



---

**Universidad de Valladolid**

**CURSO 2020-2021**

**Facultad de Filosofía y Letras**

**Grado en Periodismo**

**La adaptación del periodismo cultural a  
los medios digitales: el caso de la revista  
*El Cultural***

**Alumno(a): Azahara Ramos Silva**

**Tutor(a): María Estrella Alonso del Barrio**

**Departamento de Historia Moderna, Contemporánea y  
De América, Periodismo y Comunicación Audiovisual y**

**Publicidad**

**Primera convocatoria**

# ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN .....	4
1.1. Justificación.....	4
1.2. Objetivos .....	6
1.3. Hipótesis.....	7
2. ESTADO DE LA CUESTIÓN.....	8
2.1. Evolución del periodismo digital .....	8
2.2. Características de los medios digitales.....	9
2.3. Periodismo cultural .....	13
3. METODOLOGÍA .....	16
3.1. Muestra y unidad de análisis .....	16
3.2. Diseño y procedimiento .....	18
4. RESULTADOS.....	22
4.1. Uso de herramientas digitales .....	22
4.2. Diferencias con los medios generalistas.....	23
4.3. <i>El Cultural</i> en papel y en Internet .....	25
4.4. Géneros periodísticos .....	26
5. CONCLUSIONES .....	29
6. BIBLIOGRAFÍA.....	33
7. ANEXOS.....	36
7.1. Anexo 1. Ficha de análisis.....	36
7.2. Anexo 2. Unidades de análisis .....	38

# **La adaptación del periodismo cultural a los medios digitales: el caso de la revista *El Cultural***

**Autor: Azahara Ramos Silva**

## **RESUMEN**

En los últimos años, el avance de la tecnología digital ha influido en las herramientas y en los formatos del periodismo, que se ha tenido que adaptar a Internet al igual que otros sectores, y lo ha hecho a través de diferentes etapas y ritmos en función de cada medio en particular. El periodismo especializado no escapa a esta transformación, de manera que la prensa de este tipo también ha adquirido y normalizado el uso de elementos nativos digitales, como la multimedialidad, la hipertextualidad o la interactividad. La revista *El Cultural* es uno de estos medios, centrado en la información sobre cultura, cuyas manifestaciones son inherentes al ser humano y, por tanto, merecen espacios específicos. *El Cultural* se publica tanto en papel como en línea, con unos contenidos que adquieren características propias del periodismo digital que enriquecen los artículos, aunque esto no necesariamente significa que las informaciones difieran notablemente de lo que podemos encontrar en la versión impresa. El presente trabajo analiza cómo este medio en concreto utiliza su página web; en qué se distingue de otro tipo de prensa, como la generalista; cuáles son las características diferenciadoras entre su web y la revista en formato físico o cómo se utilizan los géneros periodísticos en un medio especializado como este.

**Palabras clave:** periodismo, digital, cultura, Internet, adaptación, medios, comunicación

# **The adaptation of cultural journalism to digital media: the case of *El Cultural* magazine**

**Author: Azahara Ramos Silva**

## **ABSTRACT**

In recent years, the advance of digital technology has influenced the tools and formats of journalism, which has had to adapt to the Internet like other sectors, and has done so in different stages and at different paces depending on each particular medium. Specialized journalism has not escaped this transformation, so that the press of this type has also acquired and standardized the use of digital native elements, such as multimedia, hypertextuality or interactivity. The magazine *El Cultural* is one of these media, focused on information about culture, whose manifestations are inherent to human beings and, therefore, deserve specific spaces. *El Cultural* is published both in print and online, with contents that acquire characteristics of digital journalism that enrich the articles, although this does not necessarily mean that the information differs significantly from what can be found in the print version. This paper analyzes how this particular medium uses its website; how it differs from other types of press, such as the general press; what are the differentiating characteristics between its website and the magazine in physical format or how journalistic genres are used in a specialized medium such as this one.

**Keywords:** journalism, digital, culture, Internet, adaptation, media, communication

# 1. INTRODUCCIÓN

La comunicación sobre cultura, así como el resto de las especialidades que abarcan el periodismo, ha tenido que adaptarse, en los últimos años, al auge de la tecnología y el mundo digital. Investigadores como Eva Álvarez (2015) indican que los contenidos culturales todavía no han adquirido el lenguaje adecuado para su presencia en Internet, y que su camino aún es largo hasta llegar a sacar partido de todas las herramientas que permite la web, al estilo de la prensa generalista. En este contexto, la tecnología avanza a gran velocidad y la difusión de la cultura no debe escapar a este proceso.

Dentro de la especialidad periodística en la que se centra este trabajo, se ha escogido *El Cultural*, que se define a sí mismo como “una revista de cultura independiente y plural que se distribuye todos los viernes con el periódico *El Mundo*” (El Cultural, s.f.), como caso de estudio. La revista se publica en papel, pero también cuenta con una versión digital: [elcultural.com](http://elcultural.com). La página web se actualiza a diario y cuenta con un archivo histórico de más de 50.000 documentos relacionados con todos los ámbitos de la cultura (literatura, arte, cine, teatro, música o ciencia), que son tratados desde diferentes perspectivas informativas, a través de noticias, opiniones o críticas. Para ello, en este medio trabajan especialistas formados en cada uno de estos campos (El Cultural, s.f.).

## 1.1. Justificación

Antes de pasar al análisis de la adaptación de la revista *El Cultural* a la tecnología digital, cabe destacar los motivos por los cuáles se ha escogido esta temática y medio en concreto.

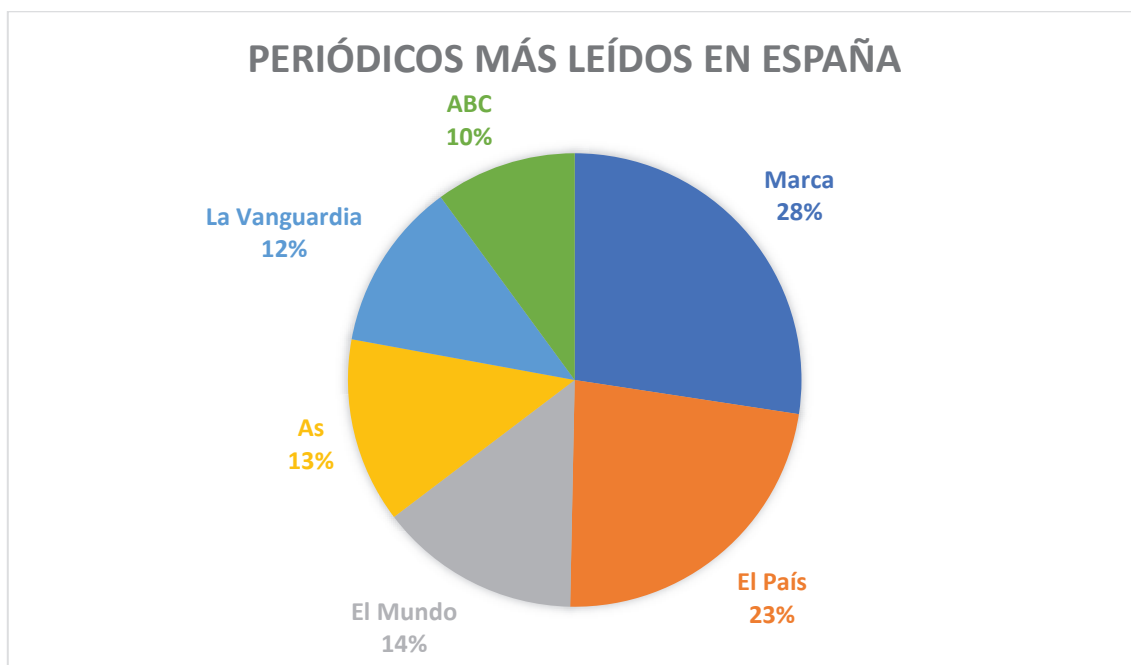
Las manifestaciones artísticas y culturales son inherentes al ser humano desde sus orígenes. Por tanto, abarcan temáticas que no pueden ser dejadas de lado por el periodismo. En este sentido, habitualmente es posible observar informaciones sobre exposiciones, estrenos de películas o series, entrevistas a artistas, etc., en los medios de comunicación tradicionales, ya sean escritos o audiovisuales, aunque como en otros ámbitos, también existen medios especializados.

Pese a ello, el periodismo cultural en los medios generalistas no siempre adquiere la importancia que debiera, y suele relegarse a las últimas páginas o a los últimos segundos de un telediario. Por tanto, los lectores, oyentes o espectadores más interesados por la cultura recurren a medios especializados y cada vez más, a Internet, que surgen, en gran

medida, “de la existencia de una audiencia cada vez más sectorizada que busca satisfacer sus necesidades específicas sobre temas concretos. Así como por las facilidades del desarrollo tecnológico, que han permitido la aparición de nuevos formatos y nuevos medios” (Toro, Contreras y Hernando, 2018, p. 68). De ahí la importancia de analizar la adaptación de este tipo de periodismo a la tecnología digital.

El interés por la revista *El Cultural* parte de su amplia trayectoria de más de dos décadas, primero en papel, y después en línea, aunque sigue editándose la versión impresa en nuestros días. Es interesante observar cómo este medio, acostumbrado a una publicación semanal, se actualiza ahora diariamente en su versión digital; cómo ha sido el proceso que ha seguido desde su adherencia a la web y cómo trata, con ello, de acercar sus mensajes a los usuarios.

Además, se ha escogido analizar *El Cultural* por su relevancia como referente entre las diferentes revistas de cultura españolas, por su trayectoria de décadas y porque abarca diversos ámbitos que son tratados a través de géneros periodísticos y herramientas digitales concretas. Este medio se publica con *El Mundo*, uno de los diarios generalistas más leídos en España, tal como se muestra en el siguiente gráfico.



Fuente: Elaboración propia (basado en los datos de la AIMC, 2021).

Este análisis supone un reto, debido a que, en el momento actual, la cultura se ha visto especialmente afectada por la pandemia de la COVID-19, pues las obras de teatro, exposiciones o estrenos de películas han sido cancelados o pospuestos debido a las

restricciones impuestas. Sin embargo, no se puede obviar la importancia de la cultura en la sociedad, a pesar de que no siempre se le da la importancia que tiene en los medios, o incluso en el ideario colectivo.

Este trabajo, por tanto, aporta a la literatura científica un análisis del comportamiento digital del medio escogido en un contexto muy concreto, tanto social como tecnológico, que ha cambiado la sociedad tal y como se estructuraba hasta hace relativamente poco tiempo. Para su elaboración, se parte de estudios anteriores sobre el periodismo cultural y su adaptación a Internet, así como de la experiencia previa como usuaria de la revista mencionada y un primer acceso a sus contenidos con una mirada crítica. Cabe destacar que esta investigación se realiza en un momento muy concreto, en el cual la tecnología cobra cada vez más importancia en todos los sentidos, y su avance se ha visto acelerado por la llegada de la pandemia de la COVID-19.

Investigaciones futuras podrán determinar si el periodismo cultural logra, finalmente, adquirir un papel destacado en la red. Por nuestra parte, la presente investigación se centra en el proceso seguido hasta el momento presente, qué tipo de cambios han llegado con la irrupción y consolidación del periodismo en Internet, o si, por el contrario, los medios culturales se han quedado estancados, y todo ello partiendo del ejemplo de *El Cultural*.

