



FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN, TURISMO Y PSICOLOGÍA
ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO CULTURAL DEL
SUPLEMENTO “LUCES” EN EL TEATRO PERUANO**

PRESENTADA POR
KARLA SOFIA MILLA BAUTISTA

ASESORA
ANNA BERMEO TURCHI

TRABAJO DE INVESTIGACIÓN PARA OPTAR EL GRADO DE BACHILLER
EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

LIMA – PERÚ

2019



Reconocimiento - No comercial - Sin obra derivada
CC BY-NC-ND

El autor sólo permite que se pueda descargar esta obra y compartirla con otras personas, siempre que se reconozca su autoría, pero no se puede cambiar de ninguna manera ni se puede utilizar comercialmente.

<http://creativecommons.org/licenses/by-nc-nd/4.0/>



USMP
UNIVERSIDAD DE
SAN MARTÍN DE PORRES

**FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN,
TURISMO Y PSICOLOGÍA**

ESCUELA PROFESIONAL DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

**CARACTERÍSTICAS DEL PERIODISMO CULTURAL DEL
SUPLEMENTO “LUCES” EN EL TEATRO PERUANO**

**Trabajo de investigación para optar el Grado de Bachiller en Ciencias de la
Comunicación**

Presentado por:

KARLA SOFIA MILLA BAUTISTA

Asesor (a):

DRA. ANNA BERMEO TURCHI

LIMA, PERÚ

2019

DEDICATORIA

Este trabajo de investigación se lo dedico a mis padres, hermana y familia por su comprensión y apoyo incondicional durante el tiempo de desarrollo. Todo se lo debo a ellos.

AGRADECIMIENTOS

Debo agradecer por el tiempo y paciencia durante la asesoría brindada a la Dra. Anna Bermeo. A su vez, a la Srta. Claudia Suárez por su comprensión y respaldo en el ámbito laboral.

ÍNDICE

PORTADA.....	1
DEDICATORIA.....	2
AGRADECIMIENTO.....	3
ÍNDICE.....	4
INTRODUCCIÓN.....	6

CAPÍTULO I: PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática.....	10
1.1.1. Formulación del problema.....	15
1.1.1.1. Formulación de problemas específicos.....	16
1.2. Objetivos de investigación.....	
1.2.1. Objetivos específicos.....	
1.3. Justificación de la investigación.....	
1.4. Viabilidad.....	18
1.5. Limitaciones.....	

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de la investigación.....	19
2.2. Bases teóricas.....	24
2.2.1. Periodismo Cultural.....	
2.2.1.1. Tratamiento de la noticia.....	26
2.2.1.2. Dimensión de los contenidos culturales.....	28
2.2.1.3. Cobertura informativa.....	30
2.2.2. Teoría Crítica de la Comunicación.....	32
2.2.3. Definición de términos.....	37

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico.....	41
3.2. Diseño de la muestra.....	42
3.2.1. Muestra.....	
3.3. Técnicas de recolección de datos.....	43
3.3.1. Técnicas.....	
3.4. Aspectos éticos.....	45

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Presentación de análisis y resultados.....	46
---	----

CAPÍTULO V: DISCUSIÓN

5.1. Discusión.....	59
5.2. Conclusiones.....	67
5.3. Recomendaciones.....	68

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas.....	69
Referencias de tesis.....	70
Referencias electrónicas.....	71
Referencias de Congresos.....	73

ANEXOS.....	74
--------------------	-----------

INTRODUCCIÓN

El periodismo tiene un rol importante en la sociedad empezando por el mantenerlos informados sobre los hechos que acontecen en el día a día, a través de su difusión en los medios de comunicación. En esta investigación tratamos sobre el periodismo cultural, el cual analiza todas las manifestaciones del término cultura como arte, teatro, música, cine, literatura, gastronomía, etc.

El periodismo en sí es ya una acción cultural. Ahora, si mencionamos el término periodismo cultural, nos referimos a una valoración y especialización en materias culturales al momento de realizar la doble condición de toda actividad periodística: crear un mensaje y transmitir un hecho. (Ayala y León, 2000)

Esta rama del periodismo es necesaria en la sociedad para informarse y reflexionar sobre las distintas tendencias culturales que se manifiestan en nuestro país de una manera más amplia. Este tipo de periodismo se define por dos grandes temas que se basan en cuanto a su producción de información y en la estructura narrativa con la que se cuentan los hechos y como se expresa ante la sociedad en los suplementos de los diarios, páginas webs, secciones culturales, boletines, blogs, redes sociales, revistas, afiches, entre otros. Son tantas las plataformas en las cuales se puede trabajar esta rama del periodismo, usando herramientas masivas de comunicación.

Si bien es cierto el periodismo cultural es un área compleja para los periodistas, ya que tienen que lidiar con distintas propuestas sobre arte, corrientes ideológicas, letras, música, danzas, ciencias sociales y otros aspectos que se relacionan en la producción y consumo de la cultura. Esta labor inicia con ese trabajo de manifestar las problemáticas culturales a la sociedad, de interpretar la realidad y creatividad del hombre en el arte, siguiendo un estilo y enfoque para tratar el tema hacia un determinado público objetivo.

El papel de culturización y conformación de opinión que tuvo la imprenta no llegaría a materializarse hasta que la burguesía alcanzó el poder y se vio en la necesidad de legitimarlo, pero la imprenta influyó poderosamente en ese proceso a

través de la primitiva información impresa y de la difusión de la cultura. (Rodríguez, 2006)

Es importante reconocer que el periodismo tiene un amplio mundo en donde existen distintas ramas y especializaciones que se orientan según las preferencias, gustos e intereses de la sociedad. Nosotros nos enfocaremos en analizar el ámbito cultural, ya que en los últimos años la población ha perdido el interés de informarse sobre temas culturales, para darle preferencias al consumo de noticias sobre “espectáculo”, considerado en nuestro país como farándula.

Ante esta pérdida de cultura, también analizaremos el papel de los medios de comunicación, en este caso con la prensa escrita; quienes deben de cumplir con ciertas funciones que permitan mejorar la calidad de educación cultural de la población, siendo estas: el **tratamiento de la noticia**, la **dimensión de contenidos culturales** y la **cobertura informativa**.

En esta investigación consideramos que el Periodismo Cultural es una de las actividades profesionales que exige que los periodistas tengan una mayor preparación para lograr un cambio y mejora en la sociedad, pues en ellos está el deber de proporcionar y aportar información sin dejar de lado la calidad de información que se va a difundir. Los medios de prensa escrita cada vez menos desarrollan noticias de interés cultural, para basarse y trabajar según la industria cultural, es decir, lo que mueve más a un medio de comunicación o por los temas que más siguen sus lectores, dejando de lado la importancia de la cultura por un tema de espectáculos. Esto es ocasionado, debido a que emplean un contenido pobre o por la falta de interés en estos temas.

Es por eso que el objetivo de la investigación fue **identificar cuáles son las características del Periodismo Cultural en el Suplemento “Luces” en el teatro peruano**, de uno de los periódicos de mayor trascendencia en el país, **El Comercio**, ya que este medio de prensa escrita llega a una gran parte de la población peruana.

Para sustentar nuestra variable contaremos con cuatro autores representativos del periodismo cultural, entre ellos tenemos a Jesús Martín-Barbero con el libro

“Periodismo y Cultura” (1991, a Khristhian Ayala Calderón con su libro “El periodismo cultural y el de espectáculos. Trayectoria de la prensa escrita Lima, siglos XIX y XX (2000), y a Jorge Rivera con “El periodismo cultural” (1995), con quienes a través de sus escritos sustentaremos la investigación.

La muestra de estudio estuvo compuesta por la cobertura informativa al Suplemento Luces de El Comercio, en donde trabajamos con 7 “noticias testigo”. Para el desarrollo de la investigación y responder a las preguntas de investigación formuladas; la investigación se enmarca en el **tipo descriptiva**, de **paradigma cualitativo** con análisis a profundidad, que se caracteriza por conocer las situaciones y actitudes predominantes de determinado fenómeno. El diseño será no **experimental, longitudinal, transversal**. Las técnicas de recolección de datos producir conocimiento científico, sistemático y riguroso, es metódico, racional y reflexivo para llegar a ser objetivo, y producir conocimiento será una ficha técnica de **análisis de contenido** (Recogida de datos), de carácter **documental** relacionada a la revisión y análisis de información enmarcado en métodos y técnicas de investigación en comunicación social en cuanto al contenido de la prensa escrita.

La investigación está compuesta por V capítulos interrelacionados

El Capítulo I está compuesto por la descripción del problema, en donde se formula la pregunta principal junto a sus problemas específicos. Asimismo, el objetivo general de la investigación y sus respectivos objetivos específicos, la justificación, limitaciones y viabilidad de la investigación.

En el Capítulo II entramos al desarrollo del marco teórico; es decir, los antecedentes de la investigación, en donde sustentamos con las bases teóricas como la Teoría Crítica de la Comunicación y definimos los términos aplicados a la investigación, en este caso sobre el periodismo cultural.

En el capítulo III encontraremos el marco metodológico de la investigación en el que se describe el tipo y diseño de investigación; mencionando la muestra de estudio, las técnicas para el procesamiento de la información a través de la recolección de datos y los aspectos éticos llevados a cabo en la investigación.

En el capítulo IV presentamos los resultados y las experiencias obtenidas en el proceso empleado, en este caso los resultados de las fichas técnicas del análisis de contenido al suplemento Luces del diario El Comercio con relación a las noticias del teatro peruano.

En el capítulo V se describe la discusión, conclusiones y recomendaciones a las que se llegó con relación a la pregunta de investigación. Finalmente se encontrarán las recomendaciones, bibliografía y anexos del trabajo de investigación.

