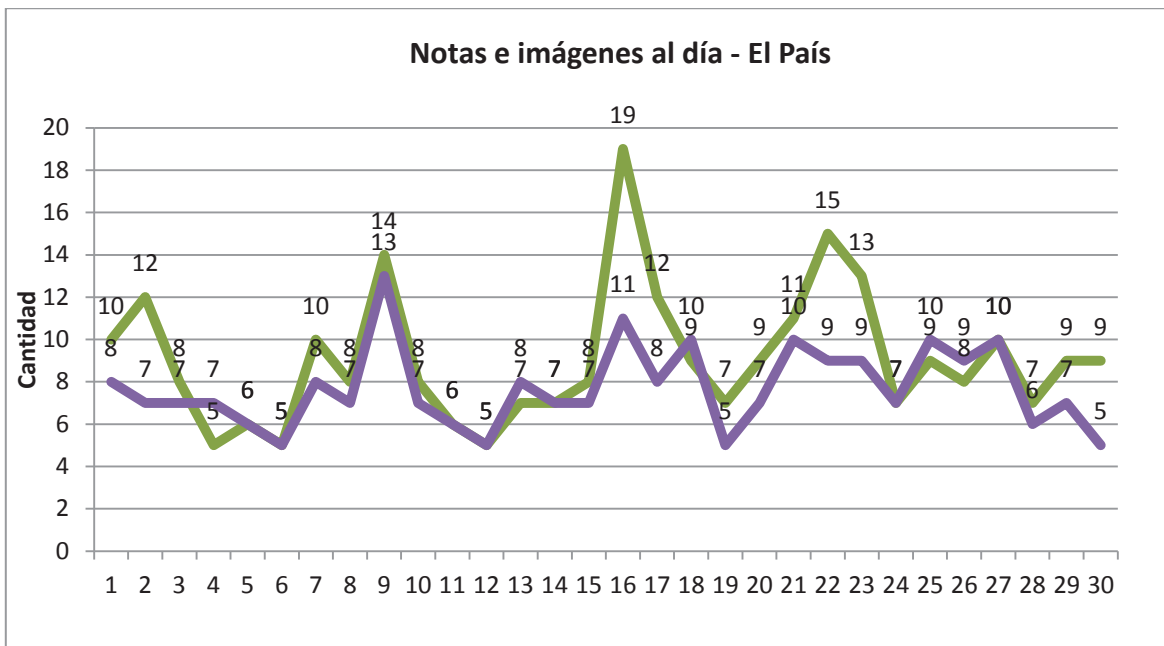
**Fuente: Elaboración propia.**

La relación de las notas con respecto a la cantidad de imágenes se encuentra regularmente equilibrada. Como puede apreciarse en el gráfico, el diario *El País* realiza diariamente un total de entre 8 a 10 notas de diversos géneros en la sección cultura.

Las imágenes que acompañan a los textos nunca son demasiados, por lo que se puede decir que las imágenes son parte complementaria al texto, mas no la parte central de la noticia. La cantidad de imágenes por día varía entre 7 y 8.

Al unir ambos gráficos, se aprecia la existencia del equilibrio entre las notas y las imágenes: en algunos días se publican en promedio una imagen por cada nota por lo que cumple con la formalidad de la redacción periodística: un texto y la imagen que acompaña.

### f) Gráfico 6:

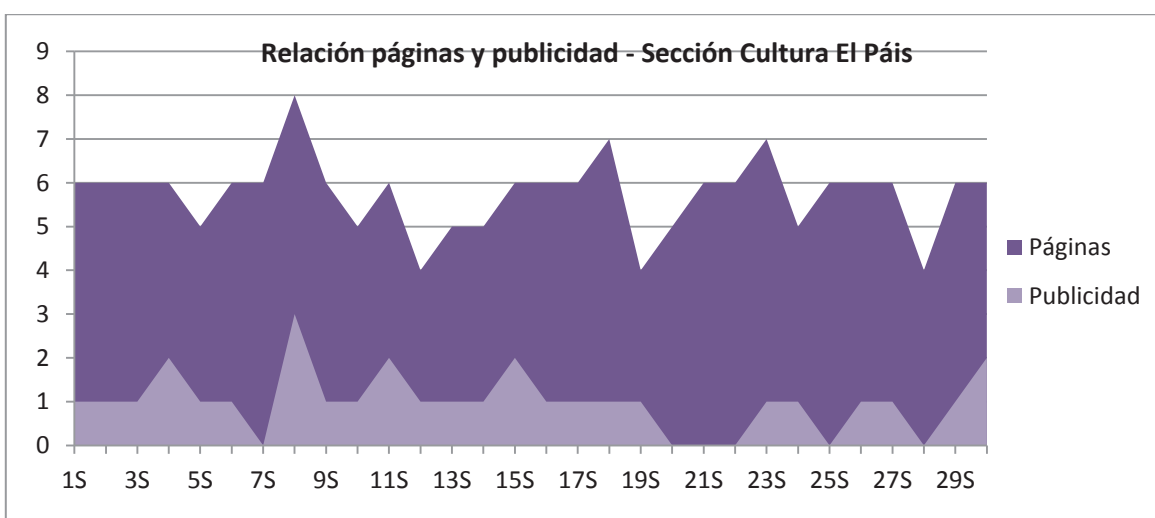


**Fuente: Elaboración propia.**

En el caso de la publicidad que se incluye dentro de la sección, El País ha demostrado no darle mayor importancia a los anuncios dentro de la sección, por ello la cantidad de publicidad más alta fue la del día 8 de Septiembre de 2016, en la que se publicó 3 páginas completas de publicidad externa.

En relación con la cantidad de páginas, también se destaca la gran diferencia entre la cantidad de páginas de solo publicidad con las páginas con contenido cultural:

**g) Gráfico 7:**



**Fuente: Elaboración propia.**

### 3.2. Análisis de Portadas y/o notas de apertura de sección/suplemento

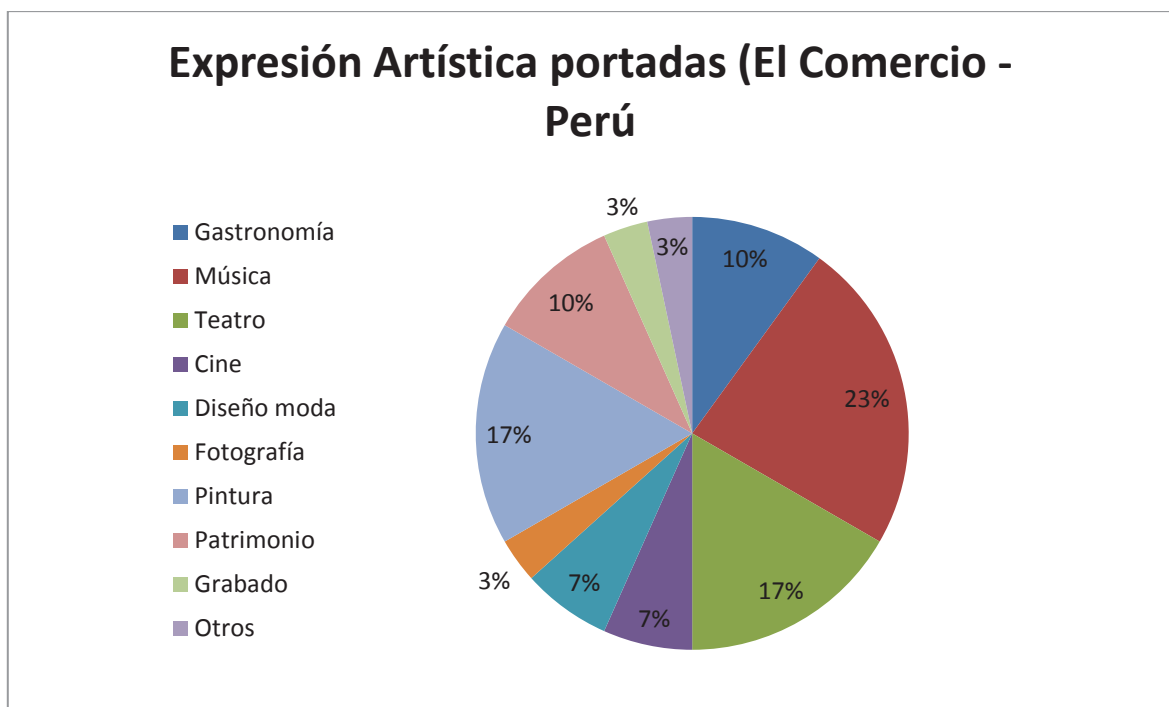
#### CASO 1: El Comercio

En el caso del diario *El Comercio*, se ha realizado el análisis de las portadas del suplemento “*Luces*” y “*Escape*” (suplemento publicado los jueves en lugar de *Luces*) para identificar las principales características existentes.

La importancia del análisis de la portada radica en mostrar qué es lo primero que el medio de comunicación da a conocer en este ámbito, qué es lo que consideran la “noticia más importante” del día. En el caso del diario *El Comercio* de Perú el 23% de las portadas pertenecen a expresiones culturales pertenecientes a la categoría “Música”; mientras que un 17% corresponde a artes como “Pintura” y “Teatro”. Debe destacarse que durante este mes, las expresiones culturales que fueron merecedoras de ocupar la “primera plana” del suplemento han sido variadas.

Por otro lado, en el caso de “gastronomía”, podemos apreciar que existe cierta atención a esta expresión cultural; aunque también se deba a que durante este mes se llevó a cabo un importante festival culinario llamado “Mistura”.