## 1.2. Objetivos

Para la realización de este estudio, se ha planteado un objetivo general y varios objetivos específicos.

Como objetivo general, la presente investigación pretende analizar los contenidos de *El Cultural* para determinar cómo este medio se ha adaptado a la red.

Como objetivos específicos, este trabajo se plantea:

1. Definir cómo *El Cultural* utiliza las herramientas propias del periodismo digital, a través de su página web.
2. Señalar las características, si las hubiera, que diferencian a la revista especializada *El Cultural* de los medios generalistas en Internet.
3. Reflexionar acerca de las diferencias existentes entre los contenidos publicados en la versión impresa de *El Cultural* y su página web.

4. Observar si, en *El Cultural*, los géneros periodísticos tradicionalmente asociados al periodismo cultural funcionan en la web de la misma manera que lo hacen en la prensa tradicional.
5. Detectar áreas de mejora que podría implantar *El Cultural* de cara a ofrecer una mejor respuesta a posibles retos del futuro del periodismo cultural en Internet.

### 1.3. Hipótesis

El tema que se investiga parte de la hipótesis:

- La revista *El Cultural* se ha adaptado de manera exitosa a Internet, de tal forma que, además de ofrecer a sus usuarios los mismos contenidos que ofrece en papel, los complementa con otro tipo de elementos nativos digitales.

Para facilitar el análisis, se han planteado las siguientes hipótesis secundarias:

- Los contenidos del medio *El Cultural* son elaborados atendiendo a las características propias del periodismo cultural que lo identifican y permiten que se consolide en Internet.
- *El Cultural* utiliza herramientas que hacen su contenido más atractivo para su público objetivo en la red.



## 2. ESTADO DE LA CUESTIÓN

### 2.1. Evolución del periodismo digital

Las innovaciones tecnológicas vinculadas a la informática han sido un aspecto clave en las últimas décadas y, al igual que otros sectores, el de la comunicación también ha tenido que digitalizarse. Los dispositivos electrónicos han introducido ciertas modificaciones en la vida y en la forma de relacionarnos (Meso, 2006), e “Internet ha dado lugar a la aparición de otras formas de comunicación (...), y ha permitido la aparición de nuevos medios basados en la convergencia multimedia, la interactividad y la personalización de contenidos” (Alonso y Martínez, 2003, p. 261).

Históricamente, se considera que *The Electronic Telegraph*, versión digital del diario londinense *The Daily Telegraph*, fue el primer periódico que elaboró una versión para la web, en 1994, aunque hay que tener en cuenta que, en Estados Unidos, entre 1992 y 1993, *The Chicago Tribune*, *The San Jose Mercury* y *The Atlanta Constitution* ya ofrecían algunas informaciones a través de la red (Armentia y Caminos, 2009).

En el contexto español, la primera publicación que tuvo presencia en Internet fue la revista valenciana *El Temps*, en 1994. En estos primeros años, la prensa en la web se limitaba a volcar los contenidos de las ediciones en papel (Armentia y Caminos, 2009). A finales del año 2000, casi todos los periódicos en España tenían presencia en Internet, y ya en 2001 algunas ediciones digitales disponían de contenidos propios que iban actualizando a lo largo del día. En el año 2004, surgió el concepto “Web 2.0” para hacer referencia a una nueva utilidad de Internet en la que el usuario no solo es un consumidor de contenidos, sino que también es partícipe en la elaboración de estos. Al año siguiente, aparecieron algunos géneros propios de la web y cada vez era más habitual encontrar vídeos de actualidad en las portadas de los diarios en línea (Armentia y Caminos, 2009).

Si bien durante la primera década del siglo XXI los medios se fueron adaptando al mundo digital, Armentia y Caminos (2009) señalan que la prensa española cerró esta etapa sumida en una profunda crisis que vino dada por el descenso de las inversiones publicitarias en diarios, por la bajada en las ventas y por la crisis económica del 2008. A pesar de ello, *El Mundo* ocupaba, en ese momento, el segundo puesto en la lista de los 20 diarios más vendidos. En 2021, este medio ocupa el tercer puesto en el listado de periódicos impresos con más lectores (EGM, 2021).

Dicho medio escrito nació el 23 de octubre de 1989, y su fundador fue Pedro J. Ramírez, que, a su vez, dirigió el periódico hasta el año 2014 (El Mundo, 2017). En aquel momento inicial, el periódico se denominó *El Mundo del siglo XXI*, y en torno a este, se constituyó el grupo Unidad Editorial (Armentia y Caminos, 2009). Sin embargo, *El Cultural*, revista creada por Luis María Ansón, se distribuyó con *La Razón* hasta septiembre de 1999, cuando fue adquirida por el grupo editorial de *El Mundo* (Elías, 2003). Desde entonces, este último diario publica, cada viernes y a modo de suplemento, *El Cultural*, que dedica sus páginas a la comunicación acerca de disciplinas como la literatura, el arte, el teatro, la música, el cine o la ciencia (Unidad Editorial, 2021). Luis María Ansón sigue siendo su presidente en la actualidad (Elcultural.com).

## 2.2. Características de los medios digitales

El periodismo digital se caracteriza, según Meso (2006) porque “el producto llega por medio de bytes hasta una pantalla electrónica y no sobre el papel (...). Los costos se reducen considerablemente respecto a las ediciones impresas” (pp. 236). En este contexto, el autor citado afirma que los nuevos y los viejos medios se complementan en la actualidad, “ya no se trata de la transformación de un medio impreso en una nueva publicación digital, sino de la aparición de un nuevo medio sin que desaparezca el original” (p. 308).

Según Alonso y Martínez (2003), “puede decirse que el objeto o finalidad de este nuevo medio es el mismo que el de los periódicos en papel: la producción informativa. Lo que ha cambiado (...) es la forma en que se lleva a cabo esa producción” (p. 287). Este es el aspecto en el que se enfocan los medios de comunicación tal y como son entendidos en la actualidad, “la aparición de nuevos soportes y la transformación del modelo de comunicación tradicional han incidido en la prensa escrita de manera directa, propiciando una búsqueda de la fórmula idónea para la supervivencia de este tipo de publicaciones” (Martín y Blanco, 2016, p.74).

Meso (2006) indica que, en la prensa digital, a diferencia de los periódicos tradicionales, son los lectores quienes deciden qué o cuánto quieren leer unos contenidos que tienen disponibles en cualquier momento y que, además, proceden de una fuente fiable en comparación con otros portales de Internet. Esto está muy relacionado con la personalización a la que los medios digitales aspiran a llegar, que López, Gago y Pereira

(2003) definen como un proceso que “consiste en alterar la configuración genérica de un sitio web de acuerdo con los criterios especificados por un usuario” (p. 224).

En los textos creados para Internet, la fecha cobra especial importancia, pues no solo se ofrece al lector la posibilidad de saber cuándo ha ocurrido lo que está leyendo, sino también cuándo se ha insertado esa información en la web o cuándo se ha actualizado. Los contenidos, de esta manera, presentan una datación horaria muy útil para el usuario (Armentia y Caminos, 2009). Los contenidos pueden ser actualizados constantemente y en tiempo real, algo a lo que la prensa tradicional había renunciado al no poder competir con la radio o la televisión. Además, los usuarios tienen la posibilidad de acudir a los artículos incluso tiempo después de su publicación, algo que permite contextualizar o servir como fuentes para otras informaciones (Meso, 2006). Los textos, en definitiva, pueden estar vigentes durante un tiempo muy prolongado, a diferencia de lo que sucede en la prensa en papel, en la que tienen un período de tiempo de utilidad muy corto (Armentia y Caminos, 2009).

A su vez, los contenidos periodísticos en línea se caracterizan por la inmediatez, que Armentia y Caminos (2009) definen como:

“El tiempo que transcurre desde que se produce un hecho noticioso hasta que este es difundido por los medios de comunicación de masas (...). En la prensa, la radio y la televisión, en un ciclo informativo diario, los hechos que aparecen en una jornada desaparecen en la jornada posterior (...). En Internet, sin embargo (...), siempre existe la posibilidad de reservar las noticias que van perdiendo actualidad para construir con ellas marcos contextuales que servirán para complementar la información (pp. 270-271).

Al igual que en la prensa tradicional, la digital también debe identificar correctamente quién es el autor del contenido que se visualiza. Según Lluís Codina (2003), “existe una inexplicable tendencia a obviar información respecto a la autoría, la fuente o ambas, en las publicaciones digitales” (p. 159).

Los textos periodísticos se construyen a través de unos géneros, es decir, “las distintas formas de creación que utiliza un periodista para construir mensajes escritos que serán difundidos entre el público. Se trata, por consiguiente, de distintas modalidades de expresión lingüística relacionadas con informaciones de actualidad (entendida la actualidad desde un sentido amplio, que va mucho más allá del diario acontecer) y

destinadas a ser difundidas a través de los medios de comunicación” (Armentia y Caminos, 2009, p.82).

Dentro de estos géneros, se diferencian aquellos que se utilizan con una intencionalidad informativa (fundamentalmente la noticia); aquellos que tienen una intencionalidad explicativa e interpretativa en los que el periodista transmite los antecedentes y el contexto de los acontecimientos, un análisis y unas valoraciones que le permiten profundizar en esos hechos (como el informe, el reportaje interpretativo, la crónica o la entrevista de personaje, entre otros); y los que se utilizan con una intención opinativa (como el editorial, la columna, la crítica o el artículo de opinión), que tratan de convencer al público del punto de vista del periodista o del medio (Armentia y Caminos, 2009).

En ciberperiodismo, han aparecido algunos géneros propios que complementan al volcado de los contenidos de las ediciones impresas como los foros, la entrevista de los lectores, la retransmisión en directo, el reportaje o las noticias multimedia, encuestas, etc. (Armentia y Caminos, 2009).

Además, los medios digitales, según Canavilhas (2007), se caracterizan por la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad, que “repercuten en la satisfacción y en las percepciones que los usuarios tienen de las noticias” (p. 204).

En primer lugar, la hipertextualidad es una narrativa que “permite que el lector pueda ir más allá de las informaciones escogidas por el periodista” (Meso, 2006, p. 182), a través de la inserción de enlaces que llevan al lector a otros archivos o páginas web, lo cual les permite ampliar la información o aportarles un contexto, de una manera semejante al funcionamiento del pensamiento humano (Armentia y Caminos, 2009). García y Pou (2003) se reafirman en esta idea, y señalan que:

“El hipertexto es un modo de leer y escribir siguiendo un procedimiento más próximo al proceso de razonamiento humano: por asociación de ideas (...). El hipertexto, por tanto, presenta una primera cara en un texto breve que sirve de punto de partida y múltiples caras poliédricas sobre la misma información que puedan llevar al usuario a lugares alejados del origen” (pp. 74-75).