CAPÍTULO I

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

1.1. Descripción de la realidad problemática

El periodismo cultural es una de las ramas y especializaciones del periodismo, el cual se orienta a las preferencias e intereses de la sociedad con relación a las manifestaciones culturales. Los medios periodísticos tienen un papel fundamental en la sociedad, pues son canales que sirven de puente entre los agentes culturales, las obras y el espectador. Simplificando podríamos llamarlos como mediadores culturales.

Para Rivera (2003)

Todo periodismo, en definitiva, es un fenómeno ‘cultural’ por sus orígenes, objetivos y procedimientos”; no obstante, el periodismo cultural ha sido históricamente entendido como el terreno periodístico confuso, que implica una diversa gama de medios, géneros y productos conectados a las bellas artes, bellas letras, y la cultura popular frutos de procesos de construcción humana, social e intelectual (p.102)

Se discurre que el periodismo cultural en los suplementos no afronta regularmente ni en profundidad los temas relativos a la multiculturalidad; a las subculturas; a los procesos de producción, circulación y consumo de significaciones en la vida social; a los procesos de hibridación cultural; ni al patrimonio cultural.

La cultura es el conjunto de rasgos distintivos, espirituales y materiales, intelectuales y afectivos que caracterizan a una sociedad o a un grupo social. Ella engloba, además de las artes y las letras, los modos de vida, los derechos fundamentales del ser humano, los sistemas de valores, y las creencias. La cultura da al hombre la capacidad de reflexión sobre sí mismo. Es ella la que hace de nosotros seres específicamente humanos, racionales, críticos y éticamente comprometidos. Por ella es como discernimos los valores y realizamos nuestras opciones. Por ella es como el hombre se expresa, toma conciencia de sí mismo, se reconoce como un proyecto inacabado, pone en cuestión sus propias realizaciones, busca incansablemente nuevos significados y crea obras que la trascienden. (UNESCO, 1982)

El periodismo y la cultura tienen una estrecha relación porque ambos están inmersos en las Ciencias Sociales. La cultura es la que determina las prácticas o los rituales que acontecen al interior de las sociedades. De esta manera, el desarrollo del individuo dentro de las esferas sociales, solo será entendido a partir de las prácticas culturales propias de ese entorno. En este caso, una sociedad de masas donde las instituciones tanto públicas como privadas conforman el centro, como los medios de comunicación.

Actualmente, el periodismo cultural no cuenta con todo el interés de la población, a pesar de ser el campo de información con mayor trascendencia social. Desde sus inicios, esta rama del periodismo ha estado relacionado con la prensa escrita, en el mundo de las letras a través de los libros, guiones, poemarios; y el arte por medio del folclore, danza, música, teatro y pintura; haciendo de este un espacio con una amplia variedad de temas por tratar que incluye a los acontecimientos y eventos más relevantes del mundo cultural.

En consecuencia, el periodismo cultural ha perdido valor desde su creación, pues desde sus orígenes de acuerdo a Rivera (2006) en Rodríguez (2011) que señala:

Es difícil distinguir dónde deja de difundirse cultura y cuando empieza a hacerse cultura (...). El periodismo es cultura: no sólo la transmite, también la crea y la produce. Los medios de comunicación de masas son incluso la cultura más característica y definitoria de nuestro tiempo. Pero es una cultura que no

tiene como objetivo primario e inmediato la formación de la persona, sino que esto lo alcanza de modo subsidiario, pues su fin intrínseco es dar información y transmitirla” (p. 6)

Tubau (1988) el Periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación; se deduce que la noticia cultural es neta información, donde los contenidos de las noticias culturales, siempre estarán sujetos al lenguaje de la cultura.

Se evidencia en el periodismo cultural fallas que se dan en los pocos espacios culturales, y esto tiene que ver directamente con la manera cómo se está haciendo el periodismo en el país. La primera falla es la superficialidad, donde la información se muestra como trivial, sin mayor importancia, ante la falta de investigación. Se publican artículos sin reflexión, con fuentes poco confiables, lo que demuestra en la publicación poca o casi mínima credibilidad. La mayoría de las veces se cae en lo anecdótico y con argumentos paternalistas se exaltan, sin beneficio de inventario, muchos elementos que supuestamente encarnan el gusto colectivo (Salas, 1991, p. 48).

Uno de los puntos en donde el periodismo cultural debe mejorar es en cuanto a la calidad de información que brinda a la sociedad. Es decir que, no se trata sólo de informar sobre el estreno o avant premiere de una película, función de teatro, el lanzamiento de una canción, disco o de un libro; se trata de ir más allá de las noticias comunes, de darle distintos enfoques, de trabajar en ellas para dar a conocer una mejor información. A su vez, esto depende mucho de la calidad de eventos culturales que se realicen en el país, pero sobre todo en que los medios de comunicación le den el tratamiento que estas noticias merecen, porque temas a tratar en este ámbito hay mucho debido a su gran variedad; sin embargo, no se profundiza en ello.

Ante esta problemática, el buen periodista cultural tiene una función importante al ser un profesional de la información, ya que en él está el deber de transmitir al público una postura crítica que permita la transformación de un mejor conocimiento y que no sólo sea base de conceptualizaciones y noticias comunes.

El periodista cultural ha de introducir en sus mensajes los problemas de la sociedad y de la época en la que vive, saber interpretar la potencialidad crítica de los creadores y llevarla a sus receptores con todas sus consecuencias, apelando a su formación y manteniendo siempre su responsabilidad; considerar la cultura como la producción de fenómenos que contribuyen a transformar el sistema social. (Rodríguez, 2006, p.16)

Este ámbito en donde el periodismo tiene mucho por explotar, depende de la difusión que le brinden los medios de comunicación a la noticia. Las grandes industrias culturales como las casas discográficas, las editoriales, productoras de cine, galerías de arte, asociaciones culturales se han constituido y formado en fuentes de mayor importancia en la información de la cultura, ya que es un ámbito que constantemente tiene llegada por parte de los espectadores. Junto a estas industrias también se han constituido las instituciones públicas (ministerios, museos nacionales, centros de artes) y privadas (fundaciones, salas de exposiciones de fotografía o pintura) como importantes fuentes de información del periodismo cultural.

A medida que se iban generando actividades culturales, algunos medios de comunicación lanzaron la publicación de los suplementos culturales. El objetivo de estos suplementos es el difundir y comunicar la información sobre hechos culturales, en donde incluyen noticias sobre música, teatro, danzas, expresiones artísticas, literatura, gastronomía, entre otros.

En el Perú, los suplementos llegaron en el 1995, cuando el diario El Comercio publicó El Dominical. Asimismo, otros diarios como La Crónica y Expreso, también incluyeron en sus suplementos a destacados personajes de la literatura peruana. Antes, la prensa le daba mayor importancia a las actividades culturales relacionadas al teatro, música y literatura, pero tiempo después la cultura a nivel social fue valorándose y empezaron a tomar en cuenta a los patrimonios culturales, tradiciones, costumbres, dando paso al impulso de los viajes y atractivos turísticos. (Delgado, 2017)

Los medios de comunicación son el mejor camino por el que se puede llegar a informar y difundir con noticias de relevancia cultural. Empezar por trabajar en el buen desarrollo del periodismo cultural, es ahí en donde se da inicio a todo, ya que tienen la tarea de formar opinión y difundir información a toda la sociedad. Es su

deber cumplir con las funciones del periodismo para llegar a los lectores con información de calidad. Si el cambio comienza por ellos, se puede cambiar la idea de la sociedad, mejorando sus conocimientos y contribuyendo a tener un país que valora su propia cultura.

Actualmente, no hay mejor instrumento que el periodismo para llegar a los demás, es la clase del cambio social que queremos para nuestra nuestro Perú. Es parte de los periodistas el generar un buen contenido. Por otro lado, el arte, también es un componente de la cultura, un tema central en las salas de redacción de los distintos medios de comunicación, que permiten la elaboración de la información cultural.

La investigación profundizó en el tratamiento del contenido en la información cultural del suplemento “Luces” del diario El Comercio, teniendo en cuenta las categorías de análisis tales como: contenido de la noticia cultural y la representación simbólica de los fenómenos culturales en el teatro peruano, debido a que la comunicación humana es un fenómeno ligado a la cultura. Por lo tanto, los medios tienen que cumplir con una doble función: **difundir cultura y crear nuevas formas culturales**. Así, el estudio nos permitió comprender a su vez si el medio cumple con la doble función de crear cultura y difundir la misma.

Para el desarrollo de la investigación y por sus características del trabajo, Para el desarrollo de la investigación para responder a las preguntas de investigación formuladas; la investigación se enmarca en el **tipo descriptiva**, de **paradigma cualitativo** con análisis a profundidad, que se caracteriza por conocer las situaciones y actitudes predominantes de determinado fenómeno. El diseño será **no experimental, longitudinal, transversal**. Las técnicas de recolección de datos producir conocimiento científico, sistemático y riguroso, es metódico, racional y reflexivo para llegar a ser objetivo, y producir conocimiento será una ficha técnica de **análisis de contenido** (Recogida de datos), de carácter **documental** relacionada a la revisión y análisis de información enmarcado en métodos y técnicas de investigación en comunicación social en cuanto al contenido de la prensa escrita. Describe el comportamiento del Periodismo cultural.