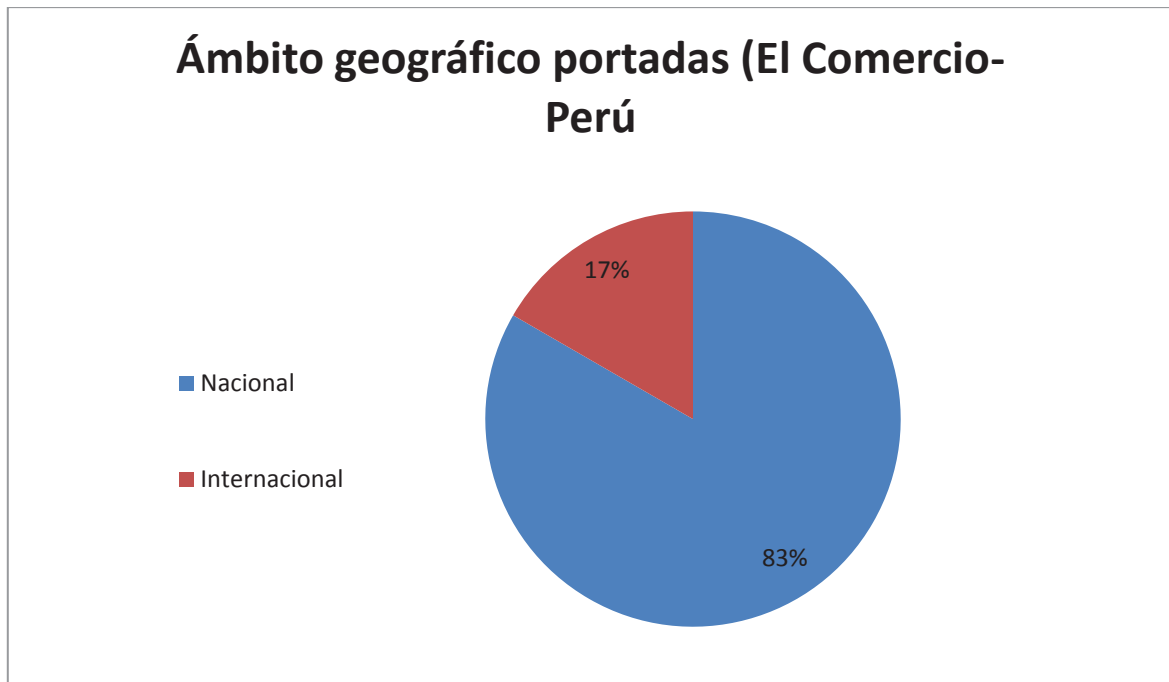
#### h) Gráfico 8:



**Fuente: Elaboración propia.**

En cuanto al ámbito geográfico, la mayoría de noticias en portada son nacionales, solo el 17% de las noticias trataron de acontecimientos de otros países del mundo. Esto afirma la importancia que toma el medio a las noticias culturales nacionales.

**i) Gráfico 9:**

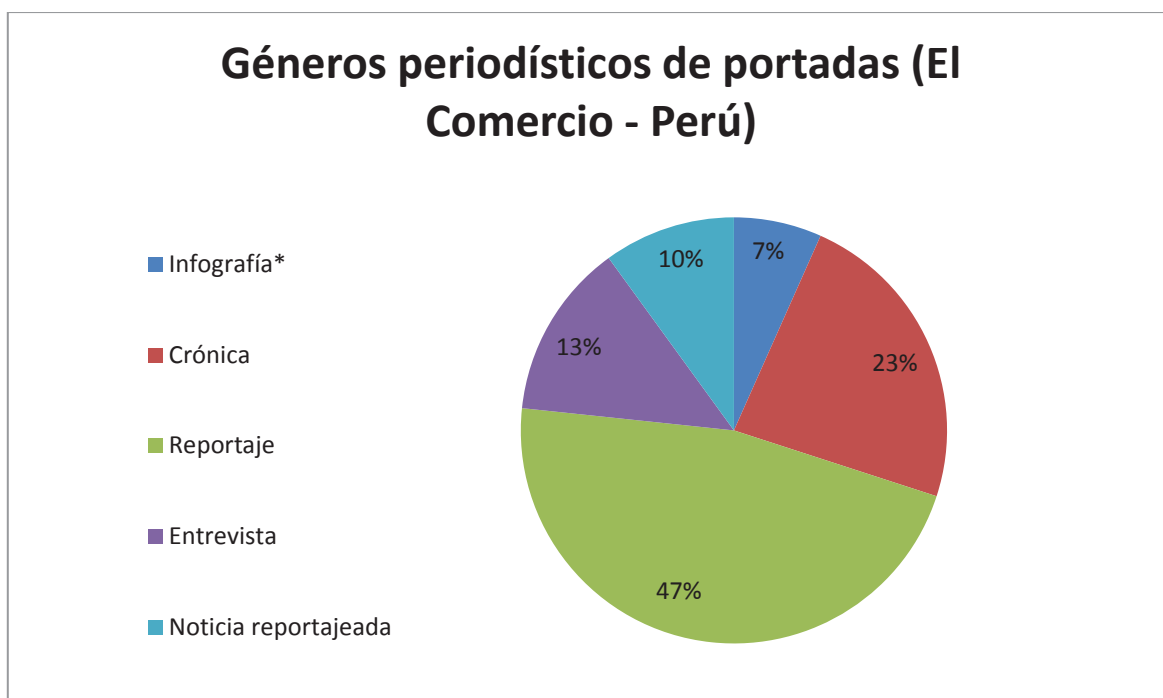


**Fuente: Elaboración propia.**

En cuanto al género periodístico, el 47% de las noticias del diario peruano que han sido destacadas en la portada son “reportajes”. Podemos deducir entonces que por lo menos la mitad de las noticias que se destacan en la portada son del género interpretativo; además, llama la atención el no encontrar ninguna portada con noticias que se desarrollen con el género de opinión.

Algo que es necesario resaltar es la existencia de la infografía usada como género informativo. *El Comercio* demuestra darle importancia al uso de este recurso gráfico sin ningún complemento adicional; destaca la noticia solo usando la infografía. Y se puede deducir que es usual para el medio utilizarlo de esta manera ya que representa un 7% de las portadas, de las noticias más destacadas.

j) Gráfico 10:



**Fuente: Elaboración propia.**

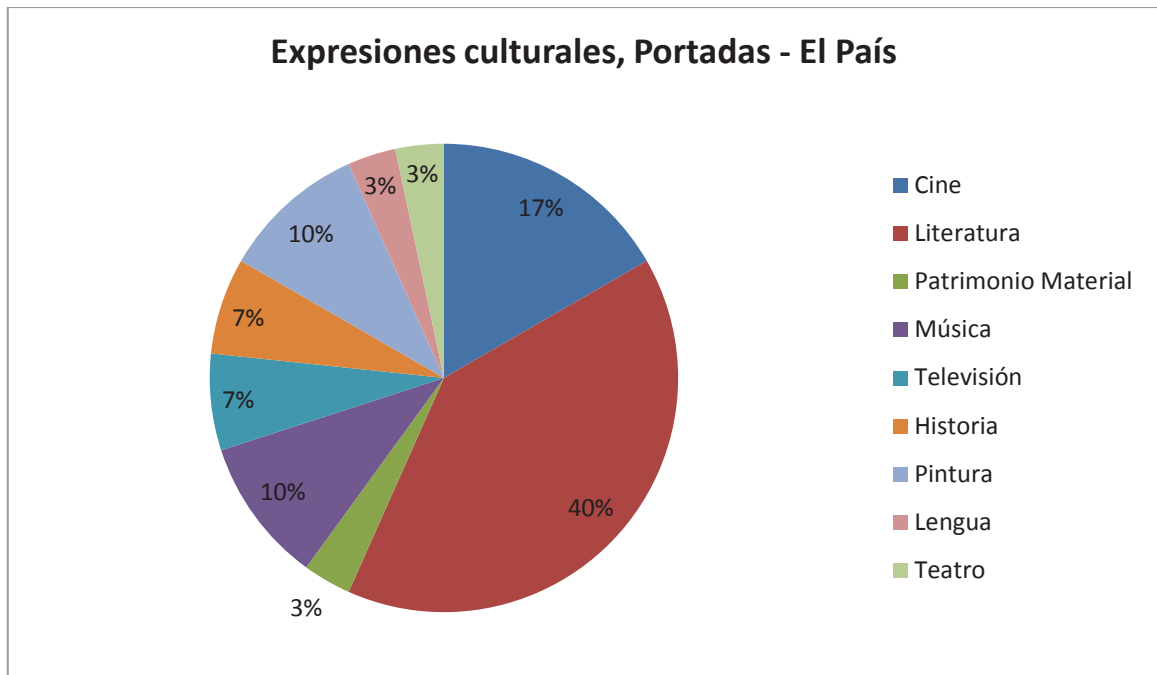
**CASO 2: El País:**

En el caso del diario español El País, debido a que el formato en la presentación de la sección cultural no es como la del diario peruano (que se presenta como suplemento), se analizará las “notas de apertura” de sección. Cabe destacar que esta sección se publica todos los días sin excepción, diferenciándose de los suplementos culturales que El País imprime junto al cuerpo principal. Es así que algunos días, los lectores pueden conocer más del mundo cultural a través de suplementos semanales como Babelia, El Viajero, Ideas.