Para Codina (2003), “casi cualquier materia o tema puede beneficiarse de la facilidad de la WWW para enlazar recursos entre sí. En general, por tanto, cualquier recurso digital puede tener ese tipo de enlaces, al menos, en alguna de sus secciones” (p. 181). En este

sentido, Canavilhas (2007) ofrece una serie de recomendaciones con respecto a los enlaces: destacarlos en una palabra que tenga una relación coherente con el tema, destacarlos en negrita o en otro color diferente al del texto, no abusar de los enlaces en un solo párrafo o situarlos al final de una oración.

Por otro lado, la multimedialidad es un concepto definido por Armentia y Caminos (2009) como “la posibilidad de emplear un único soporte para transmitir informaciones en distintos lenguajes o formatos, combinando las características de los tres medios clásicos: prensa, radio y televisión” (pp. 267-268). Codina (2003) indica la necesidad de incluir, en las publicaciones digitales, otras morfologías si así lo justifica el contenido tratado, ya sea a través de fotografías, audio o vídeo. En relación con la multimedialidad, Meso (2006), afirma:

“Reproduce la unión en un mismo producto de materiales escritos, icónicos y sonoros. A través de la palabra multimedia se designa un conjunto de informaciones representadas en múltiples materias expresivas -texto, sonido e imagen estática o en movimiento- y codificadas digitalmente” (p. 38).

García y Pou (2003) coinciden en este punto de vista e indican que “el soporte digital permite hablar más que de un medio, del multimedia entendido como la integración de los demás medios conocidos: prensa escrita, radio y televisión” (p.72).

En cuanto a la interactividad, esta hace referencia a las herramientas de Internet que permiten a los lectores implicarse en el proceso de elaboración de contenidos. De esta manera, el usuario ya no es el sujeto pasivo que consume una información, sino que es un sujeto más participativo, y los propios medios han tratado de fomentar esto desde hace tiempo. Al principio, lo hacían a través de foros, chats o encuestas; y más adelante, la prensa online ha apostado por la personalización de los contenidos, de manera que los usuarios pueden disponer de la información actualizada que más les interese (Armentia y Caminos, 2009).

Según Meso, (2006) la interactividad “posibilita la participación inmediata, más activa y directa de la audiencia en la que todos pueden ser a la vez emisores y receptores” (p. 244). En este sentido, este autor señala que esta característica permite un periodismo más democrático y plural. Para Alonso y Martínez (2003), los diarios digitales son medios interactivos “en la medida en que, a día de hoy, puede afirmarse que el ejercicio del periodismo en Internet constituye una práctica que posee rasgos claramente exclusivos y

distintivos, que lo diferencian del periodismo que podemos tildar de ‘tradicional’”. (p. 287).

Por otra parte, las informaciones en línea suelen contener recursos gráficos como imágenes, infografías, mapas o gráficos que también son protagonistas de las noticias. Así, Cavanilhas, J. (2007) indica que “el ‘quién’ de la noticia exige una fotografía. Se trata de un elemento fundamental de la información, con lo que debe asociarse siempre el nombre del personaje a una foto. También el ‘dónde’ pide un mapa o una ilustración que ayude al usuario a localizar el hecho en un determinado contexto geográfico” (p. 216).

El citado autor, acerca de los clips de vídeo, señala que “deben utilizarse siempre que sean determinantes para contextualizar el tema de la noticia. Se justifica igualmente su utilización en situaciones de difícil descripción o cuya explicación exija textos demasiado extensos” (p.216).

### 2.3. Periodismo cultural

Por la temática que aborda, encuadramos la revista *El Cultural* dentro del periodismo especializado. Si acudimos a la Real Academia Española (RAE), localizamos la palabra especializar como “cultivar con especialidad una rama determinada de una ciencia o de un arte”. Para el propio concepto de “periodismo especializado”, una de las definiciones más amplias es la que aporta Mercado (2006):

“Estructura informativa que abarca todo el proceso comunicativo para presentar la realidad a través de los múltiples ámbitos temáticos que la configuran y que son objeto de tratamiento periodístico por parte de profesionales cualificados en dos niveles de especialización distintos, capaces de satisfacer a los usuarios en sus demandas de entretenimiento, por un lado, y de profundización del saber, por otro, sea cual sea el soporte elegido para su difusión”.

Otros autores determinan la definición de periodismo especializado o prensa de información selectiva por contraposición a la prensa de información general (Borrat, 1993). Foncuberta (como se citó en Ronda y Alcaide, 2010), piensa que el periodismo especializado es “la óptima producción del discurso periodístico aplicado a cada una de las parcelas del saber en la perspectiva sistemática de las grandes áreas del conocimiento

social: sociedad, política, cultura y economía” (p. 149). Por su parte, Quesada define este tipo de periodismo como “la aplicación minuciosa de la metodología periodística de investigación a los múltiples ámbitos temáticos que conforman la realidad social, condicionada por el medio que se utilice para responder a los intereses y necesidades de las audiencias sectoriales” (como se citó en Ronda y Alcaide, 2010).

Como característica propia del periodismo especializado, este es elaborado por profesionales que no siempre son periodistas y que, en ocasiones, se han formado, en primer lugar, en otro ámbito no relacionado con la comunicación (Borrat, 1993). Además, los periodistas especializados suelen sub-especializarse en áreas concretas, como el arte, la música, el cine o la literatura en el caso del periodismo cultural (Rodríguez, 2009).

En lo que se refiere a la definición de cultura, entendemos, según la Real Academia Española (RAE), en la segunda acepción de esta palabra, que es el “conjunto de conocimientos que permite a alguien desarrollar su juicio crítico”, o el “conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.” (RAE). Más ampliamente, “la definición de lo cultural pasa por la extensión hacia disciplinas tan diversas como las artes plásticas, la filosofía, la antropología o la historia y todo lo que en ellas ha sido creado por el hombre” (Cavallin, 2009, p. 96).

Sin salir de esa misma página, Claudia Cavallin nos enseña que “el periodismo cultural aparece como una especialización de la comunicación social destinada a divulgar y profundizar la cultura desde múltiples géneros que, tradicionalmente, destacan a la entrevista, el reportaje, la crónica y la noticia como sus principales exponentes”, y que esta especialización del periodismo trata de acercarse “a las manifestaciones estéticas, discursivas y reflexivas que cumplan con las propiedades fundamentales del hecho noticioso: actualidad (en el sentido de la pertinencia histórica y no necesariamente de la cercanía en el tiempo), originalidad e interés”.

Autores como Álvarez (2015), señalan:

“Las revistas digitales de contenido cultural han sufrido la misma evolución que los diarios. Muchas de ellas han mantenido el formato tradicional y continúan con el volcado completo de la edición en papel. No hay, pues, una adecuación a los entornos digitales” (p. 61).

Cuatro años más tarde, no se había avanzado mucho al respecto. Sobre el contexto de las revistas culturales, tal como indica Jaramillo (2019):

“A pesar de que existen numerosas revistas españolas de gran prestigio en todas las áreas culturales en formato papel, la mayoría de ellas no han sabido, no han querido y, más seguramente, no han podido hasta ahora sacarle a Internet todo el potencial que este medio les puede brindar. Muchas lo utilizan como mero escaparate para acceder a la compra o suscripción de la revista en papel y algunas se limitan a volcar parte o todos sus contenidos sin aportar multimedialidad (...) ni más interacción que la opción de comentar el *post* o de compartir en redes sociales. En general, son muy pocos los que actualizan sus contenidos a diario, los que fomentan la participación de los usuarios, los que innovan con secciones propias del formato digital o los que aprovechan los programas de afiliación como fuente adicional de ingresos” (p. 104).

Con esta perspectiva tanto de las características de Internet como de lo que son las publicaciones especializadas en general, y particularmente las culturales, abordaremos un trabajo en el que trataremos de analizar cómo esas características del periodismo digital afectan a una publicación cultural concreta: *El Cultural*.



### 3. METODOLOGÍA

Para el estudio del caso de la adaptación de la revista *El Cultural* a la tecnología digital, se va a emplear una metodología cuantitativa, definida como:

“Una estrategia de investigación que conceptualmente delimita propiedades de sus sujetos de estudio con el fin de asignarles números a las magnitudes, grados o tipos en que estos las poseen y que utiliza procedimientos estadísticos para resumir, manipular y asociar dichos números” (Canales, 2006, p. 38).

Dentro de esta metodología cuantitativa, se va a seleccionar el análisis de contenido para proceder a su desarrollo, que parte “de la contabilidad de las presencias de los valores de cada variable” (Vicente, 2009). En este sentido, es necesario puntualizar que entendemos por variables “conceptos que asumen diferentes valores; es decir que las variables se refieren a aquellas propiedades, atributos, características, magnitudes, funcionalidades, etc., que podrán estar presentes (en algunos casos con distinta intensidad) o ausentes” (Morone, 2013).

Otros autores definen el análisis de contenido como “una técnica destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a un contexto” (Krippendorff, 1990, p. 28, citado por Vicente, 2009). Acerca de la validez de este método en la comunicación, puede decirse que:

“Es una técnica de investigación que permite descubrir el ADN de los mensajes mediáticos, dado que dicho análisis permite reconstruir su arquitectura, conocer su estructura, sus componentes básicos y el funcionamiento de los mismos. De este modo, el análisis de contenido se puede utilizar para diseccionar cualquier producto de la comunicación mediática, para conocerlo por dentro, para saber cómo está hecho, para inferir y predecir su mecanismo de influencia” (Igartua, 2006, p. 181, citado por Piñeiro, 2012).

#### 3.1. Muestra y unidad de análisis

Para proceder a la presente investigación, el universo de estudio, es decir, “el conjunto total de elementos que constituyen un área de interés analítico” (Morone, 2013), se

corresponde con las informaciones presentes en la página web de *El Cultural* y su versión en papel.

Dentro de este universo, se escogerá una muestra de 72 informaciones obtenidas de *El Cultural*, durante un período de tiempo de un mes, es decir, desde el 23 de abril de 2021 hasta el 20 de mayo del mismo año. Dicha muestra, entendida como un “subconjunto del conjunto total (universo) que se supone representativo, es decir que dicho subconjunto representa lo más fielmente posible las características del conjunto total” (Morone, 2013), incluye todos los elementos presentes en los contenidos analizados: titulares, imágenes, vídeos, infografías, gráficos, archivos de sonido, etc.

Para la elección de la muestra, se va a tener en cuenta la variedad de sectores culturales que tienen cabida en *El Cultural*, ya sean relativos al cine y las series, a la música, a la ciencia, a la danza o a las artes escénicas. En este sentido, y según el criterio que se explica en el siguiente párrafo, se van a escoger las dos informaciones más importantes de cada sección en papel para proceder a su análisis en la página web. A estas se sumarán otras noticias publicadas únicamente en Internet que adquieren importancia por un criterio de actualidad o de temporalidad que imposibilitan que tengan cabida en la versión impresa semanal, o que aparecen solo en la web por decisión propia de la revista, como sucede con algunos reportajes en profundidad que nutren la página web a diario, pero no vuelven a ser publicados cuando sale la revista impresa. Así, obtendríamos un total de 80 informaciones, que finalmente serán 72 porque las secciones de “Cine” y de “Ciencia” no contienen más de un artículo en la versión impresa y el apartado científico en la web no se actualiza tan a menudo como los demás, por lo que en todos los casos no será posible analizar dos noticias de estas secciones.