La muestra de estudio estuvo constituida por **7 noticias testigo** del mes de marzo del 2019, seleccionados con el fin de analizar en ellos la calidad de información, buena redacción y el interés de los periodistas a este ámbito del periodismo. - Al igual que las distintas manifestaciones del arte, el teatro es importante porque a través de ello se puede expresar y comunicar sentimientos, ideas, de forma entretenida, con el fin de crear un pensamiento entre el espectador y el actor, una relación entre el mundo real y ficticio. - 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, espectáculos, etc. En este sentido, el diario El Comercio separa del diario la sección cultural a través de su suplemento Luces, el cual se distribuye de lunes a viernes y con una edición de mayor contenido en páginas para los fines de semana, sábado y domingo. Se ha utilizado las versiones impresas, debido a que de esta manera podemos apreciar con mayor facilidad qué es lo que para el medio es más relevante a nivel cultural frente a la gran cantidad de información que se puede manejar en esta rama del periodismo.

El objetivo de la investigación fue identificar **las características del Periodismo Cultural del Suplemento Cultural “Luces”, El Comercio**, partiendo de que el contenido de la noticia cultural en el país es breve, de poca información y con pocos espacios para el análisis respectivo, lo que refuerza la idea de que en el medio de comunicación, solo se disponen a dar una corta noticia que no exige ningún esfuerzo mental por parte de los periodistas, ni despierta la más mínima crítica de los lectores debido a su poca exigencia en el desarrollo de las noticias, con el cual deberían de estar para la creación de opinión entre sus lectores y en especial la escasa amplitud de información que le brinda el medio de comunicación a los temas de la sección cultural.

1.1. Formulación del problema

Frente a la problemática planteada, este estudio formuló el problema de investigación con la siguiente interrogante:

¿Cuáles son las características del **Periodismo Cultural** del Suplemento “**Luces**”?
Teatro peruano.

1.1.1. Formulación de problemas específicos

- ¿Cuáles son las características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con el **tratamiento de la noticia**?
- ¿Cuáles son las características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con la **dimensión de contenidos culturales**?
- ¿Cuáles son las características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con la **cobertura informativa**?

1.2. Objetivos de investigación

1.2.1. Objetivos específicos

- Identificar cuáles son las características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con el **tratamiento de la noticia**.
- Describir cuáles son las características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con la **dimensión de contenidos culturales**.
- Evidenciar cuáles son las características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con la **cobertura informativa**.

1.3. Justificación de la investigación

El periodismo y su amplio mundo temático, tiene distintas ramas y especializaciones que se orientan según las preferencias e intereses de la sociedad. Por ello se analizó las características del Periodismo Cultural en el Suplemento “Luces”; en cuanto a uno de los periódicos de mayor trascendencia en el país, El Comercio, teniendo en cuenta el contenido de sus noticias culturales con relación al

teatro peruano, ya que este medio de prensa escrita emplea y brinda la respectiva sección.

En los últimos años, como lo mencionamos, las personas han perdido el interés de informarse sobre temas culturales, para dar mayor importancia al consumo de noticias que generan chismes y morbo; es decir, sobre el “espectáculo”. Los medios de comunicación han convertido la noticia en una agenda cultural, dejando de lado los datos e información de calidad para la población. Lo que deben de hacer los medios es trabajar en la cultura, porque a través de ellos pueden crear conciencia en sus lectores, pueden lograr el cambio para una mejor sociedad. En ellos está el mejorar esa calidad de educación cultural, a través de los siguientes objetivos que se analizarán durante la investigación: el **tratamiento de la noticia**, la **dimensión de contenidos culturales** y la **cobertura informativa**.

Los medios de prensa escrita cada vez desarrollan menos noticias de interés cultural, ya sea porque emplean un contenido pobre o por la falta de interés en ello. Es por eso que esta investigación se centra en analizar este suplemento de prensa escrita con el fin de llegar a ver el interés que presentan los periodistas con relación a la cultura, tanto en su redacción de contenido y calidad de información. En los comunicadores está la tarea de difundir el arte, la música, las danzas, el teatro, el folclore y un sin fin de actividades culturales que pueden enriquecer a la sociedad.

Este tema de investigación se debe al interés de actividades culturales, para dar a conocer el potencial que tiene el periodismo cultural con una finalidad educativa, formando una identidad en cada persona de la mano de nuestra cultura. Los medios de comunicación se han limitado a la inmediatez y la espontaneidad de la información cultural y se olvidan que este tema puede brindar otras posibilidades al público.

Es importante destacar que el periodismo cultural no ha sido muy estudiado en el ámbito nacional ni mundial, hecho que se evidenció al inicio de la investigación cuando se buscaron los antecedentes en esta materia y casi no se encontraron documentos científicos o académicos que trataran este tipo de periodismo. Es necesario estudiar este campo del periodismo, porque a diario los medios de

comunicación confunden las manifestaciones culturales por otro tipo de temas que no cumplen con lo que realmente es considerado cultura.

1.4. Viabilidad

Técnicamente contamos con los recursos para el desarrollo de la investigación, ya que tenemos distintas fuentes de información, como por ejemplo los mismos suplementos “Luces” del diario “El Comercio”, libros relacionados al periodismo cultural como: “Periodismo y Cultura” (1991) de Jesús Martín-Barbero, a María del Carmen Catteriano de Matta con su libro “Periodismo Cultural en los diarios de Lima” (1978), “El periodismo cultural y el de espectáculos. Trayectoria de la prensa escrita Lima, siglos XIX y XX (2000) de Khristhian Ayala Calderón, a Francisco Rodríguez Pastoriza con su libro “Periodismo cultural” (2006) y a Jorge Rivera con “El periodismo cultural” (1995), que encontramos en la Biblioteca de la Facultad de Ciencias de la Comunicación, Turismo y Psicología de la Universidad de San Martín de Porres. También con artículos de revistas electrónicas y proyectos de tesis que nos ayudarán y servirán como base para el desarrollo de la investigación.

1.5. Limitaciones

Escasez de investigaciones de Periodismo Cultural. Que no obstaculizan el desarrollo de la investigación.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

2.1. Antecedentes de investigación

Rivera K. (2017) La banalización del periodismo cultural: show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita peruana, (Tesis de bachiller) Universidad de Piura, Facultad de Comunicación, Piura, Perú. Recuperado de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3251/INF_211.pdf?sequence=1

En la primera tesis que usaremos como antecedente para el desarrollo de esta investigación periodística, Rivera conceptualiza a la cultura como un elemento primordial en el desarrollo del ejercicio periodístico, nos cuenta sobre el inicio del periodismo como género cultural, al tener la capacidad y nivel de conocimiento en el público con un objetivo centrado en la formación de la sociedad a través de la información. Las relaciones sociales y la cultura deben de desarrollarse en un mismo sistema, donde se consuma lo que se produzca y así representar las características y manifestaciones de la vida cultural y artística más relevante de la sociedad.

En ella también encontramos sobre el importante papel que cumple el profesional que ejerce el periodismo cultural y como este no solo se encarga de transmitir los hechos que suceden en la sociedad, sino que su función va más allá de eso. A pesar de que la prensa escrita peruana no le da la debida importancia y ni el espacio que se merece. En la investigación de Rivera, se busca demostrar que a pesar de que los diarios cuentan con secciones de cultura en sus respectivas ediciones, el contenido que se publica ha sido reemplazado por temas relacionados a la farándula, mostrando

aspectos negativos y un mal tratamiento de la información para el periodismo cultural.

Para esta investigación, se centran en conceptualizar el periodismo cultural y el papel que cumple en la sociedad. A través, de un análisis de contenido a los diarios más representativos de la prensa en nuestro país, basándose en tres variables específicas como: la cobertura mediática de la información cultural en la prensa peruana, los temas de interés que priman en las secciones de cultura y la calidad periodística de los contenidos culturales en los diarios peruanos.

Como **objetivo general** se tiene el análisis de la banalización del Periodismo Cultural en relación a la farándula y los contenidos culturales que se presentan en la prensa escrita peruana, enfocándose en el contenido redaccional de las secciones culturales de los diarios La República, Perú 21 y El Comercio con periodo de investigación en el mes de enero de 2017. Se seleccionó ese mes, ya que considera que al ser el primer mes del año se tiene la mayor actividad cultural en el país, si bien es cierto es el periodo de vacaciones y por lo tanto, debería contar con mayor público asistente a los eventos culturales, permitiendo que la producción de noticias y contenidos en los diarios aumenten. Por ello, se analizaron 674 publicaciones de la sección cultural y entretenimiento de los diarios mencionados.

Para el estudio de esta primera variable se busca medir el grado de importancia que le brindan los tres diarios seleccionados a la información cultural, tomando en cuenta el total de publicaciones difundidas durante un mes y el género periodístico usado para cada información (contenido informativo, interpretativo o de opinión). Empleando en su metodología una agrupación de los resultados de investigación, al tener en cuenta el **análisis de contenido** y **comparación de los resultados** de cada categoría. Anotando los resultados de algunas reflexiones que ayudan en la comprensión de la problemática de esta investigación.

En la investigación Rivera obtuvo siete conclusiones: La primera, es que al tener en cuenta el análisis de la investigación, se puede afirmar que si bien es cierto la prensa escrita peruana difunde contenidos relevantes en su sección cultural, la mayoría de sus publicaciones pertenecen a sucesos relacionados con el mundo de la

farándula y televisión. La segunda, es que el diario El Comercio sí maneja una determinada cobertura informativa de la cultura en su edición impresa, es decir que se estaría considerando como el único diario que brinda un papel fundamental al periodismo cultural en el Perú. En cuanto a la cobertura mediática, que es la tercera conclusión, se muestra que este estudio nos permite identificar que los tres diarios cuentan con una sección específica para las publicaciones de contenido cultural, pero de manera superficial, es decir no tienen más que una función secundaria en los medios de prensa escrita. La cuarta es sobre el género y las fuentes empleadas en el contenido, ya que los medios manejan más los géneros interpretativos y argumentativos. Otro indicador, es en cuanto a que la mayoría de las fuentes utilizadas provienen de otros canales informativos, es decir, que hay una carencia de investigación periodística en temas culturales. La sexta, los contenidos sobre farándula superan las verdaderas noticias con temática cultural y esto es debido a la poca profundidad periodística con la que se trata. Y la última conclusión a la que se llega con esta investigación es que se debe de reconocer la labor que realiza el diario El Comercio al manejar la calidad de sus contenidos relacionados al verdadero periodismo cultural.