Realizando el análisis en las noticias de apertura, se puede identificar como que la mayoría de ellas tienen como objeto noticioso la expresión cultural “literatura” con un 40%. En segundo lugar, se aprecia que el 17% son de “cine”, recordando también que esta cantidad puede ser resultado de la presencia de un evento cinematográfico importante como “El Festival de San Sebastián”.

Entre las actividades culturales que han sido destacadas también podemos encontrar “música” y “pintura”.

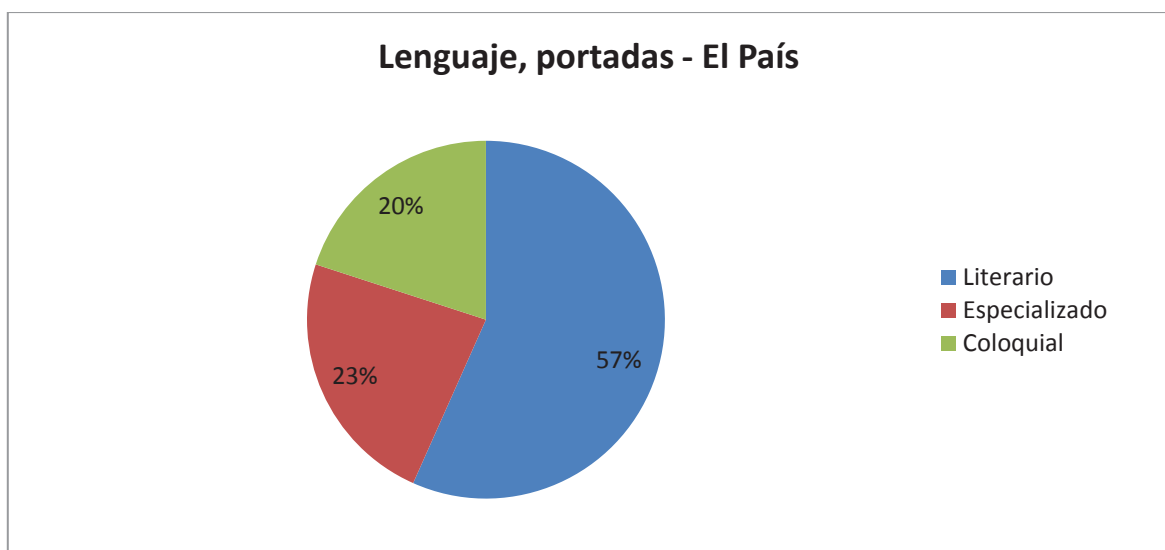
k) Gráfico 11:



Fuente: Elaboración propia.

Otra característica que llama la atención de las notas de apertura es que la mayoría de los textos resaltados utiliza un lenguaje literario; por lo que se puede decir que colabora con el enriquecimiento léxico de los lectores. A diferencia del diario peruano, el lenguaje usado por el diario El País mantiene un nivel estándar comprensible.

l) Gráfico 12:



**Fuente: Elaboración propia.**

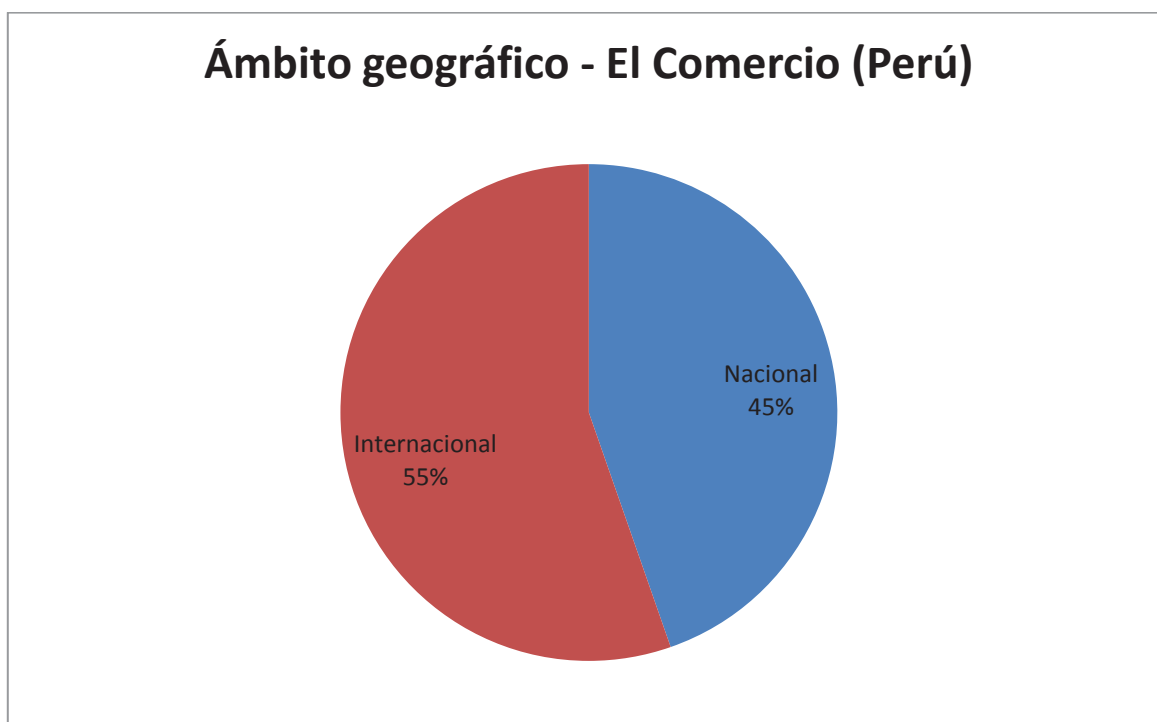
Finalmente, se analizó también la procedencia geográfica de las noticias. El País dedicó igual cantidad de portadas a las noticias nacionales e internacionales a pesar de que eventos importantes de talla internacional tuvieron lugar en España durante ese mes.

### **3.3. Análisis de texto / nota interior**

#### **Caso: El Comercio**

Durante setiembre, el diario *El Comercio*, a través de su suplemento cultural “Luces” y “*Escape*” (en reemplazo de *Luces* los jueves) realizó un total de 1142 notas culturales de diversos géneros periodísticos y sobre diferentes actividades culturales. El 55% de las notas son del ámbito geográfico internacional, mientras que un 45% de ellas son nacionales. Aunque la diferencia es poca, se confirma que el suplemento contiene más información internacional que nacional.

#### **m) Gráfico 13:**



**Fuente: Elaboración propia.**



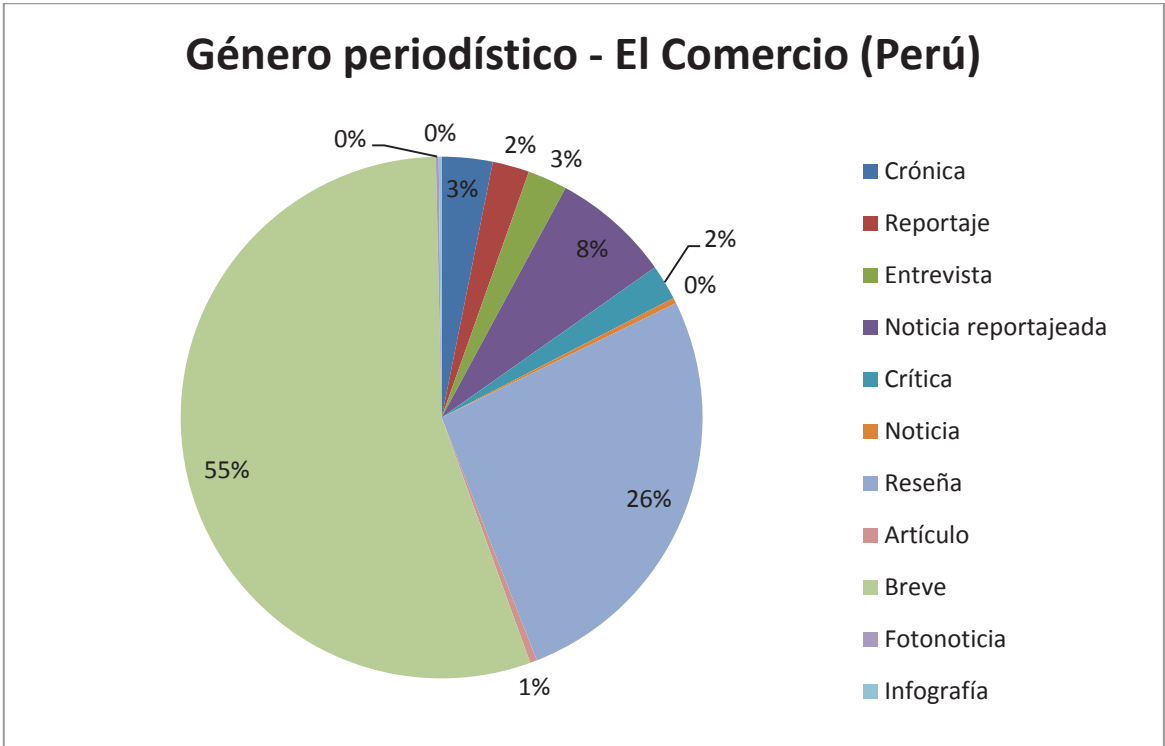
Por otro lado, al revisar los géneros periodísticos nos encontramos con un panorama muy interesante: el 55% de las notas que se realizan son notas breves, es decir, notas con reducida intervención periodística que relata brevemente un hecho.