Los números para analizar, que se corresponden con el período señalado de cuatro semanas, serán el 1027 (del 23 al 29 de abril), el 1028 (del 30 de abril al 6 de mayo), el 1029 (del 7 al 13 de mayo) y el 1030 (del 14 al 20 de mayo). Del papel se obtendrán ocho informaciones de cada una de las revistas, que se visualizarán en su versión digital para comprobar la adaptación del medio seleccionado. De cada sección se extraerán los dos contenidos a los que la revista da más importancia, ya sea por espacio o porque aparezcan en portada, a excepción de las secciones de cine y ciencia, a las que el papel solo destina una información en cada publicación escrita. Esta norma no se cumple en el número 1027, del cual sí se pueden obtener dos contenidos del apartado de cine, lo que nos permite que, en este caso, podamos seleccionar nueve informaciones en lugar de ocho. En cuanto a los

contenidos online, que no aparecen en la versión impresa, se obtendrá un total de diez publicados en cada una de las semanas analizadas, excepto durante la primera semana, cuando la sección digital de ciencia solo incluye una noticia adicional a lo publicado en papel, lo que nos lleva a seleccionar nueve informaciones y no diez online durante este primer período. En el resto de las semanas, sí es posible obtener la cantidad planteada inicialmente.

Se incluyen, como objeto de estudio, informaciones de cuatro números impresos de *El Cultural* en su versión digitalizada, y otros contenidos fruto de la actualización diaria de la edición online de la revista, [elcultural.com](http://elcultural.com). Por tanto, además de la consulta en línea de los contenidos, se ha accedido a la información, asimismo, por medio de la edición en papel del medio de comunicación en cuestión. El criterio de selección de informaciones en ambas plataformas se basará en la importancia, es decir, se escogerán aquellos contenidos a los que la revista preste una mayor atención en cada sección, bien porque aparezcan en portada, porque se sitúen en las páginas principales, o bien porque dedican un espacio más amplio a estas.

Con respecto a la unidad de análisis, esta será la información presente en los contenidos consultados, que fundamentalmente consistirán en textos escritos con imágenes, los cuales, en la versión digital, pueden estar enriquecidos con hipertexto y contenido multimedia.

### 3.2. Diseño y procedimiento

La página web de la revista *El Cultural* es el portal principal a través del cual se recogerá la información para la elaboración del presente trabajo. Durante la investigación, se tendrán en cuenta los diferentes rasgos que componen la información, para proceder a la comparativa con la revista impresa.

En relación con los instrumentos utilizados, lo primero que se va a elaborar es un libro de códigos que permita codificar la información obtenida y que contiene las diferentes variables propuestas para interpretar las unidades de análisis. Estas variables serán planteadas en función de lo que han dicho los autores señalados en el estado de la cuestión. De esta forma, el libro de códigos es el siguiente:

Número de unidad de análisis

Fecha de publicación: dd/mm/aaaa

Autor: anónimo (1), periodista (2), experto (3), El Cultural (4), agencia (5), otros (6).

Género periodístico: informativo (1), interpretativo (2), opinativo (3), digital (4) y otros (5).

Sección: letras (1), arte (2), escenarios (3), cine (4) y ciencia (5).

Hipertexto: amplía información (1), contextualización (2), relacionado (3), no relacionado (4), destacado (5), no destacado (6), abuso de enlaces (7) y no hay hipertextualidad (8).

Multimedialidad: formato único (1), multimedia (2).

Interactividad: contenido interactivo (1), no hay interactividad (2).

Volcado: sí (1) y no (2).

La elaboración del libro de códigos para su posterior uso durante el estudio de la adaptación de *El Cultural* a la tecnología digital resultará de gran ayuda para concretar en qué punto de su evolución se encuentra esta revista, así como para detectar una serie de conclusiones finales. Por ello, es necesario explicar las bases de la elección de las variables mencionadas.

En primer lugar, la variable fecha toma especial importancia a la hora de analizar un medio digital, pues la datación permite a los lectores conocer cuándo se ha publicado un artículo o cuándo se ha actualizado, como mencionan Armentia y Caminos (2009). De igual manera, la fecha sirve para contextualizar cuando se visita un contenido online pasado un tiempo desde su publicación (Meso, 2006). En el caso de *El Cultural*, esta variable nos servirá de referencia para saber el momento en el que se ha publicado una información en la página web o si se ha actualizado posteriormente, independientemente del día en que haya sido publicada en papel.

En segundo lugar, la variable autor hace referencia al creador de la información analizada. Este puede ser una persona anónima, un periodista de la redacción de *El Cultural*, un experto en un tema concreto con el que el medio cuenta de manera más o menos frecuente, la firma de la propia revista, una agencia o trabajador de esta que envía una noticia que es publicada por el semanario tal y como la ha recibido, u otros (cuando no se corresponda con ninguna de las categorías anteriores, y aunque no parece probable que en el ámbito

de la información cultural la autoría de una pieza pueda atribuirse a un robot, permaneceremos atentos a esta posibilidad).

Con respecto a la variable géneros periodísticos, en base a las definiciones de Armentia y Caminos (2009), se han diferenciado cuatro categorías: géneros informativos, géneros interpretativos, géneros opinativos y géneros digitales. Se ha añadido la categoría “otros” porque este medio, en ocasiones, publica fragmentos literarios de obras publicadas o poemas que no se corresponden con géneros periodísticos.

La siguiente variable se corresponde con la sección, es decir, el ámbito cultural al que se refiere el tema tratado en las informaciones analizadas. Esta variable hace referencia a los apartados que se encuentran en la página web de *El Cultural*: letras, arte, escenarios, cine y ciencia. En este sentido, la sección de letras contiene artículos relacionado con la literatura (novela, ensayo, poesía, libros infantiles o juveniles...); la sección de arte se dedica a prestar información sobre exposiciones, arte internacional o arquitectura; el apartado de escenarios contiene información acerca de teatro, música u ópera; la sección de cine incluye también series o videojuegos, además de películas; y el apartado de ciencia se destina para las novedades tecnológicas o innovaciones científicas de diversa índole.

Con respecto a la variable hipertextualidad, esta es una de las características del periodismo en Internet en la que coinciden los expertos.

En función de lo que afirman los investigadores, diferenciamos entre las categorías:

- Amplía información: si el enlace al que nos lleva el contenido consultado amplía lo que ya se sabe.
- Contextualización: si el enlace resultante pretende contextualizar la información.
- Relacionado: si la palabra sobre la cual el lector pincha para acceder al enlace guarda relación con el tema.
- No relacionado: si debiera haberse optado por otra palabra más adecuada al tema para convertirla en un enlace.
- Destacado: si la palabra sobre la que se inserta el enlace aparece destacada de algún modo.
- No destacado: si dicha palabra no se destaca.

- Abuso de enlaces: si la información presenta una gran cantidad de enlaces que saturan al lector.
- No hay hipertextualidad: si en la información consultada no se hace uso del hipertexto.

La siguiente variable es la de multimedialidad, en función de la cual tenemos en cuenta las categorías:

- Formato único: cuando en una información solo aparece un único formato, ya sea texto, imagen, sonido o vídeo.
- Multimedia: cuando el formato contiene multimedialidad, es decir, el texto se presenta acompañado por imágenes, sonidos o vídeos.

Respecto a la interactividad, se han escogido dos categorías: la primera de ellas, “contenido interactivo”, hace referencia a las informaciones en las que sí puede encontrarse esta característica; mientras que la segunda, “no hay interactividad”, se refiere a los contenidos en los que no aparece este rasgo distintivo de la prensa online.

Por último, la variable volcado hace referencia al contenido que se vuelca directamente del papel a la web, sin aportar ningún cambio que diferencie ambas versiones; o por el contrario, al enriquecimiento de este contenido a través de herramientas digitales.

Como consecuencia de lo que han estudiado los autores citados, la tabla de análisis que vamos a utilizar es la siguiente:

Unidad de análisis	Fecha	Autor	Género	Sección	Hipertexto	Multimedialidad	Interactividad	Volcado

## 4. RESULTADOS

Sobre la base de lo mencionado con anterioridad, se han obtenido unos resultados acerca de la adaptación de la revista *El Cultural* a Internet, con respecto a las categorías propuestas y a la relación existente entre estas (anexo 1), y en función de los objetivos planteados.

### 4.1. Uso de herramientas digitales

En cuanto al objetivo 1 (definir cómo *El Cultural* utiliza las herramientas propias del periodismo digital, a través de su página web), extraemos los siguientes resultados acerca de la hipertextualidad, la multimedialidad y la interactividad:

En primer lugar, a pesar de que la hipertextualidad es un rasgo que aparece en casi todos los contenidos analizados, se ha observado que, en 12 de estos, no aparece ningún hipervínculo. Como norma general, nunca vemos esta característica cuando la revista reproduce fragmentos literales de obras de autores literarios o ensayistas, pero tampoco se han observado en otras piezas cuyos formatos, en otros casos, sí contienen hiperenlaces. Por ejemplo, *El Cultural* no utiliza hipervínculos en la entrevista al músico Moby (unidad de análisis 15) ni en la noticia acerca del concierto del grupo Love of Lesbian (unidad de análisis 14). Cabe mencionar que la mayoría de las informaciones que no contienen hipertexto se encuentran en la sección sobre escenarios.

Además, en los contenidos en que sí aparece hipertexto, este suele vincular a otras publicaciones de la misma revista, y no a páginas externas. En estos casos, también hay que mencionar que siempre se cumple el destacado de dichos hipervínculos, concretamente en color rojo; y su relación con aquello de lo que trata la información. No se ha observado que, en ninguno de los casos analizados, haya un abuso de hiperenlaces, que no aparezcan destacados o que no guarden relación con el contenido.

En 46 de las piezas visualizadas, el hipertexto cumple la finalidad de ampliar la información, es decir, lleva a otros contenidos relacionados con el evento, obra o autor del que se está hablando. En 28 de los textos, además, contextualiza, de manera que aporta información adicional en relación con ciertos datos que se nombran en el texto, para que el lector adquiera todas las claves.

Respecto a la multimedialidad, todas las informaciones consultadas en la web se enriquecen con contenido multimedia, sobre todo imágenes, aunque también se han observado vídeos y audios en algunos contenidos. Lo más habitual es encontrarse, en la web, con texto e imágenes, a veces más de las que aparecen en el papel. En algunos casos, se recurre a galerías, como en la previa de los premios Óscar (unidad de análisis 7), en la que el lector puede ver cómo se van sucediendo fotogramas de las diferentes películas nominadas a estos galardones. Otro recurso utilizado es el de la inclusión de vídeos, ya sean explicativos (unidades de análisis 6, 63 y 65) o musicales (unidad de análisis 32), que en ocasiones son creaciones del propio medio, y otras veces se han obtenido por otras vías, como canales de YouTube de artistas. Además, la mayor parte de las informaciones con vídeo, sobre todo si este es explicativo y realizado por la revista, se agrupan en el apartado dedicado a contenidos multimedia que aparece en el menú de navegación de las secciones de la web.

En ninguno de los casos analizados se ha observado que la información tenga un único formato (vídeo, texto o imagen), sino que en todas ellas se entremezclan varias de estas características, y eso es, precisamente, lo que las convierte en multimedia.