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. (Tesis de grado) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Facultad de Comunicaciones, Carrera de Comunicación y Periodismo, Lima, Perú. Recuperado de:

https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/322316/valle_vm-pub-tesis.pdf;jsessionid=3E0850F63B74EE7506FB4955903DF2F8?sequence=2

Esta tesis inicia con un concepto del periodismo cultural en el Perú el cual cumple un rol importante para la sociedad, pero en nuestro país las investigaciones culturales son mínimas, es por eso que toman al periodismo cultural como parte de su investigación. Nos muestra la evolución, surgimiento de esta rama del periodismo en nuestro país, en donde expone diferentes conceptos de algunos periodistas e investigadores, denominando al periodismo en dos grupos, en el clásico (relaciona al

periodismo con diferentes expresiones artísticas) y el especializado (en referencia al concepto del periodismo cultural como una especialización).

Si bien es cierto, en el Perú la sociedad se ha vuelto más especial y compleja con el ámbito noticioso, esta investigación tiene el **objetivo principal** de presentar teorías para construir un mejor concepto sobre periodismo cultural y como se trabaja en el país, teniendo en cuenta las características de nuestra sociedad actual, dividiendo la investigación en capítulos. En el primero, tienen el fin de mostrar lo importante que es el concepto de la cultura a través de la teoría simbólica. En el segundo capítulo, nos muestra la relación que hay entre el periodismo y la cultura. En el tercer capítulo, realiza el trabajo sobre las publicaciones y la evolución de la sección cultural de los medios de prensa escrita en Lima y para finalizar presentan una propuesta que complementa al periodismo cultural, mediante el **análisis de contenido** a las secciones culturales de tres diarios: La República, El Comercio y El Peruano.

Para el análisis de esta investigación se realizó la observación durante dos meses para determinar el tratamiento de la cultura en el periodismo escrito, a través de los distintos temas tratados en las notas informativas que se publicaron en los diarios seleccionados, así como los actores involucrados, el espacio y lugar donde se desarrollaron los hechos, el espacio asignado y las columnas que se publican con relación a la información.

Durante el seguimiento a estos diarios, uno de los puntos fue con relación a los temas culturales como pintura, cine, teatro, danza, música, literatura, entre otros. En los resultados se obtuvo que los temas con mayor acogida en los diarios son la literatura, pintura, música y cine nacional e internacional que se presentan en las notas informativas o portadas. El siguiente punto trata sobre los protagonistas de los hechos culturales, estamos hablando de los pintores, músicos, bailarines, escritores, fotógrafos, historiadores, etc. Y en cuanto a los últimos aspectos de lo analizado en la investigación fueron los lugares y escenarios, es decir los centros culturales, bibliotecas, teatros, museos, galerías, entre otros. Al hablar sobre los trabajos de hechos culturales, se entiende a la labor de los periodistas con relación a los hechos culturales, para ello se eligieron dos coberturas en los tres diarios seleccionados: la

premiación de Gian Marco como mejor cantautor en los Latin Grammy 2012 y la elección del Premio Nobel de Literatura 2012.

En resumen, son cuatro claves las que se deben considerar para plantearnos y reformular el concepto de la cultura y el periodismo. La primera es reconocer que esta rama del periodismo se desarrolla en una sociedad multicultural que se enfrenta a las distintas clases sociales. Su contenido no se dirige solo al sector de élite, también debe considerarse con los demás sectores sociales. La segunda clave es aceptar que la cultura es una expresión del hombre en donde tiene la capacidad de simbolizar e interpretar la realidad. Al simbolizar la realidad, el hombre le otorga distintos significados, crea un lenguaje para las manifestaciones artísticas, es decir crea cultura. La cultura es reflejo de calidad que tiene una sociedad, el cual ayuda en su formación. Como mencionó, el periodismo cultural se encuentra dentro de una sociedad multicultural. La tercera clave es no perder el concepto primordial de la cultura que es “cultivo”, haciendo alusión a la acción de “cultivar” un conocimiento del mundo y de su propia sociedad. La última clave es que el periodismo es un medio complejo de interpretarla, pero aun así se brindan las herramientas necesarias para su entendimiento.

En la investigación se obtienen conclusiones como: la cultura presenta los rasgos, características principales de una determinada sociedad, permite crear identidad entre la población. A su vez, el hombre depende de la cultura para existir, ya que ella determina las creencias, ideologías políticas, religiones, expresiones artísticas, tradiciones y conocimientos. Así como, la función primordial del periodismo es interpretar y contar la realidad de nuestra cultura a la sociedad, ya que en ello está la labor de difundir y analizar los hechos.

Desde que en el Perú surgieron las revistas y suplementos, se llegó a dar una gran demanda para el periodismo cultural, pero que con el tiempo ha ido disminuyendo debido a la poca importancia de la población actual. Una de las claves que se manifiestan en esta tesis para conservar el ejercicio del periodismo es el replantear los géneros y formatos de este ámbito para que la sociedad pueda identificar su cultura, mediante una mejor interpretación, brindando herramientas al lector.

Y por último, el Periodismo Cultural no debe limitarse a describir hechos culturales, transcribir y difundir, para ello deberían de explorar y transmitir las distintas producciones culturales que hay en el país como las exposiciones de pintura y fotografía, las novelas, que también tienen un gran significado para la sociedad.

2.2. Bases teóricas

2.2.1. Periodismo Cultural

Nuestra variable de investigación se fundamenta en una de las ramas del periodismo que en la actualidad ha sido reemplazada por noticias de banales sobre espectáculo o farándula, estamos hablando del periodismo cultural.

“Periodismo cultural es la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación”. (Tubau., 1988). El investigador y periodista argentino, Rivera, nos menciona en su libro “El periodismo cultural”, que con ello trata de guiar a los periodistas para el buen desarrollo del periodismo cultural, que lo mejor del periodismo se puede desarrollar al manifestar las problemáticas que ocurren en la sociedad, ya que es el periodista quien satisface las demandas sociales e interpreta la realidad y creatividad del hombre con la sociedad (a través de las artes, ideas, letras, creencias, etc.), apropiando para ello un tono, información, estilo y un enfoque adecuado para tratar un tema hacia el público objetivo. (Rivera, 1995)

Esta rama del periodismo es importante y necesario que las personas puedan informarse y reflexionar sobre el acontecer literario, artístico, humano, cultural de manera amplia. En especial con los hechos relacionados a nuestro país, a nuestra cultura.

Rivera también manifiesta que el periodismo cultural es una zona compleja para los medios de comunicación que tratan con propuestas creativas y críticas, sobre el arte, la letra, las corrientes ideológicas, las ciencias sociales y humanas, con

otros aspectos que se relacionan a la producción y consumo, sin que importe el origen. (Rivera, 1995).

Hoy en día existen dos grandes temas que definen el periodismo cultural. Uno, se basa en la producción de información y el otro en la estructura narrativa con la que se cuenta y como esta se expresa en una sociedad que siente, piensa y establece una relación de identidad con el país. Por ello, el periodismo cultural puede llegar a abarcar varios géneros que van desde la noticia hasta el ensayo, pasando por un desarrollo en la noticia, reseña, crónica y entrevista. Los cuales podemos leer en los suplementos de los periódicos, las revistas, páginas webs, secciones de cultura en los blogs, redes sociales, etc.

Parte de lo que se propone con el periodismo cultural es en el desarrollo de plataformas nuevas, con contenidos creativos y temas originales. Debido a las distintas ideas que tienen las personas con relación a esta rama del periodismo; por ejemplo, muchos piensan que el periodismo cultural está por extinguirse por los cambios en los intereses de los públicos (al fusionar entretenimiento y cultura), la falta de programas y/o secciones culturales en los periódicos. También está el punto de vista en el que se pretende aprovechar de las redes sociales y las nuevas tecnologías, ya que son una buena herramienta, para hacer dinámica la información y así ayuden a consolidar el periodismo y la cultura.

Gracias a la influencia y el rol social que necesita el periodismo cultural, autores como Rodríguez (2006) y Nieto (2014) exigen una buena preparación por parte de los profesionales del periodismo que buscan desempeñar su rol en este campo, así como una formación especializada para todos los que ya ejercen y trabajan en esta profesión.

En esta investigación consideramos que el Periodismo Cultural es una de las actividades profesionales que exige que los periodistas tengan una mayor preparación, pues en ellos está el deber de proporcionar y aportar en la formación intelectual de la sociedad, teniendo en cuenta la información de calidad que se va a difundir y sobre todo el preguntarse si esa información va a contribuir en el lector y en la mejora de la sociedad. Ante tanta información que se maneja, es

importante destacar la influencia positiva que tiene la formación de los periodistas en los lectores, aumentando su interés por saber sobre música, cine, teatro, libros, etc.; ya que los ayuda a distinguir entre calidad de información y la falta de ésta en la misma.

Es importante entender que el término Cultura ha ido cambiando a los largo de los años, pues es parte de una concepción que proviene de la ilustración perteneciente a un determinado grupo de lectores que tienen interés por el “saber”, pasando por diferentes expresiones relacionadas a los valores, las costumbres y la visión de un grupo social.