Esto se debe a que la gran mayoría de notas analizadas son pequeñas informaciones con imagen en su gran mayoría sobre temas como cine, teatro y televisión en la cual se relata brevemente la actividad cultural que se presenta o se realizará. Esto nos muestra que el suplemento cultural de *El Comercio* “bombardea” de información al lector con eventos culturales sin mayor profundidad ni interpretación. Se puede decir que la gran cantidad de estas notas dan la característica al suplemento de “Agenda cultural”, ya que en estos formatos solo se da la información de los eventos culturales que se realizan ese día.

Es posible que sea esta la razón por la cual muchas de las informaciones dadas por *El Comercio* son repetitivas; es decir, por ejemplo, una nota breve sobre una obra teatral en temporada abierta es publicada día tras día (con poca modificación entre una y otra nota) como recordatorio de que esa actividad se está llevando a cabo en ese momento. En resumen, se lleva a cabo una gestión de información tipo agenda.

El segundo mayor porcentaje de noticias lo tiene el género “reseñas” con un 26% de las notas. Igualmente como la noticia breve, considero que se ha dado un mal uso de este género periodístico para relatar de qué trata, en su mayoría, una cinta audiovisual (documental, película, serie, etc.) Aunque se trate de llamar la atención del público comentando de qué trata el producto cultural, la información sigue siendo muy corta y limitada. Asimismo, muchas de estas reseñas no tienen autoría como la mayoría de estas notas, lo cual se detallará más adelante.

**n) Gráfico 14:**



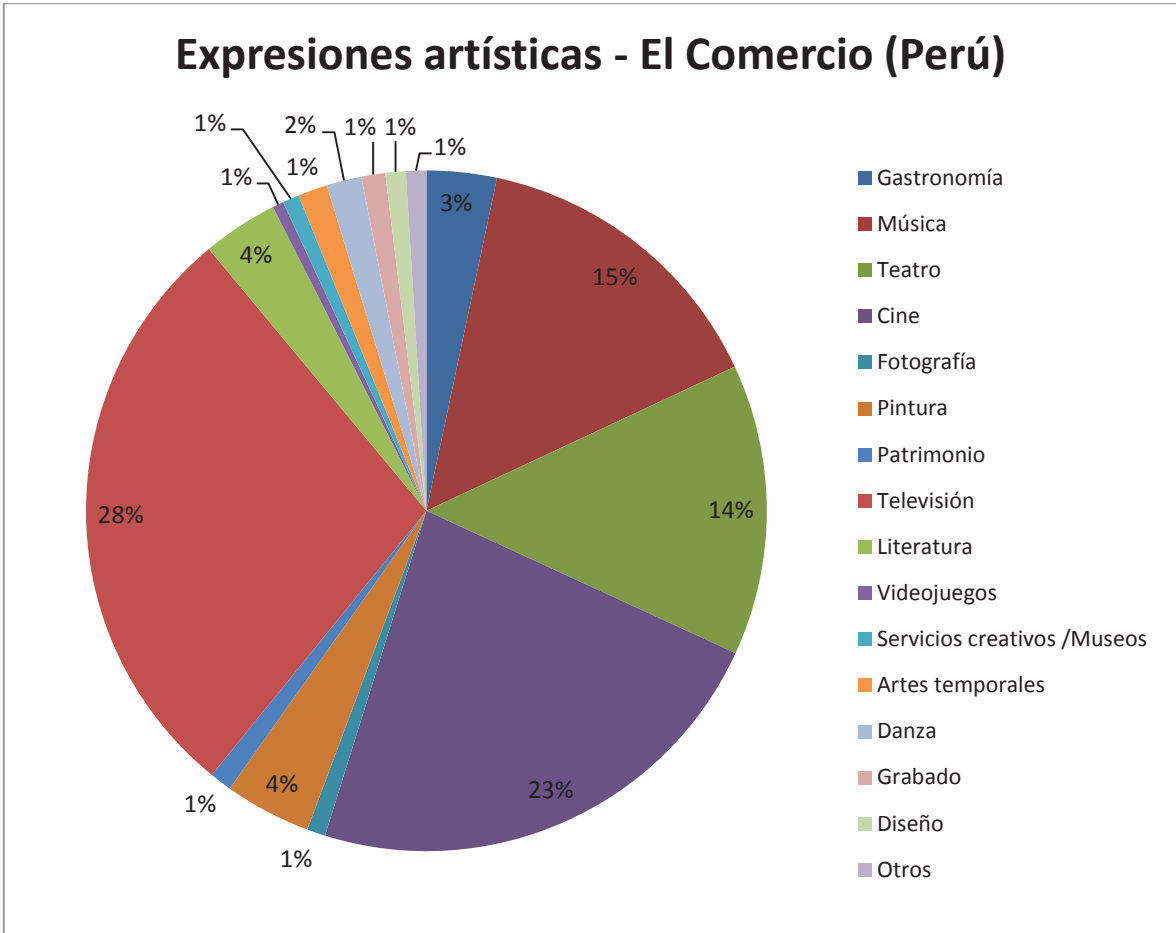
**Fuente: Elaboración propia.**

Seguidamente, se aprecia los demás géneros periodísticos en menor grado: noticia reportajeada (8%), crónica y entrevista (3% cada uno) etc.

Aunque pueda ser alarmante el gráfico, ya que se deduce que el nivel informativo es el que abunda, es importante destacar que es una gran cantidad de notas las que se han analizado por lo que las proporciones resaltan más.

En cuanto a las expresiones artísticas podemos ver que el interés por tratar temas diversos es significativo, aunque se pueden evidenciar algunas tendencias: Los temas sobre el ámbito televisivo ocupa el primer lugar con un 28% de las notas publicadas; en segundo lugar, se encuentra cine con 23%, seguido de música (15%) y teatro (14%).

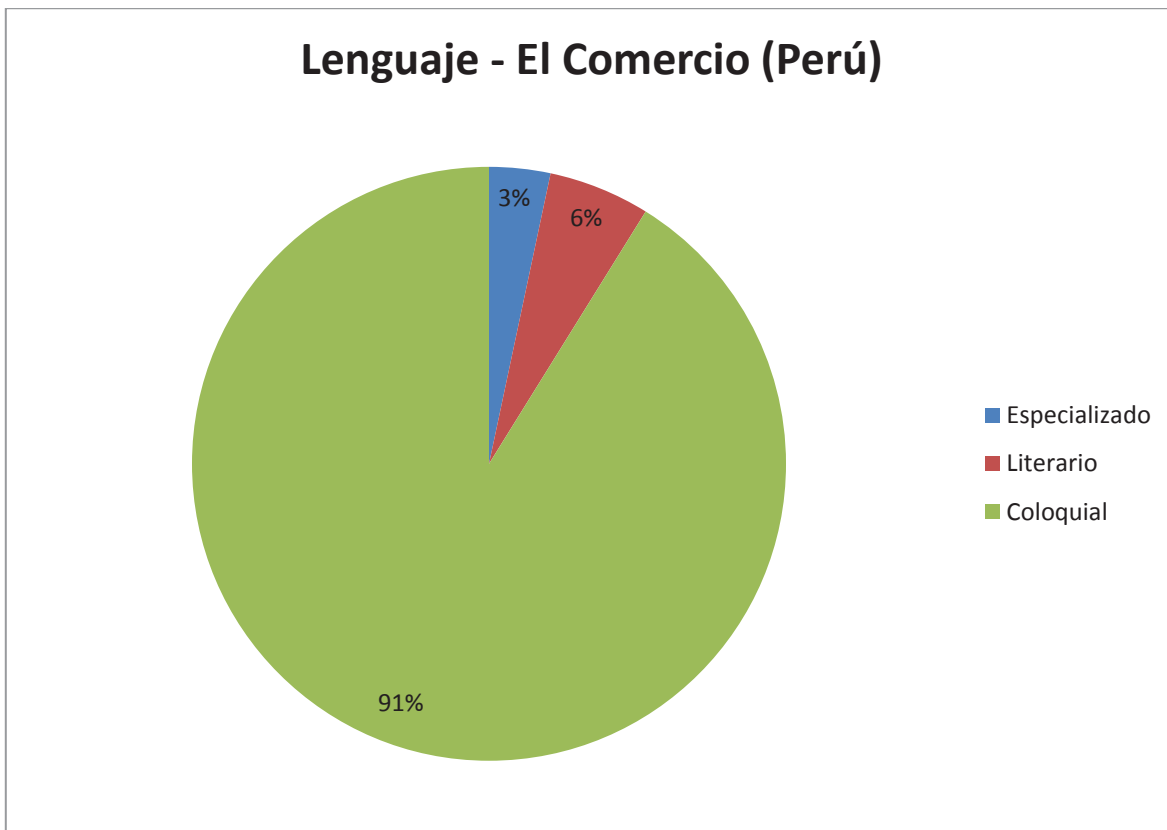
**o) Gráfico 15:**



**Fuente: Elaboración propia.**

Podemos deducir de estos primeros porcentajes, que el suplemento apuesta más por todo lo que es audiovisual, dejando muy de lado a otras expresiones artísticas como la Literatura, Fotografía, Arquitectura y otros. Finalmente debemos destacar otra variable importante: el uso del lenguaje.