Acerca de la interactividad, podemos afirmar que todos los contenidos publicados en *elcultural.com* tienen esta característica, puesto que permiten la posibilidad de compartirlos en redes sociales (Facebook, Twitter y WhatsApp) desde la propia página en la que se visualiza la información, así como enviarlos por correo electrónico. Sin embargo, la web no permite hacer comentarios sobre una noticia concreta dentro de esta.

#### 4.2. Diferencias con los medios generalistas

Relacionado con el objetivo 2 (señalar las características, si las hubiera, que diferencian a la revista especializada *El Cultural* de los medios generalistas en Internet), y centrándonos en la fecha, hemos tomado como referencia la correspondiente a la publicación de cada información en la página web de *El Cultural*, que no siempre coincide con el día de la semana en que sale a la venta la revista impresa. En el caso de este medio, observamos que la datación, en todos los contenidos visualizados, aparece correctamente referenciada, lo que permite a los lectores saber cuándo se han publicado los artículos en Internet o cuándo se han actualizado. Si bien en este último punto la revista no se diferencia de la prensa generalista, sí podemos decir que en el anterior sí existe una



distinción, puesto que los diarios en papel suelen publicar los contenidos impresos en la web el mismo día de su publicación en formato físico.

Con respecto a la autoría, observamos una mayoría de informaciones redactadas por periodistas, con un total de 30 contenidos en los que esta característica se cumple. Le siguen las piezas escritas por expertos, que suman 24; las que aparecen firmadas por la propia revista, que son once; las que proceden de una agencia, que son cinco; y otras dos en las que ninguna de las categorías anteriores se adecúa, pues son extractos de obras que se publican de forma literal y sus autores son novelistas, ensayistas, documentalistas o historiadores de los que se rescata un fragmento de alguna de sus obras. En este sentido, sí encontramos diferencias con la prensa generalista, ya que en esta los autores suelen ser periodistas, no necesariamente especializados en áreas concretas, y no se cuenta tanto con expertos.

Además, en dos casos, nos encontramos con una información de agencia en la que aparece la firma de un autor, por lo que se ha seleccionado la categoría de experto y la de agencia. Esto se da, fundamentalmente, en piezas de opinión y en la sección de ciencia. De hecho, todas las noticias que proceden de agencia pertenecen a Sinc (Servicio de Información y Noticias Científicas), especializada en contenidos relacionados con este ámbito, pero solo aparece el nombre del autor cuando se trata de opinión, y nunca cuando el género es informativo. En ninguno de los casos analizados se ha observado que el autor sea anónimo, pues en todos los contenidos este aparece correctamente identificado.

Sin salir de la sección de ciencia, esta tiene algunas particularidades que no se aprecian en otros apartados. Por ejemplo, la publicación semanal que aparece en papel y que es trasladada a la revista en línea siempre corresponde al mismo autor, mientras que otras noticias que se añaden a la web suelen proceder de la mencionada agencia Sinc o estar firmadas por *El Cultural*, como norma general. Cabe mencionar, además, que esta sección es la que menos se actualiza de todas las analizadas. En este sentido, podemos encontrar similitudes con los diarios generalistas si tenemos en cuenta que en estos también aparecen ciertos espacios dedicados a un autor concreto que publica un día determinado o todas las jornadas.

En el siguiente gráfico, observamos los porcentajes correspondientes a los posibles autores, en el que se muestra cómo los periodistas y expertos firman la mayor parte de los contenidos de *El Cultural*. Cabe destacar que, además, muchos de dichos autores se

dedican casi siempre a temas de la misma sección, aunque a veces pueden saltar de una a otra.



Fuente: elaboración propia

Por otro lado, observamos que el autor siempre aparece correctamente identificado, con lo que se cumple el planteamiento de Codina (2003) acerca de la necesidad de nombrar siempre a quién se debe la autoría de una pieza en los textos digitales, a diferencia de otros contenidos que podemos encontrar en Internet en los que tiende a olvidarse esta cuestión, si bien es cierto que, en algunos casos, no conocemos al autor, pero sí aparece una firma: la de *El Cultural*. La correcta firma de los autores de los artículos es un rasgo que suele cumplirse también en los diarios generalistas.

#### 4.3. *El Cultural* en papel y en Internet

Si nos centramos en el objetivo 3 (reflexionar acerca de las diferencias existentes entre los contenidos publicados en la versión impresa de *El Cultural* y su página web), dentro de la sección, observamos que las de letras, arte y escenarios son las que más se actualizan en el formato digital, y las que más artículos contienen, tanto en la página de Internet como en la versión impresa. Por ello, ha sido posible analizar 16 contenidos de cada uno de estos tres apartados, pero no ha sido así en el caso de los de cine y ciencia, que en papel solo contienen una información, a excepción de la primera semana analizada en la sección cinematográfica. El espacio dedicado a la ciencia, por otro lado, es, en la web, el que

menos noticias nuevas incluye semanalmente. Con esto, en el apartado sobre cine, se han analizado 13 informaciones y en el de ciencia, 11.

Refiriéndonos al volcado, también podemos decir que las informaciones publicadas en *elcultural.com* no son directamente volcadas del papel, sino que, al cambiar de formato, adquieren características propias del periodismo digital, como el destacado de palabras en negrita, hipervínculos que llevan a otras páginas (siempre de la misma revista), la inclusión de vídeos e imágenes que no aparecen en la versión impresa en algunos casos o incluso modificaciones en el título o subtítulo de las informaciones con respecto a lo que aparece en la revista física. En la web, por ejemplo, las noticias siempre aparecen con un subtítulo, mientras que, en el papel, no siempre es así. De esta forma, una pieza periodística en la página web de esta revista nunca es la misma que el lector visualiza en su versión en papel.

En *El Cultural*, las informaciones que aparecen en la versión impresa se van publicando, a lo largo de la semana, en la web de manera progresiva, a la vez que se incluyen, en la versión digital, otros contenidos nuevos relacionados con la actualidad, reportajes o crónicas de eventos que nunca ven la luz en el papel, precisamente, porque eso significaría perder ese criterio de actualidad al tener que esperar hasta el día de la semana en que se publica en formato impreso. Sin embargo, en ciertas ocasiones, sucede lo contrario y algunos contenidos del papel no se publican en la web, por ejemplo, en el especial de Emilia Pardo Bazán publicado en el número 1029, solo se reproducen digitalmente algunas de las piezas.

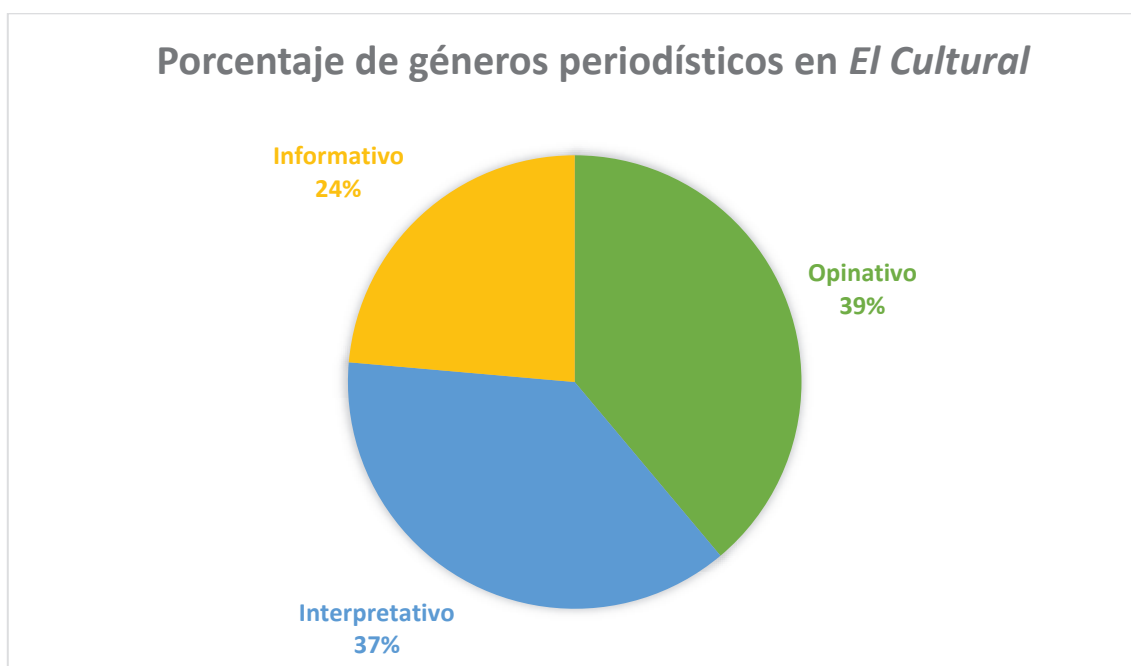
Observamos, además, que la revista aprovecha momentos concretos de la actualidad para hacer listas de canciones, libros o películas, dentro de su web, que tampoco son incluidas en el papel. Por ejemplo, el Día de la Madre, con libros; o la muerte de Franco Battiato, con algunas de sus canciones más reconocidas (unidad de análisis 68). En casos como este último, el formato online permite al medio incluir los vídeos de cada una de las canciones que nombra.

#### 4.4. Géneros periodísticos

En relación con el objetivo 4 (observar si, en *El Cultural*, los géneros periodísticos tradicionalmente asociados al periodismo cultural funcionan en la web de la misma

manera que lo hacen en la prensa tradicional), vemos que, entre dichos géneros, predominan el opinativo, con un total de 28 informaciones de este tipo; y el interpretativo, con 27. Menos frecuente es el género informativo, que suma un total de 17 noticias de las 72 analizadas. En ninguno de los casos estudiados se ha observado un género nativo digital.

En el siguiente gráfico, podemos ver los porcentajes correspondientes a la representación de los diferentes grupos de géneros en la revista *El Cultural*.



Fuente: elaboración propia

Cuando nos encontramos con un género opinativo, este suele corresponderse con una crítica a una exposición que se está celebrando en el momento en que se escribe la pieza periodística, un libro, película o álbum de reciente publicación, o una ópera u obra teatral de estreno. También encontramos opinión en el contenido semanal de ciencia que aparece en la revista en papel, en el que el académico e historiador de la ciencia José Manuel Sánchez Ron da su visión sobre un tema científico de actualidad o sobre algún hito o figura histórica relevante. En la web, se reserva una subsección específica dentro del apartado de ciencia para este autor, a modo de blog, que se denomina “Entre dos aguas”, en la que se recopilan todas sus publicaciones.

Dentro de los géneros interpretativos, entre los contenidos analizados predominan entrevistas a personajes relacionados con la actualidad cultural, reportajes en profundidad y crónicas sobre eventos.

Por su parte, el género informativo se utiliza, en *El Cultural*, para anunciar o recordar actos que tendrán lugar en los próximos días o al día siguiente de la creación de la noticia, como exposiciones, publicaciones de obras o encuentros con artistas. También se recurre a este género para comunicar fallecimientos de figuras relevantes de la cultura. Lo más habitual es que, en estos casos, el formato periodístico utilizado sea la noticia.