El periodismo cultural trata de canalizar la información que se genera en torno al mundo de la cultura y de darle un tratamiento homogéneo como especialidad diferenciada y difundir esa información con el fin de que llegue a los consumidores habituales de otro tipo de noticias. Para ello se establecen unas pautas de producción diferenciadas y se utilizan unos mecanismos narrativos propios [...] Se trata de una actividad profesional de las que exigen una mayor y más rigurosa preparación por parte de los periodistas que ejercen esta especialidad, que tienen el deber de proporcionar acceso al capital artístico a quienes no poseen los códigos, la formación intelectual y la sensibilidad necesarios para asimilarlo y convertirlo en gratificante [...] Y debe hacerlo utilizando un lenguaje que conmueva y seduzca, que despierte en los receptores el interés por la belleza antes que la apetencia por la mercancía (Rodríguez, 2006, p.10)

El profesional de la información debe de considerar a la cultura como el aporte a la sociedad para transformar el pensamiento y juicio crítico. Debe de estar informado sobre lo que quiere transmitirle al lector, que vaya más allá de los comentarios, donde transmita una actitud en la que se sienta capaz de desarrollar opinión propia y que contribuya en la difusión de la cultura en los periódicos o suplementos.

2.2.1.1. Tratamiento de la noticia:

El interés que puede despertar en un lector, muchas veces puede depender del tratamiento que se le da a la noticia, en el cómo se expresa o transmite la

información, en el cual los periodistas tienen muchas formas de difundir. Dentro de ellas tenemos a la nota informativa, la entrevista, crónica, editorial, columna, reportaje, entre otros. Es la narración objetiva, veraz, completa y oportuna de un acontecimiento de interés general. (Diario El Tiempo, 2008)

La noticia contiene información de actualidad de los distintos acontecimientos que ocurren en la sociedad, siendo de carácter periodístico para informar con cierto estilo lingüístico coherente, para despertar el interés del público y formar en ellos opinión. Al brindar un correcto tratamiento de la información, el periodista debe de analizar todo el material recolectado; ya sea cifras, declaraciones, observaciones del hecho, etc. Cuando se cuenta con toda la información requerida, el periodista comienza con el proceso de selección, debido a que no toda la información puede ser incluida para narrar el desarrollo de un acontecimiento.

“La noticia, se dice corrientemente, es el insumo fundamental del periodismo”. (Rivera, 1995, p. 32) Una noticia en prensa escrita debe caracterizarse por contar los hechos o sucesos con veracidad, no debe reflejar en ella ninguna opinión crítica y mostrar objetividad, presentando los hechos en orden y lógica para destacar el interés social de noticias actuales.

Uno de los objetivos de la prensa es aportar al lector un monto de información sobre lo que desconoce por hallarse todavía en curso o no pertenecer a la esfera de sus intereses o competencias dominantes. La cualidad de novedad no está desde luego ausente de las agendas del periodismo cultural – y con una buena parte del mismo trabaja precisamente con el perfil de la actualización, lo novedoso y lo experimental -, pero la misma naturaleza del campo plantea frecuentemente la recapitulación y la vuelta sobre lo ya conocido, incluso bajo sus formas más estereotipadas y previsibles. (Rivera, 1995, p. 33)

Como bien lo menciona Rivera, en lugar de ir más allá de los temas que ya se conocen, el periodismo cultural actual se limita al contar las cosas de la cual el público tiene conocimiento o accede con mayor frecuencia, es decir, que

vuelven redundante la noticia. No se preocupan por contar más de lo que el público sabe.

La información cultural se desarrolla en un ámbito que abarca una amplia gama de manifestaciones que en cierto modo puede dificultar el desempeño del periodista al tratar la noticia, pero para ello se podría contar con ciertos especialistas que afronten día a día la variedad de información de su especialización.

El periodista cultural no es un agente pasivo que únicamente comunica la realidad que observa sino una voz que interpreta esa realidad, por lo que ha de tener además la perspectiva, la capacidad de análisis y de contextualización exigibles a cualquier profesional de la información. (Rodríguez, 2006, p. 14)

Por otro lado, Rodríguez (2006) menciona que “existe lo que en periodismo se denomina tratamiento de la información, por el que una misma información puede ubicarse en diferentes secciones dependiendo de su enfoque”.

Es decir, que no se trata del tema de la información para poder ubicarlo en una sección; sino que depende del tipo de enfoque o tratamiento que el periodista cultural le da a la noticia.

2.2.1.2. Dimensión de los contenidos culturales:

Al hablar de la dimensión de los contenidos culturales nos referimos al sentido simbólico, artístico y valores culturales que brindan o expresan las identidades culturales. Dentro de ello consideramos a las instituciones sociales, las cuales son modelos de comportamiento dentro de la sociedad, estos modelos también llamados ‘costumbres’.

Campomanes (1992) señala que: "La cultura es un sistema de comportamiento que comparten los miembros de una sociedad. Y una sociedad es un grupo de personas que participa de una cultura común". Para ello también incluimos los

conocimientos y creencias de los determinados grupos sociales. Por conocimientos entendemos que son los saberes que se tienen acerca de algo y en cuanto a creencias no podemos afirmar si aquello es verdadero o falso, debido a su falta de objetividad. Asimismo, tenemos los objetos representativos a una cultura, también llamado cultura material (patrimonios arquitectónicos, históricos, arqueológicos) e inmaterial (saberes, creencias, tradiciones, costumbres), las cuales tienen un valor simbólico en el interior de la sociedad. Toda esa información perteneciente a cada cultura, permite que el periodista pueda trabajar en la investigación de cada una. El problema es que no se da un buen desarrollo de estas manifestaciones.

La nota cultural, desde esta perspectiva analítica, parte de la evaluación de los datos conocidos de un problema o de una casuística determinada, para llegar de manera lógica, consecuente y verificable a una conclusión valedera sobre la misma. (Rivera, 1995, p. 24)

Cada cultura cuenta con numerosas técnicas que hacen de ellas una especialidad. Estos elementos culturales pueden ser desde un rasgo (unidad) hasta dar lugar a un complejo natural: por ejemplo la danza incluye varios elementos que componen una sola representación o puesta en escena.

Son estos detalles los que se deben de incluir en la redacción de una noticia cultural, narrar desde sus antecedentes, contar toda la historia e informar desde lo más simple a lo complejo.

Actualmente, una vez que la prensa diaria creara la sección Diaria de Cultura con carácter estable, la relevancia que ésta le otorga viene de su consolidación a través de la diferencia de otros contenidos como los propios de la sección de Sociedad aunque, en algunos medios, aún siguen confundándose. Asimismo, la importancia de la sección de Cultura proviene del aumento progresivo de sus páginas y de la aparición de unos suplementos semanales que han ido, a su vez, especializándose en las diversas Artes: Literatura, Música, Artes Plásticas, etc., hecho que ha introducido una diferenciación entre contenidos incluidos en las secciones diarias y en los citados cuadernillos (Armañanzas, 1993)

Muchos medios de prensa escrita no cuentan con una sección específica para el desarrollo de los contenidos culturales, por ello suelen colocar estas noticias en los temas relacionados a ‘Sociedad’ o ‘Local’. Es decir, si se trata de un concierto benéfico organizado para obtener fondos en la lucha contra el sida, esto también puede ser objeto de la sección ‘Sociedad’, si se considera la causa de este hecho; o de la Cultura, si lo que se destaca es a la calidad del concierto o los participantes. (Rodríguez, 2006)

2.2.1.3. Cobertura informativa:

La cobertura informativa o mediática, permite ver el espacio o importancia que le da un medio de comunicación a un determinado tema. En la prensa escrita nos referimos a la cantidad de noticias que produce el medio sobre un hecho de trascendencia. Asimismo, con relación a lo que va a cubrir y publicar posteriormente.

Martínez de Sousa (1992), define a la cobertura periodística como

La “vigilancia completa de la información en una zona delimitada o acerca de una cuestión dada”. Ante ello, agrega que este término se basa en la “asignación, por un órgano de prensa, de los reporteros necesarios para cubrir un acontecimiento y asegurarse la información”, dependiendo de la situación en que se encuentren por tener la exclusiva. También podemos definir a la cobertura periodística como la capacidad que tiene el medio para llegar a cada rincón de un país o a un número de personas en alguna región. (p.86).

Los medios de comunicación cumplen con un importante papel en la sociedad, ya que gracias al trabajo que realizan los periodistas es que la información llega a cada lugar de un determinado territorio; a través de la cobertura de un hecho de interés para la ciudadanía, el cual muchas veces se guía por la línea editorial del medio de prensa escrita para presentar aquellos hechos en la redacción de la noticia informativa.

Según Liotti (2011), “La tarea de recolección de información implica una serie de técnicas que deben ser abordadas como parte del proceso de enseñanza, y en consecuencia demanda una dedicación especial, no solamente como una cuestión operativa menor”. (p. 11) Un periodista que se encuentra en campo puede obtener la información de tres maneras; siendo una de ellas el estar presente en el lugar de los hechos, para analizar la situación y ver el entorno desde distintos ejes. Es ahí, cuando comienza a recolectar los datos según las fuentes de información, para luego identificar el enfoque que quiere dar a conocer y plasmarlos en la redacción de la noticia.

Asimismo, también definimos los tipos de cobertura: la adquirida y la ganada. En la cobertura adquirida, los medios de comunicación no tienen problemas con respecto a la movilización o desplazamiento, debido a que tienen la cobertura oficial del evento (exclusividad), es decir una cobertura pagada. Por otro lado, la cobertura ganada, es cuando el periodista produce la noticia según los medios con los que cuenta, haciendo una contribución gratuita para la información a la sociedad. (ONU Mujeres, 2012)

La intención que se le da a la noticia, se ve muchas veces condicionada por distintos factores que contribuyen a la duda de lo que se quiere contar y a la forma de hacerlo. Una de las recomendaciones que se puede dar para el tratamiento de un hecho, es que una de las características que tiene el proceso de encuadre, es que el medio de comunicación se considere como el eje de orientación de la sociedad al darle la forma de interpretar un acontecimiento noticioso y la reacción que deben de tener hacia la noticia.