**p) Gráfico 16:**



**Fuente: Elaboración propia.**

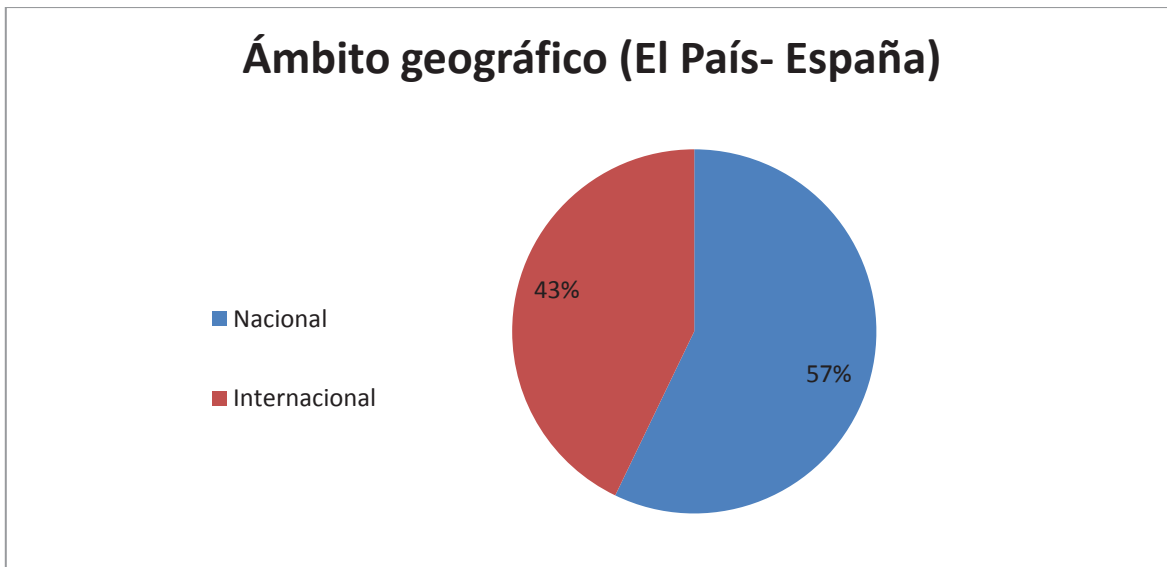
Tal como el gráfico muestra, el suplemento básicamente está compuesto por un uso del lenguaje coloquial; en cierta medida informal. Se puede comprender que debido a que la población mayoritaria carece un nivel educativo alto, los medios intenten estar más cercanos a ellos a través de un lenguaje cotidiano. Sin embargo, esto no es razón suficiente para no colaborar con la mejoría del nivel de comprensión lectora de los usuarios.

Además, es importante poder mantener un nivel de lenguaje alto para aquellos lectores que sí tienen un alto nivel educativo, ya que si no se refuerza, no solo se pierden estos lectores, sino que no se demuestra la calidad de redacción de un medio con una amplia trayectoria, como la tiene *El Comercio* de Perú.

#### **Caso: El País**

Durante setiembre, el diario *El País* realizó un total de 273 notas culturales de diversos géneros periodísticos y sobre diferentes actividades culturales. El 57% de ellas son informaciones nacionales y el 43% “internacionales. Aunque hay cierto equilibrio entre la procedencia de las noticias, se puede decir que el diario no descuida el ámbito nacional.

q) **Gráfico 17:**



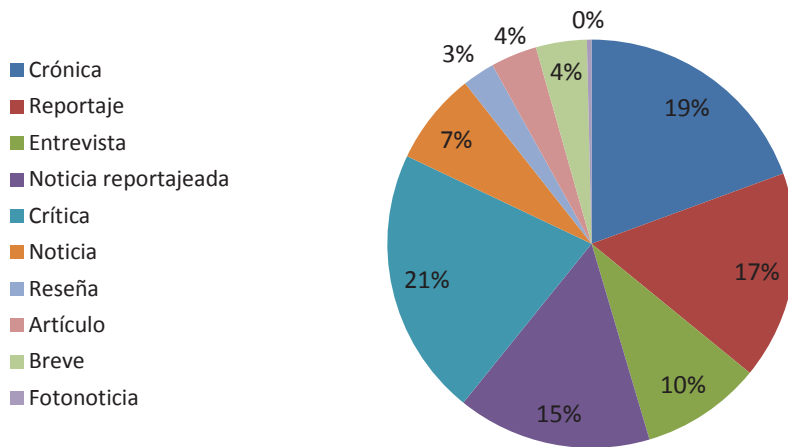
**Fuente: Elaboración propia.**

En cuanto a los géneros periodísticos, *El País* ha demostrado utilizar gran variedad de estos, siendo los más usados la “crítica”, la “crónica” y el “reportaje”. En el caso de crítica, se infiere que el uso creciente de este género es debido al “Festival de San Sebastián”, por lo que diversos periodistas redactaron críticas cinematográficas o reseñas sobre las cintas. Sin embargo, pasada la temporada del festival, la crítica ha sido regularmente utilizada principalmente para tratar sobre producciones nacionales.

La crónica también es un género usado comúnmente por este diario, gracias a la libertad que brinda al periodista en cuanto a redacción.

r) **Gráfico 18:**

## Géneros periodísticos (El País -España)



**Fuente: Elaboración propia.**

Es relevante señalar que existe un dominio del uso de géneros interpretativos ya que estos equivalen el 45% de las noticias totales; mientras que los géneros informativos y de opinión se realizan prácticamente en igual cantidad.

s) **Gráfico 19:**

## Uso de géneros periodísticos - El País

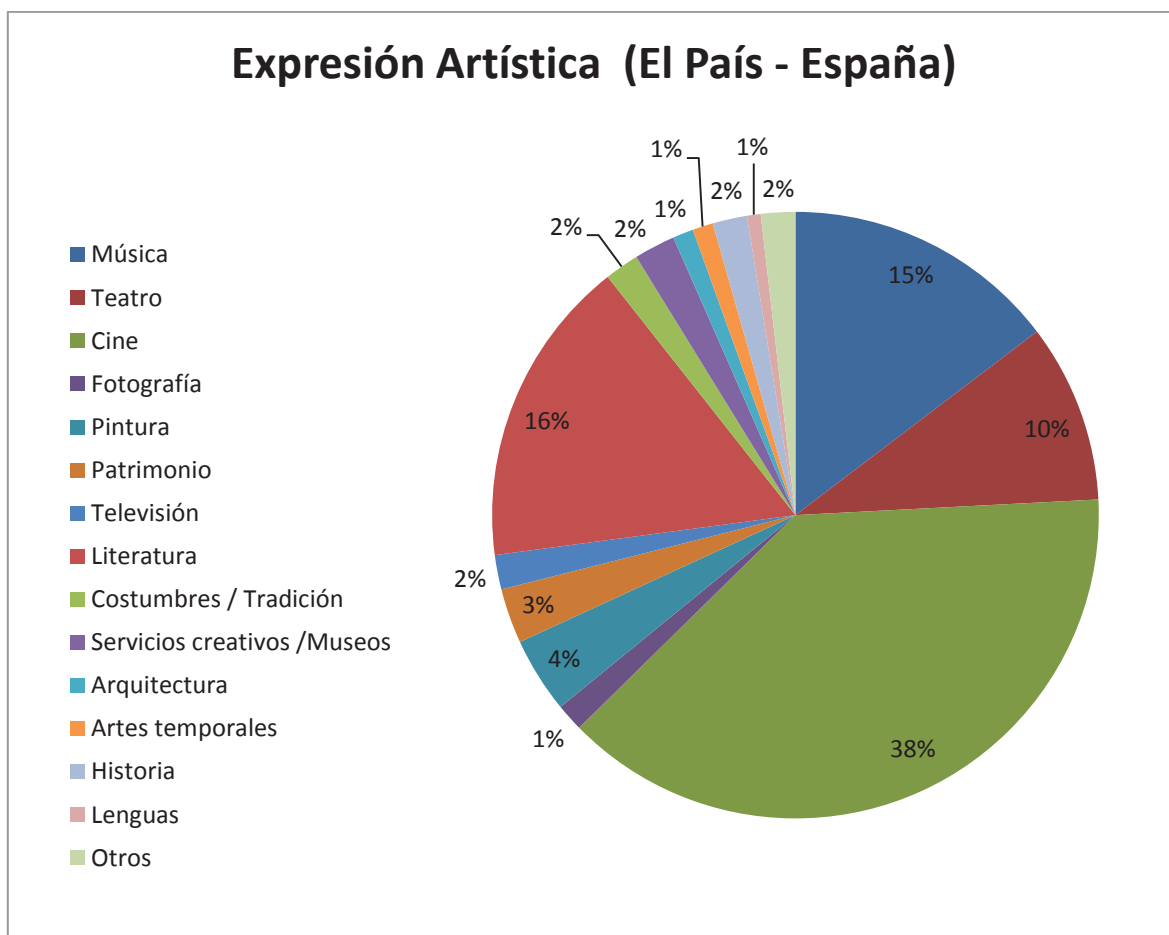


**Fuente: Elaboración propia.**

A diferencia del diario *El Comercio*, *El País* utiliza la infografía como recurso gráfico de apoyo. Durante este mes se encontró una infografía pequeña que complementaba una nota, pero el diario no considera su uso tanto como el diario peruano.