Observamos que, además, la mayor parte de los contenidos redactados por periodistas se corresponden con géneros interpretativos, y en menor medida, se utilizan los opinativos e informativos. Sin embargo, cuando nos encontramos con informaciones escritas por expertos, estas suelen tener un formato opinativo, fundamentalmente en forma de crítica, y en ocasiones, interpretativo, cuando se recurre a la crónica. A su vez, la mayoría de las piezas firmadas por *El Cultural* son informativas, y en ningún caso, la firma de la revista se utiliza para géneros opinativos.

Además, vemos que, en la sección de letras, la mayor parte de las piezas son interpretativas, con un total de ocho de las 16 estudiadas; le siguen los contenidos opinativos, que son cinco; y los informativos, que únicamente suman tres. Sin embargo, en el espacio sobre arte, priman los contenidos opinativos, con un total de siete de 16; le siguen los informativos, con seis; y los interpretativos, con una suma de tres. En el apartado sobre escenarios, la mayoría de los géneros utilizados son interpretativos (ocho), seguidos por los opinativos (cinco) y los informativos (tres). En el de cine, la cifra mayoritaria, en este sentido, la adquieren los géneros interpretativos (ocho), luego los opinativos (cuatro) y los informativos (uno). En la sección de ciencia, no encontramos ningún género interpretativo, y la mayoría son opinativos, con siete en total; e informativos, con cuatro.

## 5. CONCLUSIONES

Con los resultados obtenidos, podemos extraer las siguientes conclusiones acerca de la adaptación de la revista *El Cultural* a Internet y el uso de las herramientas del periodismo digital en la web de este medio especializado, así como también podemos detectar áreas de mejora de cara a los posibles retos del futuro del periodismo cultural en Internet, en relación con el objetivo 5.

En primer lugar, observamos que los criterios de inmediatez y de actualidad se cumplen en *El Cultural*, y las informaciones que son publicadas en su web responden a estos, ya que aparecen en el momento en que suceden los hechos, se da noticia de un acontecimiento a los medios de comunicación o sale a la luz una investigación, ensayo, documental u obra literaria, como ejemplos, que dan pie a tratar un tema, aunque este no necesariamente esté vinculado con el presente. Así, es interesante que, sin olvidarse de los citados criterios, los sucesos de la actualidad cultural pueden dar pie a múltiples tipos de piezas periodísticas, no necesariamente noticias. De esta manera, es posible anunciar un evento a través del género informativo, pero también realizar una entrevista a un literato que ha sido premiado o a un artista que hace pública su última obra, hacer una crítica de una exposición que está teniendo lugar o un reportaje en profundidad sobre un hecho histórico que se rescata por su importancia.

Así, podemos concluir que la revista web es independiente de su versión en papel, porque estas piezas que responden a dichos criterios de inmediatez o de actualidad pueden ser publicadas en Internet sin tener que esperar al día de la semana en que se pone a la venta una nueva edición del medio impreso. Y aunque ambos formatos pueden complementarse, reiteramos que son independientes, debido a que a pesar de que casi siempre los contenidos en papel adquieren protagonismo y acaban apareciendo en la versión digital, lo que se hace de manera progresiva, las informaciones en Internet adquieren algunos rasgos propios del periodismo digital (multimedialidad, interactividad, hipertextualidad o resaltado de palabras en negrita).

Además, por esta misma razón, nunca encontramos un volcado de los contenidos en papel a la web, como sucedía en la primera etapa del periodismo digital, a lo que se une el hecho de que las publicaciones que pasan de la revista impresa a Internet se van alternando, en la versión en línea, con otras creadas únicamente para este último formato. Precisamente, con respecto al volcado, comprobamos que, en *El Cultural* sí ha habido una adecuación

al entorno digital, pues los artículos adquieren características propias del periodismo online. De esta manera, los contenidos no son radicalmente distintos si comparamos la versión impresa y la web de *El Cultural*, pero sí encontramos diferencias como el uso de negritas, hiperenlaces, modificación de titulares y subtítulos para llamar la atención, o inclusión de contenidos nuevos que responden al criterio de actualidad.

Sin embargo, esta revista no saca todo el potencial que podría a Internet, sobre todo en lo referente a la interactividad, a la falta de géneros nativos digitales o a los recursos multimedia utilizados, que casi siempre son de la misma tipología. En este sentido, como área de mejora, podría plantearse la inclusión de comentarios o foros de debate para los usuarios (suscritos o no, en función del criterio de la revista) puedan participar de una forma más activa en los contenidos en línea.

Respecto a las firmas y la correcta identificación de estas en las publicaciones analizadas, parece que esta es una costumbre alineada con los medios digitales, que los diferencian de otro tipo de portales en Internet. Además, la autoría, en ocasiones está muy ligada con géneros periodísticos concretos o secciones determinadas para las que se cuenta con periodistas especializados, expertos, o el propio medio como portavoz de un acontecimiento.

Por otra parte, a diferencia de otro tipo de medios como los generalistas, en *El Cultural* priman los géneros opinativos e interpretativos frente a los informativos, aunque ello no significa que estos últimos pierdan protagonismo. Dentro de los géneros opinativos, es frecuente el uso de la crítica, y de su utilización recurrente podemos extraer que es un recurso muy apropiado para los contenidos culturales. Más allá de esto y de las propias temáticas de la especialidad cultural, no encontramos grandes diferencias entre esta revista y la prensa generalista en Internet, pues tienen características comunes como el uso de palabras en negrita, el recurso de la hipertextualidad para generar enlaces a otros contenidos de la misma página web del medio, y la utilización de elementos multimedia que enriquecen las publicaciones.

Si nos centramos en los géneros periodísticos, *El Cultural* no suele utilizar géneros nativos digitales, sino que lo más habitual es que recurra a formatos clásicos como entrevistas, reportajes, críticas, crónicas o noticias, pero adaptadas a Internet con algunas características concretas del periodismo online como las citadas en el párrafo anterior. Este tipo de géneros están presentes en la mayoría de los contenidos publicados a diario

y, sin embargo, el espacio específico dedicado a publicaciones multimedia no se actualiza de manera tan frecuente. En este punto, se detecta otra posible área de mejora en la página web de la revista analizada, a través de una mayor actualización de la sección multimedia o de la inclusión de un mayor número de contenidos cuyo género sea nativo digital.

Pese a ello, como formato digital, sí encontramos un apartado de blogs en la web, cada uno vinculado a un autor concreto, en los que la opinión sigue siendo el género protagonista. Así, comprobamos que, en la mayoría de las ocasiones, los géneros tradicionalmente asociados a esta especialidad funcionan de la misma manera que en la prensa tradicional, pero sí existen algunas diferencias con la versión impresa

Por otro lado, la revista suele vincular, en el hipertexto, a informaciones dentro de la misma página web, de manera que se consigue favorecer el tráfico interno. Los hipervínculos, casi siempre, cumplen de manera satisfactoria su función de ampliar información y contextualizar sobre aquello de lo que se está hablando. Además, siempre aparecen destacados en rojo y están relacionados con el contenido de la información, a pesar de que, en ocasiones, lleven a lugares alejados del origen de esta. Esta es una de las claves por las que verificamos que la revista *El Cultural* utiliza herramientas propias del periodismo digital que la diferencian con el medio en papel.

En cuanto a la multimedialidad, esta es una característica que puede apreciarse en todos los contenidos de la revista, con lo que, en este sentido, sí podemos decir que se ha adaptado al periodismo digital, a pesar de que el tipo de recursos que se utilizan no varían demasiado. Los contenidos con vídeo, en particular, enriquecen las publicaciones que, en papel, no tienen la posibilidad de ser acompañados con este tipo de contenido audiovisual. Sin embargo, estos vídeos no se utilizan de manera habitual, aunque cuando se hace, está totalmente justificado. Con *El Cultural* como ejemplo comprobamos que Internet da la posibilidad de incrustar, en un único medio, diferentes formatos periodísticos en una sola información.

También la interactividad aparece siempre, pero como se ha mencionado, concluimos que no se explota tanto como podría, puesto que solo permite compartir las informaciones en redes sociales o enviarlas a terceras personas a través del correo electrónico, es decir, fuera de la página de Internet de la revista, pero no es posible para los usuarios hacer comentarios dentro del sitio web en el que leen un texto periodístico ni generar debate en



este. Este es, quizá, uno de los elementos digitales a los que *El Cultural* saca menos potencial.

Con todo esto, concluimos que se cumple la hipótesis principal planteada, y *El Cultural* se ha adaptado de manera exitosa a Internet, puesto que la web de la revista contiene rasgos propios del periodismo digital que la diferencian de su versión impresa, a pesar de que en algunas ocasiones se explotan más que en otras.

También comprobamos las dos hipótesis secundarias y, en primer lugar, podemos decir que *El Cultural* elabora sus contenidos atendiendo a las características propias del periodismo especializado en cultura, pues profundiza en diferentes ámbitos relacionados con la creación del ser humano, como el cine, la literatura o la música. Ámbitos que, a su vez, están bien separados en diferentes secciones, si bien es cierto que algunas de ellas se actualizan de manera diaria, mientras que otras lo hacen con menos frecuencia, como el apartado sobre ciencia. Además, esta revista recurre a los géneros definidos por Cavallin (2009) como los más propios del periodismo cultural: la entrevista, el reportaje, la crónica o la noticia, a los cuales habría que añadir la crítica. Y todo ello se hace sin olvidar los criterios de actualidad, originalidad e interés definidos por dicha autora.

Por último, comprobamos que *El Cultural* utiliza ciertas herramientas que hacen su contenido más atractivo para su audiencia objetiva, por ejemplo, cuando modifica los titulares de publicaciones en papel por otros más llamativos, o cuando añade subtítulos que aportan más información antes de pasar a la lectura del texto y que no aparecen en papel. También se logra con la inclusión, en ocasiones, de vídeos o imágenes que no aparecen en la versión impresa.

## 6. BIBLIOGRAFÍA

- Alonso, J. y Martínez, L. (2003). Medios interactivos: caracterización y contenidos. En Díaz-Noci, J. y Salaverría, R. (Coords), *Manual de redacción ciberperiodística* (pp. 261-305). Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Álvarez, E. (2015). El lenguaje periodístico cultural: nuevas plataformas, nuevos paradigmas. *Oigia. Revista de Estudios Hispánicos*, (17), 55-67.
- AIMC (2021). Primera ola EGM 2021. Recuperado de <https://reporting.aimc.es/index.html#/main/cockpit>
- Armentia, J. I. y Caminos, J. M. (2009). *Redacción informativa en prensa*. Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Borrat, H. (1993). Hacia una teoría de la especialización periodística. *Análisis*, (15), 79-84.
- Canales, M. (2006). *Metodologías de investigación social. Introducción a los oficios*. Santiago de Chile, Chile: LOM Ediciones.
- Cavallin, C. (2009). Del Twitter como plaza o cómo se configuran los nuevos espacios para el periodismo cultural. *Anuario Electrónico de Estudios en Comunicación Social "Disertaciones"*, 2(2), 89-103.
- Canavilhas, J. (2007). *Webnoticia: propuesta de modelo periodístico para la www* (tesis doctoral), Universidad de Salamanca, España.
- Díaz-Noci, J. y Salaverría, R. (Coords.). (2003). *Manual de redacción ciberperiodística*. Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Codina, L. (2003). Hiperdocumentos: composición, estructura y evaluación. En Díaz-Noci, J. y Salaverría, R. (Coords), *Manual de redacción ciberperiodística* (pp. 141-193). Barcelona, España: Editorial Ariel.
- El Cultural (s.f.). Quiénes somos. Recuperado de <https://elcultural.com/quienes-somos>
- Elías, C. (2003). Los suplementos especializados como guetos de noticias en la prensa generalista: el caso de los científicos y sanitarios. *Ámbitos: Revista Internacional de Comunicación*, 9-10.