“Una manera de proporcionar una representación más justa y equilibrada en la cobertura informativa sería contactando a la persona que toma las decisiones finales en el plano editorial.” (López, 2011, p. 11) La cobertura genera una movilización colectiva al tratar sobre asuntos de una determinada comunidad, buscando el seguimiento e interés de la sociedad en la noticia al tomar y ser un medio de acción en el cambio social. Al generar noticia, el medio debe contar con una amplia cobertura para su buen desarrollo y sobre todo empleando un buen uso de las estrategias de comunicación que permitan la difusión de la misma.

El diario, el suplemento o la revista de interés cultural deben de apelar a sus propias herramientas, entre ellas la imposición de patrones de prestigio, servicio y eficacia que los legitimen en el círculo de sus lectores, como alternativas válidas frente a otro tipo de agentes culturales (la escuela, la universidad, el museo, etcétera). Debe recordar en primer término, para organizar sus estrategias comunicacionales, que el lector establece, a partir de un medio determinado, un conjunto de relaciones de participación imaginaria con las cosas, convirtiéndolo de este modo – a través del consumo de crónicas de conciertos, entrevistas a personalidades relevantes, críticas de exposiciones etcétera – en un agente genuino de contacto social, que puede estimular formas de participación directa y activa o limitarse a cumplir un papel sustitutivo y vicario. (Rivera, 1995, p. 39)

Dependiendo de la cobertura de la noticia podemos determinar el impacto de participación que puede generar en la población. El hecho de que una noticia cuente con todas las características propias de una cobertura, va a permitir que el lector tenga interés en seguir leyendo para mantenerse informado.

2.2.2. Teoría Crítica de la Comunicación

Los medios de comunicación eran considerados como la regulación de la sociedad, pero con el tiempo resultan sospechosos de la violencia que se vivía en la época y eran temidos por ser considerados como los medios dominantes y de gran poder. Las escuelas de pensamiento crítico surgen con el motivo de reflexionar sobre las consecuencias que se generaron tras el desarrollo e innovación de los nuevos medios de producción y de transmisión cultural.

En 1923, Horkheimer y Pollock, fundan el “Instituto de Investigación Social”, el cual tenía una afiliación con la Universidad de Fráncfort. Siendo esta, la primera institución de estudio e investigación con orientación a la ideología marxista en Alemania, al tener dentro de sus primeros estudios el objeto de la economía del capitalismo y la historia del movimiento obrero que se manifestaba en esa época. Con el fin de desarrollar una reflexión global sobre la situación económica y el significado de consolidar esta teoría. En 1930, Horkheimer tiene el mando del Instituto para darle un nuevo rumbo. En esta, estudia la crítica política y ataca el ámbito económico de los partidos obreros alemanes

más destacados, comunismo y social-demócrata. Para ello el método marxista es modificado por la filosofía de la Cultura, ética y la psicología de las profundidades de la cual hablaba Freud. Uniendo así a dos grandes pensamientos como el de Marx y Freud. (Muñoz, 2013)

Horkheimer es despedido junto a todos los autores que fundaron el Instituto como Theodor W. Adorno, Erich Fromm, Walter Benjamin, Leo Lowenthal y tiempo después Herbert Marcuse. Desde sus inicios, la escuela estuvo financiada por hombres de la comunidad judía que tenían grandes negocios, quienes aseguraron la independencia del Instituto y ayudaron a que esta sobreviviera. Creando sucursales en distintos lugares en Europa como Ginebra, Londres, París; siendo la Universidad de Columbia (1934) en Nueva York el único lugar estable para los investigadores. Es allí cuando Horkheimer, Lowenthal y Adorno trabajan juntos. La denominación que se tenía para la Escuela era sobre el análisis crítico, histórico de lo existente en cuanto a “lo que es” contra “lo que debería ser”.

Para esto Adorno (1938), había respondido a la invitación de Lazarsfeld, quien le ofrece trabajar en un proyecto de investigación que pretendía estudiar los efectos culturales que producían los programas musicales que se emitían en la radio. Lazarsfeld pretende buscar las semejanzas entre la teoría europea y el norteamericano, pero esta colaboración no surge, debido a la oposición y modos de pensar de ambos.

Aproximadamente en los años cuarenta, Adorno y Horkheimer definen la Industria Cultural, donde analizaron la producción industrial de las manifestaciones culturales como parte de un movimiento global que tiene mayor interés en la mercancía que en la producción de la cultura. En la investigación incluían las revistas, películas, los programas radiofónicos, que mostraban un esquema de igual organización y planificación, ya que estaban uniformizados.

La industria cultural proporciona en todas partes bienes estandarizados para satisfacer las numerosas demandas identificadas como otras tantas distinciones a las que los estándares de la producción deben responder. A través de un modo industrial de producción se obtiene una cultura de masas hecha con una serie de objetos que llevan claramente la huella de la industria cultural:

serialización-estandarización-división del trabajo. (Armand y Mattelart, 1995, p. 58)

La Industria Cultural es el quiebre de la cultura humana, su caída al valor del mercado. La cultura pasa a ser destruida en su capacidad crítica y se pierde en él su experiencia auténtica. La sobrevaloración del arte como fenómeno de revolución les impidió darse cuenta de los distintos aspectos que resaltan entre el arte y la tecnología. Para ello uno de los integrantes de la escuela de Fráncfort hizo un importante aporte en el desarrollo de esta investigación. La obra del arte, estudia la influencia de los medios de comunicación, en cómo esta domina a la sociedad para ser comunistas y en el beneficio de la industria, dejando de lado el concepto de arte al que se llama “cultural”. (Benjamín, 1933).

La producción de la cultura en la versión industrial es la amenaza a la sociedad que podría estandarizarla por fines económicos y de control social. Benjamín indica reconstituir la pérdida cultural al destacar la observación de los detalles. La teoría crítica cuestiona el bajo costo para unificar a la sociedad, ya que los medios de comunicación pretendían hacer que las personas consuman lo que ellos daban y no lo que ellos querían. Utilizaban la manipulación en la gente para que estos sean partícipes del sistema capitalista que se vivía en la época.

Esta teoría estaba estructurada en tres planos: económico, cultural y político. El primero, con relación al debate entre los dueños del capitalismo y el proletariado, siendo esta la base de la teoría. Segundo, están las súper-estructuras, que eran las esferas culturales en las que se contenían las mentalidades, los valores, la producción de contenidos y maneras de pensar. Y tercero, está el orden ideológico, los encargados de preservar su autoridad ante la sociedad (el estado, el ejército, la iglesia, las familias, etc.). Estos se dan por aquellos que buscan la forma de controlar y manipular las masas a través de la producción de contenido en la Industria Cultural, en donde a la persona no le importa lo que ve o lee, sólo consumir. Los medios de comunicación trabajan con la presión y ambición de querer ampliar sus mercados haciendo que tengan como impulso y por delante a los intereses económicos, los cuales generan la necesidad de obtener beneficios generando tendencias en torno al monopolio.

De cada film sonoro, de cada transmisión radial se puede deducir aquello que no se podría traducir como efecto a ninguno de 5 ellos aisladamente, pero sí al conjunto de todos en la sociedad. Inevitablemente, cada manifestación aislada de la industria cultural reproduce a los hombres tal como aquello en que ya los ha convertido la entera industria cultural. Y todos los agentes de la industria cultural, desde el productor hasta las asociaciones femeninas, velan para que el proceso de la reproducción simple del espíritu no conduzca en modo alguno a una reproducción enriquecida. (Horkheimer, Adorno, 1988, pp. 4-5)

Parte de los fundadores de la Escuela de Fráncfort, no sólo eran Horkheimer y Adorno, si no también: Marcuse y Habermas. Para Marcuse, la teoría crítica se centra en el lado negativo del capitalismo mediante la teoría de Marx. Es por eso que Marcuse quiere convertir la negatividad en un resultado positivo al ocuparse de la felicidad humana y tratar de convencer de que se puede alcanzar.

“Este es un elemento central de la teoría crítica, cuyo objetivo es la creación de una organización social en la que los individuos pueden regular colectivamente sus vidas de acuerdo a sus necesidades.” (Marcuse, 1937, p.141) Marcuse defiende que todos deben ser seres libres, racionales y felices. Su interés en la teoría crítica se basa en la libertad de la humanidad, manifestando a la conciencia potencialidades que permitan un proceso de maduración. Mientras tanto, Habermas manifiesta que ya no expresa la actitud negativa de sus tutores frente a la posible liberación de las sociedades modernas. Él tiene como propuesta una nueva versión de crítica social con distintas alternativas que permitirán superar los conflictos a través de la ética del discurso y la acción comunicativa. Habermas coincide con Marcuse en que el 'instrumento de liberación' para la sociedad puede ser la ciencia.

En 1981, Habermas expone su concepto en la Teoría de la Acción Comunicativa con el fin de que este sea una acción en la vida social y fundamente la metodológica de las Ciencias Sociales. Con esta teoría Habermas analiza la acción social junto a dinámicas de interacción en la sociedad.