Por otro lado, las expresiones artísticas que más se han cubierto durante este mes son “cine” con un 38%, “literatura” con 16% y música con 15%. Cabe señalar que durante este mes se realizó un importante evento en España: El festival de cine de San Sebastián (del 16 al 24 de setiembre), lo que justifica un incremento de las notas sobre cine. No obstante, la variedad de temas en las notas sigue siendo amplia.

t) **Gráfico 20:**



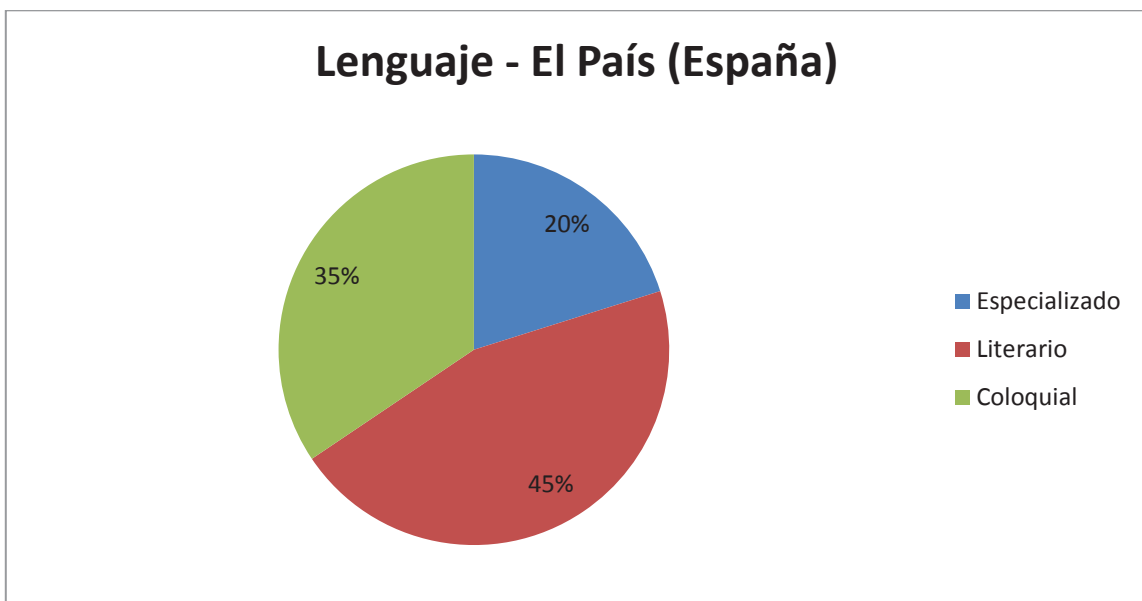
**Fuente: Elaboración propia.**

Esta variedad de expresiones artísticas colabora con ampliar el interés de los lectores hacia otras formas de actividad cultural. En el caso de cine, se destaca la existencia de reseñas de

cintas nacionales lo cual aporta no solo al conocimiento del ámbito cinematográfico, sino genera mayor acercamiento del público con las producciones nacionales.

Finalmente, en cuanto al lenguaje se aprecia que aunque la mayoría de notas han sido escritas mediante el uso de un lenguaje coloquial- estándar (45%), no se ha dejado de lado el uso del lenguaje literario (35% y especializado (20%).

**u) Gráfico 21:**



**Fuente: Elaboración propia.**

Usualmente, el uso del lenguaje literario es debido al uso de géneros como la crónica, con la cual el periodista puede explorar nuevas formas de comunicación con ayuda de recursos literarios para captar mayor atención posible del lector. Es interesante saber que a pesar de que se usa un lenguaje coloquial, la sección cultural también brinda la posibilidad de leer con mayor riqueza léxica. Asimismo el lenguaje especializado destaca por su uso ya que significa también que la sección cuenta con profesionales altamente calificados que redactan con la mayor autoridad y el pleno conocimiento sobre el tema a tratar. Este rasgo es importante ya que da mayor credibilidad y prestigio al medio.

### **3.4. Comparativa de medios: El Comercio y El País: Luces vs Cultura**

Luego de revisar las características generales de cada diario, se ha podido corroborar lo siguiente:



A) Gráfico 1: Portada “Luces”, diario El Comercio (Perú), viernes 30 de Septiembre 2016.



# La fiebre no baja

## Arde la pista de baile

En "Fiebre de sábado por la noche", los nietos de John Travolta asaltan la discoteca. La versión peruana del musical se estrena mañana.

CINABURGUEÑEZ

**P**antallón campana. Camisa de cuello ancho almidonado. Peseos cortos, específicos, musicales. El muchacho camina por las calles de Brooklyn mirando chicas. Estamos a inicios de los años 70, los jóvenes están un poco hartos de la República de las Flores, Woodstock y Altamont. Esta es una generación se sentera de ideologías que no lee a Rimbaud, no le interesan las meditaciones, la pansesualidad ni la expansión de la mente de Timothy Leary. Lo único importante es entrar a una disco, embriagarse y bailar.

Como Tony Manero, muchacho apesno que mitiga su aburrido trabajo como vendedor de pinturas dejándose amarallar por las flambes de la discoteca 2001 Odyssey en "Fiebre de sábado por la noche". Faltan pocos años para que la música disco sea dinamitada por el punk (1979) y de lo que ahora se trata es de sacarle partido a la noche. Concretamente a Stephanie Mangano, con quien emprenderá una relación profusa de conflictos raciales, drogas y poca violencia mientras lo bailan. Esto en la película, claro, porque en el musical para teatro se eliminan de la trama de cara a un espectáculo familiar y, ciertamente, muy exitoso desde que debutó en 1996 en el West End londinense.

¿Cuánta diferencia hay entre la adaptación y el libreto original de Nan Knighton? Responde Henry Gurmendi, productor de la versión peruana de musical: "La versión de 1999 de Nan Knighton es muy similar a la adaptación para el teatro de Robert Stigwood y Bill Oka. Presentaremos una escrita por Sean Cernoney David Abbotanni para Theatrical Rights Worldwide, basada a su vez en el libreto original de filmes, periodos desarrollando más historias paralelas. Los días finales de

copyright verifican desde las audiciones hasta el número de butacas y los porcentajes de taquilla".

Responsable de "Grease", "Annie" y "Avenida Q", Gurmendi ha levantado una "discoteca" -un club de "downtown" para el sesentón donde pone scenery bailar durante dos horas claudas a Titi Alcántara, Sergio Lois, Gato Pesaresi, Leslie Shaw, Julián Zuñiga, Miluska Echevarría, Tiler Cavero, Jato Herrera y Fernando Pisco. "Nos dieron el permiso para presentar la obra y hacer una nueva adaptación al español del libro y las canciones. Escuchar los maravillosos temas de los Bee Gees en español le da un valor agregado al espectáculo".

Así las cosas, el subyugante arsenal sonoro que repiten: "Sobreviviendo", "Disco inferno", "Tenemos que bailar", "Más que un hombre" o "Cuán profundo es tu amor" convocan de manera irrenunciable a bailar de colores y regresar por un buen momento a los sonidos que tanto encicla de los años 70 gracias al inolvidable fabate de los hermanos Gibb.

“Escuchar los temas de los Bee Gees en español le da un valor agregado al espectáculo”.

Henry Gurmendi  
Productor

### Más información

Lugar: Teatro Mario Vargas Llosa. Dirección: Au. De la Poesía 160, San Borja. Estreno: Sábado 1 de octubre. Entradas: Teleticket.



El musical en el Perú  
El arte de cantar y bailar sobre la marquesina

Es altamente probable que el teatro musical en el Perú haya empezado con la zarzuela, especie de paralelo inmediato con la ópera neoyorquina "The Black Crook", musical fundacional y pereceleza (12 de setiembre de 1866). Pero se afirma en los años 70, cuando un visionario Osvaldo Cattone adapta clásicos como "My Fair Lady" ("Mi muñeca favorita", 1976), posicionándose junto a Regina Alóver como la pareja símbolo del musical limeño.

Titulos como "Aleluya, Aleluya" (1976), adaptación de "La novicia rebelde", "Gigi" (1977-1978), "El diablo que viene" (1982-1983) o "El hombre de La Mancha" (1988) reafirman la audacia de Cattone. Luego aparecerá Homero Paredes con su versión de "Mary Poppins" y, a mediados de los 80, con "Hello Dolly", el clásico neoyorquino por excelencia en el desaparecido teatro Montecarlo, presen-



En 1987 y 1988 Osvaldo Cattone metió en Lima el musical "Annie".



Gieta Perico de León protagonizó "Cabaret" en el 2009.

guntado por la carismática Lola Vilar.

En 1987 y 1988 el Teatro Marsano consolida "Annie", de Meehan y Strouse. Cuando llegan los años del terror, nuestras marquesinas languidecen y no es sino hasta fines de los 90 cuando la Asociación Cultural Preludio resurge el teatro musical con "La novicia rebelde", protagonizada por su directora Denise Dibós. "El musical", "La cooperación", "Jesucristo Superstar", "El jardín secreto" -"Cabaret", "Chicago" y "El chico de Oz" reafirman su protagonismo.

En el 2003 la Asociación Cultural Escuela D'art pone "La bella y la bestia", "High School Musical", etc. Los Productores, de Juan Carlos Fisher, presenta "En el barrio" y "Mamma mia", Teatro La Plaza, Tondero Producciones, La Gran Manzana, Clap Clap, Broadway Perú o Primer Nivel Entertainment son productores muy jóvenes que revitalizan el género.

C) Nota de apertura, sección Cultura, diario *El País* (España) sábado 24 de Septiembre 2016.