- El Mundo (10 de mayo de 2017). Los 27 años de EL MUNDO en 27 portadas. Recuperado de [https://www.elmundo.es/album/television/2017/05/10/59120c18e5fdea1a718b4590\\_1.html](https://www.elmundo.es/album/television/2017/05/10/59120c18e5fdea1a718b4590_1.html)
- Garbisu, M. y Blanco, I. (Coords.) (2019). *Periodismo cultural*. Madrid, España: Centro de Estudios Financieros.
- García, E. y Pou, M. J. (2003). Características de la comunicación digital. En Díaz-Noci, J. y Salaverría, R. (Coords), *Manual de redacción ciberperiodística* (pp. 261-305). Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Jaramillo, C. (2019). Comunicación cultural en Internet. En Garbisu, M. y Blanco, I. (Coords), *Periodismo cultural* (pp. 73-116). Madrid, España: Centro de Estudios Financieros.
- López, X. Gago, M. y Pereira, X. (2003). Arquitectura y organización de la información. En Díaz-Noci, J. y Salaverría, R. (Coords), *Manual de redacción ciberperiodística* (pp. 261-305). Barcelona, España: Editorial Ariel.
- Martín, E. y Blanco, I. (2016). Adaptación de la prensa especializada en música clásica a Internet. *Mediatika. Cuadernos de Medios de Comunicación*, (15), 51-78.
- Meso, K. (2006). *Introducción al ciberperiodismo. Breve acercamiento al estudio del periodismo en internet*. Universidad del País Vasco.
- Mercado, M. T. (2006). *Aportaciones teóricas en torno al concepto de periodismo especializado*, 1(9).
- Morone, G. (2013). Métodos y técnicas de la investigación científica. *Documento de trabajo*. Universidad Católica de Valparaíso, Chile.
- Piñeiro, V. (2012). Métodos de investigación científica de los medios de comunicación: el análisis de contenido de páginas web. En *Las Media Enterprises y las Industrias Culturales, Investigar la Comunicación y los Nuevos Medios*. Congreso llevado a cabo en la Universidad de Salamanca, España.
- Rodríguez, R. (2009). El papel de las fuentes virtuales en el periodismo cultural. En Quesada, M. (Coord.), *Internet como fuente generadora de contenidos*

*especializados*. IX Encuentro de Profesores de Periodismo Especializado, Barcelona, España.

Toro, O., Contreras, P. y Hernando, A. (2018). Planeta Futuro, Desalambre y Revista 5w, la consolidación de un periodismo especializado en desarrollo en España. *Sphera publica: revista de ciencias sociales y de la comunicación*, 1(18), 66-82.

Unidad Editorial (s.f.). *El Cultural*. Recuperado de [http://www.unidadeditorial.com/producto.aspx?id=el\\_cultural](http://www.unidadeditorial.com/producto.aspx?id=el_cultural)

Vicente, M. (2009). Desde el análisis de contenido hacia el análisis del discurso: la necesidad de una apuesta decidida por la triangulación metodológica. En F. Sierra (coordinador), *IX Congreso Iberoamericano de Comunicación: Ibercom 06: Iberoamérica: comunicación, cultura y desarrollo en la era digital*. Francisco Sierra Caballero (Presidencia). Congreso llevado a cabo en la Universidad de Sevilla, España.

## 7. ANEXOS

### 7.1. Anexo 1. Ficha de análisis

<u>Unidad de análisis</u>	<u>Fecha</u>	<u>Autor</u>	<u>Género</u>	<u>Sección</u>	<u>Hipertexto</u>	<u>Multimedialidad</u>	<u>Interactividad</u>	<u>Volcado</u>
1	23/04/2021	2	2	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
2	23/04/2021	2	2	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
3	26/04/2021	3	3	2	1, 3, 5	2	1	2
4	27/04/2021	2	3	2	1, 3, 5	2	1	2
5	27/04/2021	2	2	3	1, 3, 5	2	1	2
6	28/04/2021	3	3	3	2, 3, 5	2	1	2
7	23/04/2021	2	2	4	1, 2, 3, 5	2	1	2
8	27/04/2021	3	3	4	1, 3, 5	2	1	2
9	26/04/2021	3	3	5	1, 3, 5	2	1	2
10	23/04/2021	2	1	1	2, 3,5	2	1	2
11	27/04/2021	6	2	1	8	2	1	2
12	29/04/2021	2	2	2	1, 3, 5	2	1	2
13	28/04/2021	4	1	2	2, 3, 5	2	1	2
14	28/04/2021	4	1	3	8	2	1	2
15	28/04/2021	2	2	3	8	2	1	2
16	26/04/2021	2	2	4	1, 2, 3, 5	2	1	2
17	27/04/2021	2	2	4	1, 3, 5	2	1	2
18	29/04/2021	5	1	5	1, 3, 5	2	1	2
19	04/05/2021	2	2	1	1, 3, 5	2	1	2
20	03/05/2021	3	3	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
21	03/05/2021	3	3	2	2, 3, 5	2	1	2
22	04/05/2021	3	2	2	2, 3, 5	2	1	2
23	06/05/2021	3	2	3	1, 3, 5	2	1	2
24	05/05/2021	2	2	3	1, 3, 5	2	1	2
25	03/05/2021	3	2	4	2, 3, 5	2	1	2
26	03/05/2021	3	3	5	2, 3, 5	2	1	2

27	05/05/2021	4	1	1	1, 3, 5	2	1	2
28	05/05/2021	2	2	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
29	06/05/2021	2	2	2	1, 2, 3, 5	2	1	2
30	05/05/2021	2	1	2	1, 3, 5	2	1	2
31	05/05/2021	3	1	3	1, 3, 5	2	1	2
32	03/05/2021	2	2	3	2, 3, 5	2	1	2
33	30/04/2021	2	2	4	1, 3, 5	2	1	2
34	30/04/2021	2	3	4	8	2	1	2
35	06/05/2021	5	1	5	8	2	1	2
36	30/04/2021	4	1	5	1, 3, 5	2	1	2
37	10/05/2021	3	2	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
38	10/05/2021	2	3	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
39	11/05/2021	3	3	2	1, 2, 3, 5	2	1	2
40	12/05/2021	3	3	2	1, 3, 5	2	1	2
41	13/05/2021	2	2	3	8	2	1	2
42	13/05/2021	3	3	3	2, 3, 5	2	1	2
43	07/05/2021	2	2	4	1, 2, 3, 5	2	1	2
44	10/05/2021	3	3	5	2, 3, 5	2	1	2
45	07/05/2021	2	2	1	1, 3, 5	2	1	2
46	10/05/2021	2	3	1	1, 3, 5	2	1	2
47	07/05/2021	4	1	2	1, 3, 5	2	1	2
48	13/05/2021	4	1	2	1, 3, 5	2	1	2
49	07/05/2021	2	3	3	1, 3, 5	2	1	2
50	11/05/2021	4	1	3	1, 3, 5	2	1	2
51	07/05/2021	3	3	4	8	2	1	2
52	12/05/2021	4	1	4	1, 3, 5	2	1	2
53	07/05/2021	3, 5	3	5	1, 3, 5	2	1	2
54	12/05/2021	3, 5	3	5	1, 3, 5	2	1	2
55	17/05/2021	2	2	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
56	17/05/2021	3	3	1	2, 3, 5	2	1	2
57	18/05/2021	3	3	2	8	2	1	2
58	17/05/2021	3	3	2	1, 3, 5	2	1	2
59	14/05/2021	2	2	3	1, 3, 5	2	1	2

60	19/05/2021	2	3	3	2, 3, 5	2	1	2
61	14/05/2021	3	2	4	8	2	1	2
62	17/05/2021	3	3	5	2, 3, 5	2	1	2
63	14/05/2021	3	3	1	8	2	1	2
64	19/05/2021	4	1	1	1, 2, 3, 5	2	1	2
65	18/05/2021	4	1	2	1, 3, 5	2	1	2
66	19/05/2021	2	1	2	1, 3, 5	2	1	2
67	17/05/2021	3	3	3	1, 2, 3, 5	2	1	2
68	18/05/2021	4	2	3	8	2	1	2
69	14/05/2021	2	3	4	2, 3, 5	2	1	2
70	14/05/2021	2	2	4	1, 2, 3, 5	2	1	2
71	17/05/2021	5	1	5	1, 3, 5	2	1	2
72	19/05/2021	6	3	5	8	2	1	2

## 7.2. Anexo 2. Unidades de análisis

### Unidad de análisis 1

Francisco Brines: “La lujuria de la escritura responde a la necesidad vital”.

<https://elcultural.com/francisco-brines-la-lujuria-de-la-escritura-responde-a-la-necesidad-vital>

### Unidad de análisis 2

La primera vez en el mundo del libro

<https://elcultural.com/la-primera-vez-en-el-mundo-del-libro>

### Unidad de análisis 3

Charlotte Johannesson, la seducción de las pioneras

<https://elcultural.com/charlotte-johannesson-la-seduccion-de-las-pioneras>

### Unidad de análisis 4

De carne y hueso, por favor

<https://elcultural.com/de-carne-y-hueso-por-favor>

### **Unidad de análisis 5**

*Shock 2*, la guerra nuestra de cada día

<https://elcultural.com/shock-2-la-guerra-nuestra-de-cada-dia>

### **Unidad de análisis 6**

La Ritirata ‘canta’ a Scarlatti

<https://elcultural.com/la-ritirata-canta-a-alessandro-scarlatti>

### **Unidad de análisis 7**

Los Óscar del coronavirus apuestan por los marginados

<https://elcultural.com/los-oscar-del-coronavirus-apuestan-por-los-marginados>

### **Unidad de análisis 8**

*Genesis Noir*, astrofísica a ritmo de jazz

<https://elcultural.com/genesis-noir-astrofisica-a-ritmo-de-jazz>

### **Unidad de análisis 9**

Científicos en busca del Santo Grial

<https://elcultural.com/cientificos-en-busca-del-santo-grial>

### **Unidad de análisis 10**

Un Cervantes sin Brines pero lleno de literatura

<https://elcultural.com/un-cervantes-sin-brines-pero-lleno-de-literatura>

### **Unidad de análisis 11**

La guerra del Rif, el último viaje de Jorge M. Reverte

<https://elcultural.com/la-guerra-del-rif-el-ultimo-viaje-de-jorge-m-reverte>

### **Unidad de análisis 12**

¿Cómo se ha representado el cuerpo a lo largo de la historia?