En la argumentación se entrelazan siempre crítica y teoría, ilustración y fundamentación, aun cuando los participantes en el discurso tengan que suponer que bajo los ineludibles presupuestos comunicativos del habla argumentativa sólo puede regir la coacción sin coacciones que ejerce el mejor

argumento. Pero saben, o pueden saberlo, que la razón de que nos sea menester realizar tal idealización es que las convicciones se forman y se acreditan en un medio que no es 'puro', que no está por encima del mundo de los fenómenos al modo de las ideas platónicas. (Fernández, 1997, pp. 27-41)

Habermas (1982) crea el concepto de la “esfera pública” para referirse al lugar abstracto en que se relacionan los ciudadanos de una sociedad voluntaria, bajo las condiciones de que pueden expresar y publicar libremente opiniones que tengan que ver con asuntos relativos al interés general. Según él, las democracias de masas la han circunscrito en un campo de competencia de intereses. En general, son organizaciones de individuos privados persiguiendo otros intereses de empresas privadas. Años más adelante, Habermas señala la debilitación de las funciones críticas de la esfera pública, y cómo los poderes sociales adquieren funciones políticas.

“Habermas, por su parte, reflexiona sobre la alternativa a la degeneración de lo político, cuyo agente resulta ser el Estado-Sujeto que reduce los problemas a su aspecto técnico y les hace depender de una gestión racional.” (Mattelart, p. 62)

Gracias al capital se identificó que la cultura de masas era el principal medio para obtener un mayor éxito. Por ello, todo el sistema de producción aceptó los términos del sistema capitalista, el cual trabaja con las nuevas tecnologías, el consumismo y la satisfacción temporal. Las mercancías se convirtieron en el principal instrumento de la ideología. Ese concepto de sistema no estaba elaborado para afrontar las dificultades del caso. Más bien se tenía que considerar que el predominio podría ser inconsciente o consciente: al verlo como parte del sistema a través del lenguaje y del discurso. (Hall, 1982)

"Hegemonía" es el término que llega a usarse para hacer referencia a la cultura dominante, la cual no se centra en el ámbito económico como una ideología, sino que sobreviven siendo conformistas y posiblemente para ser manipulados por los medios de comunicación de mayor poder.

2.2.3. Definición de términos

Agenda Cultural: Presenta una sección o varias secciones de una serie de eventos culturales (presentaciones de libros, conciertos, ferias de artesanías, conferencias u otros) con mayor importancia para ser publicados en un espacio como las revistas, periódicos, entre otros medios de prensa escrita.

Agenda Setting: Es el proceso de selección que los medios de comunicación le dan con relación a la noticia un enfoque y a su vez la transparencia a lo público. Tiene presente que los medios de comunicación de masas influyen en mayor porcentaje sobre el público ya que determinan qué hechos poseen mayor interés informativo y cuánto espacio se le dará en la sección.

Comunicación de Masas: Es lo contrario a la comunicación social. Este tipo de comunicación va dirigida a un público con mayor alcance, el cual necesita de los medios masivos de comunicación para dar a conocer mensajes. Teniendo como características el producir una comunicación impersonal, privatización, narcotizan, la calidad entre la alta cultura y la cultura de masas al darle el mismo tratamiento.

Comunicación Social: En este tipo de comunicación que se trata de favorecer a la convivencia humana, para así mejorar la condición espiritual y material de la vida en la sociedad. Tiene la función de comunicar: informar, dar a conocer, hechos que estén vinculados a la sociedad (según sus tradiciones y costumbres, manteniendo ciertos objetivos en común.

Fuentes de Información: Son la herramienta que ayuda a enriquecer el conocimiento, la búsqueda y el acceso a la información. El uso de la comunicación y su difusión a través del ordenador y flujos de información a través de Internet, adquieren una estrategia importante en las sociedades desarrolladas. Esto es importante porque permite dar forma a la cultura futura y aumentar la ventaja estructural de las elites que han determinado su formato.

Fuente Periodística: Es considerado a la persona o el lugar donde el periodista obtiene información para producir la noticia. Hay dos tipos de fuentes: la primaria, son los datos que mencionan las personas al reportero mediante una entrevista, y las

secundarias, también conocidas como bibliográficas, hacen referencia a los bancos de datos, bibliotecas, antecedentes.

Nota periodística: Es la herramienta utilizada en todos los géneros periodísticos, ya que define un dato informativo que complementa cualquier rama de esta profesión. Su función principal es la presentación de los hechos que han sucedido actualmente, caracterizándose por describir los hechos de manera sencilla y breve, acompañado de un título que atraiga la atención del lector.

Periodismo narrativo: Es una evolución del periodismo en el que el narrador y periodista profundizan en técnicas literarias y narrativas más propias de la literatura, de igual manera manteniendo la voluntad de ofrecer una versión contrastada y corroborada, que esté ligada a los principios básicos y a las funciones del verdadero periodismo.

Pirámide invertida: Es la técnica de organización de los contenidos de una noticia en la que la información más importante se ofrece al principio con mayores detalles y las menores se van situando más abajo y con menor espacio, simulando así una estructura piramidal a la inversa. En esta estructura se aplican las denominadas 5W: qué (what), quién (who), cuándo (when), dónde (where), por qué (why) y cómo (how).

Prensa Escrita: Es el medio de comunicación social que transmite mensajes escritos al lector. Publicaciones impresas en conjunto que son distintas según su periodicidad o fecha de impresión, puede ser diaria, semanal, quincenal, mensual o anual.

Prensa Rosa: Es un subgénero del periodismo escrito, donde toda la información de la prensa está dedicada a informar sobre la vida privada y las relaciones sentimentales entre personas famosas o de cierta importancia social. Los nuevos amores, infidelidades, los rumores de las parejas son sus temas esenciales, es decir el chisme. Es el más leído, a pesar de que a menudo la información se da sin confirmar.

Reseñas culturales: Son las noticias que informan sobre un acontecimiento cultural, como el lanzamiento de un determinado libro, el estreno de una película, la inauguración de una exposición artística, un disco u obra teatral, etc. Es una

narración breve que suelen estar ubicada en la sección de cultura, social o espectáculos de los periódicos.

Sensacionalismo: Es la tendencia conocida por los medios de comunicación orientados al género informativo por presentar lo más destacado de la noticia en sus aspectos más llamativos, a pesar de ser secundarios, con el lucrativo de provocar escándalo o asombro. En este caso los medios de comunicación brindan una información poco fiable, ya que abordando distintos temas desde una perspectiva emocional, morbosa y comercial.

Sociedad de la Comunicación: Es el proceso mediante la sociedad puede transmitir información entre sí, a través de las interacciones que comparten para intercambiar datos. También llamada "Civilización Comunicacional" al ser este el sistema social en el que vivimos y tiene una gran influencia de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías que trabajan en el desarrollo de la información (telecomunicaciones, informática, etc.).

Suplemento cultural: Es la publicación de temática cultural que apoya o acompaña un periódico. Los suplementos culturales están organizados entre temas de: letras, artes, teatro, libros, música, cine, entre otras. Se destinan a la valorización de los eventos culturales, a la creación intelectual, para darle un tratamiento con mayor profundidad.

Tecnologías de la Información y la Comunicación (TICS): Son los servicios, redes, software y dispositivos que tienen como objetivo mejorar la calidad de vida de las personas en un determinado lugar, y que a su vez forman parte de un sistema de información. En cuanto a su utilización hace referencia al uso de distintos medios informáticos que permiten almacenar, procesar y difundir la información.

Teoría de la Aguja Hipodérmica: Surge en Estados Unidos en 1920. Es el periodo de la difusión de la comunicación a escala masiva junto a las guerras que sucedían en la época. La masa arrasa con todo lo que tiene un fin individual, ya que es el modelo de comunicación que determina que un mensaje con un destino en especial puede ser recibido directamente y aceptado totalmente por el receptor.

Titular: El titular es un resumen que resalta lo más importante de un escrito que es más amplio y se encuentra impreso o publicado en el periódico. Su función es informar de forma complementaria y de dar a conocer de manera breve, clara el contenido de la noticia que encabeza despertando la atención del lector.

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

3.1. Diseño metodológico

En este capítulo se presenta la metodología empleada para la investigación periodística, que tuvo como finalidad definir en una metodología adecuada que le permita cumplir con el análisis de las características del periodismo cultural en el suplemento “Luces” del diario El Comercio con la estructura de la noticia.

Para obtener los resultados se empleó el **análisis de contenido** a 7 noticias informativas, las cuales son ampliadas en información mediante fotografías, hallados en el suplemento “Luces” del diario El Comercio, permitiendo así identificar los recursos de lenguaje y técnicas empleadas en el desarrollo de la información.

Es por ello que en la metodología se llevó a cabo la revisión de noticias; especificando los espacios gráficos y temáticos, las coberturas y todos los recursos periodísticos que se explican en las **fichas técnicas** del análisis de contenido. Para llegar a obtener el análisis en las noticias, se usó este método de **investigación descriptivo** el diseño de **carácter cualitativo**.

El carácter cualitativo va de la mano con la investigación interpretativa, debido a que este carácter desarrolla procesos términos de interpretación y descripción con respecto al lenguaje, conducta, hechos relevantes y situaciones de una determinada sociedad.

Hablando de investigación cualitativa (este nombre se usa para distinguirlo del enfoque cuantitativo) su objeto es el desarrollo de conceptos que ayuden a comprender los fenómenos sociales en medios naturales dando la importancia

necesaria a las intenciones, experiencias y opiniones de todos los participantes. (Martínez. V., p. 5)

La investigación interpretativa está relacionada a los significados que las personas le dan a las situaciones, las cuales regulan su interacción con el mundo físico, social y cultural. Es decir, este tipo de investigación busca la forma de aproximarse a la realidad de la sociedad y humanidad para entender conceptualmente el interés de los mismos. El carácter cualitativo permite ver las cosas desde otro punto de vista. En esta investigación se prefiere explicar de manera detallada al comportamiento de la población, esto en lugar de medir. Aquí lo importante radica en los resultados que obtendrán y el cómo se interpreta durante el desarrollo.