Sábado 24 de septiembre de 2016

EL PAÍS 29

CULTURA

# La pasión por el detalle del cronista Gabo

Luzangela Arteaga, la periodista que colaboró con el Nobel en los reportajes para escribir 'Noticia de un secuestro', recuerda el proceso del libro a los 20 años de su publicación

JAVIER LAURENTE. Bogotá. Darío Arizmendi, por aquel entonces y todavía hoy director de GFM, de Caracol Radio, cogió a una ni triniguera Luzangela Arteaga, la retiró de la cabina del programa y le soltó sin miramientos: "Yo soy muy amigo de Gabo; está preparando algo especial, no sé qué, pero me pidió a una persona detallista, reservada, alguien especial. He pensado en ti. Te vas mañana para Cartagena".

Así, con un golpe seco, entró en mi vida el maestro.

Arteaga ocurrió, en una tarde del cálido otoño bogotano, ya con 51 años, cómo llegó a la ciudad del Caribe colombiano, marcó el teléfono que le había dado Arizmendi y se dirigió a la casa "absolutamente blanca" de García Márquez. Aquel día se encontró con alguien "muy serio, amable, enteramente diferente de lo que fue en adelante". El Nobel le invitó, directamente, a ponerse manos a la obra: "Mira, en esto estoy trabajando", le vino a decir antes de leerle lo que sería el esbozo del primer capítulo de su próxima obra, *Noticia de un secuestro*, de cuya publicación se cumplirán 20 años ahora. En los 24 meses siguientes, Arteaga sería la sombra en la reportajería con la que Gabo regresaba al periodismo.

En octubre de 2013, Mariuja Pachón y su marido, Alberto Villamizar, le habían propuesto a García Márquez escribir un libro a partir de la experiencia de ella durante su secuestro de seis meses dos años atrás. El escritor tenía bien avanzado el primer borrador cuando se percató, como cuenta en la introducción de la crónica, que no tenía sentido desvincular aquel rapto de otras tuercas que ocurrieron por aquel entonces en una Colombia agitada por el narcotráfico y supeñadada a los desmanes de Pablo Escobar, persona le implícito en toda la obra.

**Saberlo todo**

Es en ese instante cuando el desempeño de Arteaga, muy tanta a la hora de hablar del libro en estos 20 años, se hace fundamental. "Aquél día, en su caso, me contó los detalles interminables que quería narrar", recuerda la periodista. "Para él fue un regalo maravilloso que todos los protagonistas de algo tan espantoso abriesen su corazón y se lo entregaran". Pero no era suficiente. Gabo quería más. "Necesitaba ambientar lo que le contaban, lo de atrás, saber cómo iba hacia los señadores que había, las balas que disparaban, quería saberlo absolutamente todo. Ese fue mi tarea en los dos años siguientes".

Después de hacer interminables entrevistas, donde Gabo, como recuerda Mariuja Pachón, iba y venía para sonsear cada uno de los detalles a los personajes, su prima hermana y secretaria privada, Margarita, transcribía los horas de grabación. Después, se reu-



Gabriel García Márquez leyó un aula clase de la Escuela de EL PAÍS en 1996 fragmentos de su libro *Noticia de un secuestro*. Abajo, uno de los documentos del trabajo de campo que empleó la periodista Luzangela Arteaga cuando ayudó al escritor en su investigación. (Foto: LAURENTE)



nió con Arteaga. "Un encuentro con el maestro era sincrónico de tarea para dos meses". Ambos se sentaban a revisar los apuntes sobre la transcripción, a hablar de los escenarios, de los detalles. Siempre los detalles. Fue ahí cuando Arteaga se percató de la grandezca del Nobel. "No había espacio para la duda y si la había, se aclaraba hasta verificarlo. Si no lo conseguíamos, no se incluía".

La minuciosidad de Gabo no tenía límites. "Quería ir a la casa donde llevaron a Mariuja y a Beatriz, quería entrar al baño. O me

terve en el carro donde las sacaron para trasladarlas al lugar en el que se encontraron con Mariuja. Le habían contado, como refleja en el libro, que podían respirar y ver los pajaritos. Él quería saber hasta dónde. Inauguré durante dos años el carro pero fue imposible", recuerda Arteaga. Aunque ahora ríe, fue un trabajo exhaustivo. "Vivía con la angustia de no tener ninguna imprecisión, tuve el cuidado de que todo lo que le enseñaba lo acompañaba con un documento", relata, mientras enseña una muestra de los papeles que

## Una fiesta de historias

Una fiesta de historias para mentes curiosas es el lema de la cuarta edición de los Premios García Márquez que organiza, desde este jueves y hasta el sábado, la fundación que creó el Nobel colombiano, con sede en Cartagena e inspirada en la Escuela de Periodismo UAM/EL PAÍS. En la recta final del plebiscito que supondrá un punto de inflexión en la historia reciente de Colombia, el periodismo absorberá durante tres días la segunda ciudad del país. Martín Barco, director del *Washington Post*, ocupa el lugar más privilegiado entre los invitados, que hablarán, obviamente, de paz, pero también de música, literatura y periodismo latinoamericano. EL PAÍS, con motivo de sus 40 años, contará con un stand, proyectará el documental sobre el 23-E y ofrecerá varios talleres de periodismo en las escuelas.

aún conservo: recetas de periódicos, de revistas, documentos, derechos de petición... No todas se usarán. Algunas eran por mera curiosidad, como los testimonios que le hizo de las novias que veía Pachó Santos, que después fue vicepresidente de Colombia, en su cautiverio.

Durante esos dos años, la joven Arteaga no podía contar nada a sus compañeros de profesión, a los que escudriñaba con algunos detalles como si se trataran de inocentes preguntas de periodista inquieto.

Las jornadas de trabajo con Gabo tenían hora de inicio pero nunca se sabía cuándo acababan. A medida que el libro se concretaba y la confianza entre ambos iba a más, los sobresaltos podían llegar en cualquier momento. Arteaga dejaba todo lo que estaba haciendo, como aquel domingo que se pasó pegada al teléfono después de dar de almorzar a sus hijas hasta bien entrada la noche. "Me llamo desde México, había estado hablando con Beatriz y le había contado el detalle del perfume que le había regalado uno de sus secuestrados y que le había dicho 'mi amor'. Estaba completamente indignado. Viví tan intensamente lo que escuché de sus protagonistas, lo llevé tan adentro que sintió la misma ira y frustración".

Arteaga ha querido a desamparar por la ingente documentación que guarda. Hablará de ello el próximo jueves en Medellín, durante los premios que organiza la Fundación García Márquez para el Nuevo Periodismo Iberoamericano, creada por el escritor. Será una forma de celebrar el vigésimo aniversario de la crónica que leyó por primera vez ante un grupo de estudiantes de la Escuela de EL PAÍS, en Madrid. Aquellos dos años fueron una lección de periodismo que Arteaga no olvidará. Como tampoco uno de sus últimos encuentros con Gabo. Al poco de publicarse *Noticia de un secuestro*, le encargaron a Arteaga hacerle una entrevista al autor. Llegó, se saludaron cariñosamente y le contó la comedia:

—Uy, yo no le voy a contestar a usted más preguntas; le dije entre risas.

—Maestro, al menos no me puede culpar por intentar!

—No, le hubiese cubierto si no lo hubiese hecho.

En primer lugar, existe una clara diferenciación del uso de los formatos de los diarios para tratar el ámbito cultural. Mientras que el diario *El Comercio* ha optado por un suplemento diario; *El País* mantiene el tradicional uso de la sección cultural dentro del cuerpo del periódico. Ambos, publican fuera de las secciones analizadas otros productos periodísticos que tratan de temas culturales: semanalmente en el caso del diario peruano se publica suplementos como Domingo; y el diario español publica otros suplementos como Babelia.

La cantidad de páginas dedicadas a las noticias culturales varía. Mientras que *El País* dedica a la sección cultural un promedio de 6 páginas; el diario peruano publica 16 páginas diarias sobre cultura. De igual forma, la importancia de la publicidad dentro de las secciones es variable: mientras que *El País* demuestra no dar mayor énfasis a la inserción de anuncios dentro de la sección; *El Comercio* incluye siempre publicidad.

Otro detalle es la cantidad de notas e imágenes que se publica en cada diario: *El Comercio* ha demostrado transmitir grandes cantidades de información; mientras que *El País* realiza publicaciones amplias pero en menor cantidad. Pero la información que publican tiene algunas características: en *Luces*, la mayoría de géneros utilizados son netamente informativos.; en cambio, en el diario *El País* existe una variedad del uso de géneros periodísticos (se utilizan los tres diferentes tipos de géneros y ninguno pasa el 50%).

Por otro lado, la información, es repetitiva en *Luces*. Algo que se ha observado en diferentes días en el diario peruano es que muchas de las noticias breves y reseñas sobre, por ejemplo, “cine” se han repetido en diferentes días. En el caso español, las críticas sobre cine o literatura no se repiten; es decir, una vez publicada una reseña o crítica sobre ello, no vuelve a realizarse otra.

Al revisar el contenido tanto del suplemento peruano como de la sección cultural española, la primera gran diferencia que notamos es la cantidad de notas que ambos medios brindan a sus públicos. El particular caso del diario *El Comercio* muestra una sobrecarga de información, que no solo es repetitiva, sino que en muchos casos no tiene mayor relevancia cultural, sino que se sirve de un interés comercial como es el caso de las reseñas que se escriben de obras teatrales patrocinadas por el grupo económico al que pertenece el diario. Esto no ocurre tanto con *El País*; ya que a pesar de que no incluye mucha publicidad sobre productos que ofrece el grupo del diario, la información se mantiene alejada de estos

intereses; es decir, que su línea editorial no se combina con los intereses económicos que puedan existir en la empresa periodística.