<https://elcultural.com/como-se-ha-representado-el-cuerpo-en-la-historia>



### **Unidad de análisis 13**

Rafael Moneo, León de Oro de la Bienal de Venecia de Arquitectura

<https://elcultural.com/rafael-moneo-leon-de-oro-de-la-bienal-de-venecia-de-arquitectura>

### **Unidad de análisis 14**

Éxito del concierto experimental de Love of Lesbian: solo 6 positivos entre 4.592 asistentes

<https://elcultural.com/exito-del-concierto-experimental-de-love-of-lesbian-solo-6-positivos-entre-4-592-asistentes>

### **Unidad de análisis 15**

Moby: “El éxito conduce al pánico; y el pánico, a las drogas”

<https://elcultural.com/moby-el-exito-conduce-al-panico-y-el-panico-a-las-drogas>

### **Unidad de análisis 16**

'Nomadland' triunfa en unos Óscar que reivindicán la compasión

<https://elcultural.com/nomadland-triunfa-en-unos-oscar-que-reivindican-la-compasion>

### **Unidad de análisis 17**

Aquí se piensan las series

<https://elcultural.com/aqui-se-piengan-las-series>

### **Unidad de análisis 18**

Muere Michael Collins, uno de los tres primeros astronautas que viajaron a la Luna

<https://elcultural.com/muere-michael-collins-uno-de-los-tres-primeros-astronautas-que-viajaron-a-la-luna>

### **Unidad de análisis 19**

Remedios Zafra: “La prisa es enemiga de la cultura, crear necesita tiempo”

<https://elcultural.com/remedios-zafra-la-prisa-es-enemiga-de-la-cultura-crear-necesita-tiempo>

### **Unidad de análisis 20**

García Márquez y Vargas Llosa, la charla que prendió la mecha del “boom”

<https://elcultural.com/garcia-marquez-y-vargas-llosa-la-charla-que-prendio-la-mecha-del-boom>

### **Unidad de análisis 21**

De Madrid al mar, el mundo como problema

<https://elcultural.com/de-madrid-al-mar-el-mundo-como-problema>

### **Unidad de análisis 22**

Óscar Tusquets: “La arquitectura no puede juzgarse con fotografías”

<https://elcultural.com/oscar-tusquets-la-arquitectura-no-puede-juzgarse-solo-a-partir-de-fotografias>

### **Unidad de análisis 23**

Festival de Jerez, 25 años en el paraíso flamenco

<https://elcultural.com/festival-de-jerez-25-anos-en-el-paraiso-flamenco>

### **Unidad de análisis 24**

Pedro Salinas, la función a ti debida

<https://elcultural.com/pedro-salinas-la-funcion-a-ti-debida>

### **Unidad de análisis 25**

Fernando Trueba: “No hay que dejarse achantar por los matones de turno”

<https://elcultural.com/fernando-trueba-no-hay-que-dejarse-achantar-por-los-matones-de-turno>

### **Unidad de análisis 26**

¿Memoria corta?

<https://elcultural.com/memoria-corta>

### **Unidad de análisis 27**

El papel de España en América y sus mares durante el siglo XVIII

<https://elcultural.com/el-papel-de-espana-en-america-y-sus-mares-durante-el-siglo-xviii>

### **Unidad de análisis 28**

Literatura y exilio, las voces del naufragio de Europa

<https://elcultural.com/literatura-y-exilio-las-vozes-del-naufragio-de-europa>

### **Unidad de análisis 29**

¡Esto es un atraco! Ocho grandes robos de la historia del arte

<https://elcultural.com/esto-es-un-atraco-ocho-grandes-robos-de-la-historia-del-arte>

### **Unidad de análisis 30**

A subasta una pintura de Lavinia Fontana descubierta en una colección española

<https://elcultural.com/a-subasta-una-pintura-de-lavinia-fontana-descubierta-en-una-coleccion-espanola>

### **Unidad de análisis 31**

Los 150 años de Segundo de Chomón, el Méliès español

<https://elcultural.com/los-150-anos-de-segundo-de-chomon-el-melies-espanol>

### **Unidad de análisis 32**

Bejo, “flow” canario para soñar con la vieja normalidad

<https://elcultural.com/bejo-flow-canario-para-sonar-con-la-vieja-normalidad>

### **Unidad de análisis 33**

Oriol Paulo: “Nuestra apuesta es que cada episodio sea como una mini-película”

<https://elcultural.com/oriol-paulo-nuestra-apuesta-en-el-inocente-es-que-cada-episodio-sea-como-una-mini-pelicula>

### **Unidad de análisis 34**

El fotógrafo de Minamatá: la redención del periodista

<https://elcultural.com/el-fotografo-de-minamata-la-redencion-del-periodista>

### **Unidad de análisis 35**

Descubierto el enterramiento humano más antiguo de África

<https://elcultural.com/descubierto-el-enterramiento-humano-mas-antiguo-de-africa>

### **Unidad de análisis 36**

La Fundación BBVA premia a Gerald Holton, albacea de Einstein y adalid contra la anticiencia

<https://elcultural.com/la-fundacion-bbva-premia-a-gerald-holton-albacea-de-einstein-y-adalid-contra-la-anticiencia>

### **Unidad de análisis 37**

Emilia Pardo Bazán, regreso a Meirás

<https://elcultural.com/emilia-pardo-bazan-regreso-a-meiras>

### **Unidad de análisis 38**

Un mundo bajo el autoritarismo

<https://elcultural.com/un-mundo-bajo-el-autoritarismo>

### **Unidad de análisis 39**

La atracción arqueológica de Picasso

<https://elcultural.com/la-atraccion-arqueologica-de-picasso>

### **Unidad de análisis 40**

Ecos de la amistad creativa

<https://elcultural.com/ecos-de-la-amistad-creativa>

### **Unidad de análisis 41**

Último tren para los Machado

<https://elcultural.com/ultimo-tren-para-los-machado>

### **Unidad de análisis 42**

“Es lo contrario”, ópera a oscuras

<https://elcultural.com/es-lo-contrario-opera-a-oscuras>

### **Unidad de análisis 43**

La resurrección de Val del Omar

<https://elcultural.com/la-resurreccion-de-val-del-omar>

### **Unidad de análisis 44**

El blues de los agujeros negros

<https://elcultural.com/el-blues-de-los-agujeros-negros>

### **Unidad de análisis 45**

Lorenzo Silva: “Si la identidad se convierte en un garrote, se vuelve terrorífica”

<https://elcultural.com/lorenzo-silva-si-la-identidad-se-convierte-en-un-garrote-se-vuelve-terrorifica>

### **Unidad de análisis 46**

Thomas Wolfe, la agonía y el titanismo de la escritura

<https://elcultural.com/thomas-wolfe-la-agonia-y-el-titanismo-de-la-escritura>

### **Unidad de análisis 47**

El Turner Prize apuesta por el cambio social

<https://elcultural.com/el-turner-prize-apuesta-por-el-cambio-social-a-traves-del-arte>

### **Unidad de análisis 48**

Vía libre para declarar el Caravaggio Bien de Interés Cultural

<https://elcultural.com/via-libre-para-declarar-el-caravaggio-bien-de-interes-cultural>

### **Unidad de análisis 49**

“Las Troyanas” como pieza de cámara

<https://elcultural.com/las-troyanas-como-pieza-de-camara>

### **Unidad de análisis 50**

Canal Street, la danza urbana salta de la calle al escenario

<https://elcultural.com/canal-street-la-danza-urbana-salta-de-la-calle-al-escenario>

### **Unidad de análisis 51**

“Quo Vadis, Aida?”, teatro del absurdo en la matanza de Srebrenica

<https://elcultural.com/quo-vadis-aida-teatro-del-absurdo-en-la-matanza-de-srebrenica>

### **Unidad de análisis 52**

Los Globos de Oro siguen en el aire

<https://elcultural.com/los-globos-de-oro-siguen-en-el-aire>

### **Unidad de análisis 53**

Las patentes, a examen

<https://elcultural.com/las-patentes-a-examen>

### **Unidad de análisis 54**

Mezclar o no mezclar vacunas, ¿esa es la cuestión?

<https://elcultural.com/mezclar-o-no-mezclar-vacunas-esa-es-la-cuestion>

### **Unidad de análisis 55**

José María Ridaó: “No creo que los intelectuales hayamos hecho un buen trabajo”

<https://elcultural.com/jose-maria-ridao-no-creo-que-los-intelectuales-hayamos-hecho-un-buen-trabajo>

### **Unidad de análisis 56**

El libre y satírico humor de la Transición

<https://elcultural.com/el-libre-y-satirico-humor-de-la-transicion>

### **Unidad de análisis 57**

“Placenta”: en las tripas del museo

<https://elcultural.com/placenta-en-las-tripas-del-museo>

### **Unidad de análisis 58**

Somos cuerpos

<https://elcultural.com/somos-cuerpos>

### **Unidad de análisis 59**

Alondra de la Para: “La pandemia, a la larga, jugará a favor de la música”

<https://elcultural.com/alondra-de-la-parra-la-pandemia-a-la-larga-jugara-a-favor-de-la-musica>

### **Unidad de análisis 60**

Losa se deja llevar por el *Levante*

<https://elcultural.com/losa-se-deja-llevar-por-el-levante>

### **Unidad de análisis 61**

*Hijos del Sol*, Majidi y los Goonies de Oriente

<https://elcultural.com/hijos-del-sol-majidi-y-los-goonies-de-oriente>

### **Unidad de análisis 62**

¿Existe la antimateria?

<https://elcultural.com/existe-la-antimateria>

### **Unidad de análisis 63**

“Kraut”: palabras enterradas en la memoria

<https://elcultural.com/kraut-palabras-enterradas-en-la-memoria>

### **Unidad de análisis 64**

Gloria Steinem, Premio Princesa de Asturias de Comunicación y Humanidades

<https://elcultural.com/gloria-steinem-premio-princesa-de-asturias-de-comunicacion-y-humanidades>

### **Unidad de análisis 65**

Un viaje por la historia de las comunicaciones en España

<https://elcultural.com/un-viaje-por-la-historia-de-las-comunicaciones-en-espana>

### **Unidad de análisis 66**

África, mujeres y medioambiente: las cuestiones sociales llegan a PhotoEspaña

<https://elcultural.com/africa-mujeres-y-medioambiente-las-cuestiones-sociales-llegan-a-photoespana>

### **Unidad de análisis 67**

Joan Baez y el hombre cabal

<https://elcultural.com/joan-baez-y-el-hombre-cabal>

### **Unidad de análisis 68**

Cinco canciones imprescindibles de Franco Battiato

<https://elcultural.com/cinco-canciones-imprescindibles-de-franco-battiato>

### **Unidad de análisis 69**

“Belgraviá”: la fórmula Fellowes

<https://elcultural.com/belgravia-la-formula-fellowes>

### **Unidad de análisis 70**

Nicolas Winding Refn: "La poesía es un acto de violencia"

<https://elcultural.com/nicolas-winding-refn-la-poesia-es-un-acto-de-violencia>

### **Unidad de análisis 71**

China aterriza con éxito su primer rover en Marte

<https://elcultural.com/china-aterriza-con-exito-su-primer-rover-en-marte>

### **Unidad de análisis 72**

David Attenborough, una profecía de vida y esperanza

<https://elcultural.com/david-attenborough-una-profecia-de-vida-y-esperanza>