Una característica que llama la atención es que al realizar un conteo de periodistas o colaboradores que han firmado alguna nota dentro de la sección cultural de cada medio, se observa una diferencia abismal entre uno y otro: a pesar que cuenta con una gran cantidad de notas e informaciones publicadas, en el diario *El Comercio* solo se han identificado durante el mes estudiado 25 periodistas o colaboradores; mientras que en el diario *El País*, considerando que tiene menor número de páginas y notas en la sección cultural a diferencia de su homólogo peruano, se ha identificado 89 periodistas o colaboradores que han firmado una nota cultural, más del tripe de personas que registra el diario *El Comercio*.

#### 4. CONCLUSIONES

Luego de realizar el análisis y observar cuáles son las diferencias entre la prensa cultural española y peruana podemos despejar y determinar si las hipótesis planteadas al inicio de la investigación son o no correctas.

La primera hipótesis plantea que la prensa cultural en España tiene mayor diversidad temática que en la peruana; pero ambos medios han tocado entre 20 y 19 expresiones culturales diferentes a lo largo del mes. En el caso de *Luces* las expresiones culturales de las que se habló más fueron televisión (28%), cine (23%), música (15%) y teatro (14%). En la sección cultural de *El País* los temas fueron cine (38%), literatura (16%), música (15%) y teatro (10%). Esto refuta la primera hipótesis, ya que ambos medios tocan diversidad de temas. En este caso, además, ambos medios toman como unas de las principales expresiones a cubrir cine y música, cuyas notas mayormente son elaboradas con géneros como “reseña”.

Algo que es importante destacar es la preferencia de los medios en la temática que toca. Ninguno de los medios toca en grandes cantidades expresiones culturales pertenecientes a la llamada “cultura popular”; al contrario, en su mayoría, ambos medios informan más sobre la “alta cultura”. Se comprende, además, la razón por la cual en el medio español hay en menor cantidad temas televisivos, ya que difunde esta información en una sección con el nombre Pantalla. En el caso del diario peruano esto no ocurre ya que en *Luces* se publican muchas noticias sobre el mundo televisivo.

Como se recuerda, una de las hipótesis planteadas en la investigación mencionaba como segunda hipótesis que la prensa cultural española usa un lenguaje más coloquial; mientras que la prensa cultural peruana tiene un lenguaje más especializado. Esta hipótesis también es refutada con los resultados del análisis: *El Comercio* tiene un lenguaje más coloquial (91% de las notas); mientras que *El País* usa mayoritariamente un lenguaje literario (45%) sin olvidar las demás formas de lenguaje: coloquial (35%) y especializado (20%).

El hecho de que el diario peruano use más el lenguaje coloquial demuestra que aunque toquen temática de alta cultura, el lenguaje que usan para informar al público es muy ameno pero no incrementa el conocimiento del lector. Otro panorama se ve en el diario

español, ya que al utilizar con frecuencia tanto un lenguaje literario como uno especializado colabora con el incremento del nivel cultural del público.

La siguiente hipótesis propone que el medio español brinda mayor espacio a la información cultural; mientras que el diario peruano no. Sin embargo, el número de páginas dedicado a la sección cultural nos dice lo contrario: *El Comercio* dedica más páginas a la sección cultural que *El País*.

No obstante, esto solo trata de la cantidad de espacio que ofrece, y como se sabe no siempre cantidad significa calidad. La gran mayoría de las notas que ofrece *Luces* es información que en muchos casos se repite días posteriores (principalmente las reseñas de las películas y actividades culturales relacionadas a obras teatrales o conciertos). Esta tendencia de repetir diariamente la información sobre un evento cultural que tiene una duración prolongada, puede ocasionar una sobrecarga de información y limita la utilidad de la sección cultural a ser una simple “agenda cultural” cuando la finalidad del suplemento cultural y de la sección cultural es ampliar los conocimientos del público sobre el ámbito de la cultura.

Otro aspecto que se concluye en el análisis, es sobre el tratamiento informativo de las noticias culturales de cada medio: Existe una gran diferencia entre el trabajo que realiza *El País* y *El Comercio* en la construcción de la sección: mientras el primero es menos gráfico, el segundo tiene como principal característica la atracción visual a través de infografía o imágenes de gran tamaño. La distribución de los textos es menos importante. Es por ello que se puede concluir que *El Comercio* más que buscar ampliar el bagaje cultural de sus lectores, busca su entretenimiento y atención a través de lo visual.

Asimismo, esta falta de interés en el trabajo textual se refleja en el uso de géneros periodísticos: en *Luces* alrededor del 90% de las notas que se publican son de carácter informativo siendo las notas breves la que más se hacen (pequeños párrafos informativos sin mayor intervención del periodista). En el caso de la sección cultural de *El País*, existe mayor variedad del uso de géneros y mayor intervención del periodista en el tratamiento de la información; es decir, los periodistas generan contenido trabajando la información tomando en cuenta las herramientas que tienen para su labor; lo que aporta en la producción de notas a través diversos géneros periodísticos. En resumen se puede decir que

también el control de calidad del trabajo periodístico es mayor en *El País* que en *El Comercio*.

Finalmente, la última hipótesis propone que la sección cultural peruana da mayor importancia a las noticias culturales del exterior que a las nacionales. Esta hipótesis se confirma aunque la diferencia entre la cantidad de notas sobre temas nacionales e internacionales no es muy grande (55% internacionales, 45% nacionales). En el caso del diario español *El País*, se presenta mayor cantidad de noticias nacionales (57% nacional, 43% internacionales); por lo que además se puede decir que aunque el diario español sea un periódico más globalizado, no descuida las noticias nacionales del ámbito cultural.

Con todo lo dicho anteriormente se concluye que para la prensa española, el periodismo cultural es una forma de llevar y ampliar el bagaje cultural de la población en la cual no solo se informa, sino que se aporta a su crecimiento. En el caso de la prensa peruana, se demuestra que el tratamiento de la prensa cultural aún no ha sido valorada del todo, siendo el periodismo cultural tratado como poco más que una agenda cultural que se limita a informar sobre actividades culturales que se realizan durante el día.



## 5. BIBLIOGRAFÍA

Asociación para la Investigación de Medios de Comunicación AIMC (2016) *Estudio General de Medios EGM. Resumen General. Febrero a noviembre 2016*. Madrid: AIMC

Escobar, I. (2009) *Conocimientos Fundamentales de la Formación Artística*. México: Universidad Nacional Autónoma de México. Recuperado: <http://plasticas.dgenp.unam.mx/inicio/introduccion/clasificacion>

García, M.; López, M.; Ruiz, M. J. (2011) *Medios de Comunicación y Cultura: ¿cultura a medias?* Barcelona: Los Libros de la Frontera.

Gomis, L. (2008). *Teoría de Géneros Periodísticos*. Barcelona: Editorial UOC.

Macalupú, P. (2014) *La ópera en la prensa peruana. Características y análisis de la información musical*. Correspondencias & Análisis, N° 4, pp. 137-150.

Ministerio de Cultura de Perú. (2012) *Lineamientos de Políticas Culturales 2013-2016*. Lima: Biblioteca Nacional del Perú. Recuperado de: <http://www.cultura.gob.pe/sites/default/files/pagbasica/tablaarchivos/11/lineamientomc.pdf>

Monjas, M. (2012) *El patrimonio cultural y su tratamiento periodístico: un análisis de la edición regional de El Mundo de Castilla y León y El Norte de Castilla*. Recuperado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/2640>

Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura. UNESCO (2014) *Indicadores Unesco de Cultura para el Desarrollo: Manual Metodológico*. París: UNESCO. Recuperado: [http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd\\_manual\\_metodologico\\_1.pdf](http://es.unesco.org/creativity/sites/creativity/files/iucd_manual_metodologico_1.pdf)

Parratt, S. (2003) *Introducción al reportaje: antecedentes, actualidad y perspectivas*. Santiago: Universidad de Santiago de Compostela.

Parratt, S. (2008) *Géneros Periodísticos en prensa*. Quito: Editorial “Quispus” CIESPAL.

Rodríguez, F. (2006) *Periodismo Cultural*. Madrid: Editorial Síntesis.

UNESCO. *Declaración Universal sobre la Diversidad Cultural. Una visión, una plataforma conceptual, un semillero de ideas, un paradigma nuevo*. Documento preparado para la Cumbre Mundial sobre el Desarrollo Sostenible, Johannesburgo, 26 de agosto – 4 de setiembre 2002.

Valle, M. (2014) *El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de El Comercio, La República y El Peruano*. Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas del Perú. Recuperado de: [http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/322316/2/valle\\_vm-pub-tesis.pdf](http://repositorioacademico.upc.edu.pe/upc/bitstream/10757/322316/2/valle_vm-pub-tesis.pdf)

Vila-Sanjuán, S. (2015) *Una crónica del periodismo cultural*. Barcelona: Publicacions i Edicions de la Universitat de Barcelona.

Villa, M. J. (2000): *Una aproximación teórica al periodismo cultural*. Revista Latina de Comunicación Social, 35 / Extra Argentina. Recuperado de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/Argentina2000/09villa.htm>

Yanes, R. (2004) *Géneros periodísticos y géneros anexos. Una propuesta metodológica para el estudio de los textos publicados en prensa*. Madrid: Editorial Fragua.

Wimmer, R.; Dominick, J. (1996) *La investigación científica de los medios de comunicación: una introducción a sus métodos*. Barcelona: Bosch Comunicación.