En la investigación cualitativa, nos encontramos en la necesidad de contar y conocer marcos referenciales interpretativos, se trata de acercamientos que se fundamentan en diversas corrientes teóricas de la sociología, psicología y la antropología entre otras, muestran la realidad subjetiva y la realidad social donde se inscriben las conductas y acciones humanas. (Álvarez-Gayou, 2009, pp. 41-63)

Mediante el uso del carácter cualitativo y la investigación interpretativa llegaremos a determinar los resultados de esta investigación.

3.2. Diseño de la muestra

3.2.1. Muestra

Para llevar a cabo esta investigación se determinó que la muestra comprenderá en **7 noticias informativas** sobre el **teatro peruano**, correspondientes a los números impresos del suplemento “Luces” del diario El Comercio en el mes de marzo del 2019. La muestra que se empleó fue de carácter **no probabilístico**.

3.3. Técnicas de recolección de datos

3.3.1. Técnicas

Para la comparación técnica del estudio, se recurrió al **análisis de contenido** de las noticias informativas sobre el teatro peruano en el suplemento “Luces” de El Comercio. Con esta técnica de análisis podemos fundamentar el estudio con ideas relacionadas a un concepto.

El **análisis de contenido** es un enfoque o método de investigación que se relaciona a los medios de comunicación que se basa en analizar los contenidos de los mismos al cuantificar el número y tipo de anuncios publicitarios publicados en un medio de prensa escrita o emitidos en un medio audiovisual. Para ello, es importante que el investigador analice el material cualitativo al describir los elementos en cuanto a la conducta del individuo o grupo a investigar, así como clasificarlos e interpretar su frecuencia. A este proceso se le llama **análisis de contenido** o **codificación**.

Krippendorff (1990) afirma que: “El análisis de contenido es una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto.” (p. 28)

Es decir, que el análisis de contenido es una técnica de investigación que describe de manera objetiva el contenido de la comunicación o conducta del individuo al proporcionar elementos de juicio. Para ello encontramos dos tipos, ya sea **cualitativo** o **cuantitativo**.

El análisis de materiales cualitativos cuenta con tres enfoques: el primero, donde el investigador se centra en los atributos del propio contenido; el segundo, busca considerar deducciones según el contenido a partir de quienes lo producen; el tercero, tiene el fin de interpretar el contenido en cuanto a los que se dirige, ya sean oyentes o lectores.

El estudio se centra en las características del contenido, por la naturaleza del contenido, y por la interpretación del contenido. Si hablamos de características del contenido, nos ayuda para descubrir tendencias en el contenido de la comunicación y encontrar trabajos que se miden con la opinión pública a través

de encuestas por muestreo y también para evaluar las contribuciones que realizan los medios de comunicación a la sociedad. También ayuda a comparar los medios o niveles de comunicación, según la influencia e interés que tienen con relación al comportamiento social e individual. Así como mejorar los métodos de investigación técnica, mediante el análisis de contenidos de periódicos, revistas, al buscar ciertas características que permiten concluir con información para la investigación.

Berelson (1952) afirma que la metodología del análisis de contenido es: “una técnica de investigación para la descripción objetiva, sistemática y cuantitativa del contenido manifiesto de las comunicaciones, que tiene como primer objetivo Interpretarlas”. (pp. 8-9)

En cuanto a la naturaleza del contenido, nos ayuda a detectar las técnicas de propaganda, en donde el análisis arroja resultados de cómo eso influye en el público. También para medir la legibilidad de los materiales de comunicación; es decir, las características de los textos que favorecen o dificultan una comunicación eficaz entre el medio y los lectores. Y por último, el descubrir aspectos que le dan un estilo al material audiovisual o escrito.

Con relación a la interpretación del contenido, este análisis se orienta a la búsqueda de los conocimientos que tiene el lector, espectador u oyente sobre el producto. Este tipo de análisis nos permite trabajar en situaciones como el identificar las intenciones o características de la comunicación verbal. Así como el determinar el estado psicológico del individuo o grupo y el obtener información de los movimientos, manifestaciones, etc. Cuando se cuenta con toda la información o datos registrados, el análisis de contenido trata esos resultados para llegar a una conclusión o construir una nueva teoría o conocimientos.

El análisis de materiales cuantitativos establece unidades de análisis para cuantificar; por ejemplo, cuántas palabras contienen un texto, cómo está distribuido el mensaje, los espacios que ocupa el texto, el total del contenido, etc.

Para realizar un análisis de contenido hay que seleccionar la unidad de análisis, considerando las variables y categorías que nos permitirán agrupar las unidades de registro. Con esa información, trabajamos la **ficha de análisis o ficha técnica**, en donde estarán registrados los datos del individuo o grupo, los cuales servirán como anexo en la investigación.

3.4. Aspectos éticos

En la presente investigación se mantendrá la transparencia en todos los datos que se recopilen, contemplando los valores que están dentro de la ética profesional. La investigación está orientada en la búsqueda de la verdad desde la recolección, presentación e interpretación de datos hasta la divulgación de resultados. Para citar libros, revistas, artículos y otros documentos usamos herramientas como las normas APA, las cuales ayudan al estudio de una buena investigación de carácter periodístico.

Principios: El investigador es responsable de conducir el estudio con honestidad, responsabilidad y prudencia. En estudios donde hay riesgos para el participante, el investigador debe de establecer un acuerdo con éstos estableciendo las responsabilidades del investigador y el participante.

CAPÍTULO IV

ANÁLISIS DE RESULTADOS

4.1. Presentación de análisis y resultados

El objetivo de investigación estuvo relacionado a identificar las características del periodismo cultural en el Suplemento Luces del diario El Comercio con la estructura de la noticia relacionado al teatro peruano.

Una vez recolectada la información mediante la aplicación de los instrumentos de análisis de contenido, se procedió a la elaboración de fichas técnicas, tablas y gráficas en las que se detallan de una manera clara todas las cifras relevantes, para describir los aspectos abordados a lo largo de la investigación realizada.

Tabla 1

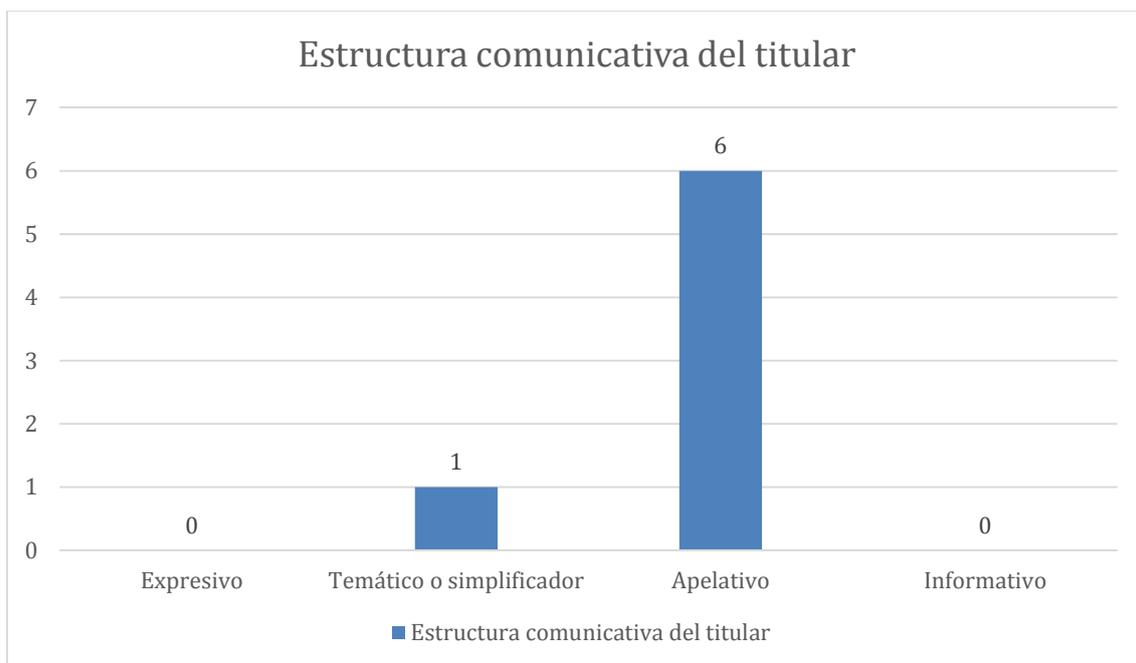
LA FUNCIÓN COMUNICATIVA EN EL TITULAR

FECHA	TÍTULOS	FUNCIÓN COMUNICATIVA
Viernes 8 de marzo del 2019	“EL DRAMA DE LA MATERNIDAD”	Apelativo.
Domingo 10 de marzo del 2019	“EL DILEMA DE AFERRARSE O SOLTAR”	Apelativo.
Viernes 15 de marzo del 2019	“ACECHADOS POR LOS RECUERDOS”	Apelativo.
Viernes 22 de marzo del 2019	“LA LUCHA POR CUIDAR EL HONOR”	Apelativo.
Sábado 23 de marzo del 2019	“UN REGRESO ESPERADO”	Apelativo.
Sábado 30 de marzo del 2019	“SNOOPY Y SUS AMIGOS VAN A LAS TABLAS”	Temático o simplificador.
Domingo 31 de marzo del 2019	“CRÓNICA DE NUESTRAS HORAS MÁS OSCURAS”	Apelativo.

(Fuente propia)

Gráfico 1

ESTRUCTURA COMUNICATIVA DEL TITULAR



Fuente propia

En el gráfico 1, relacionado a la función comunicativa de los titulares aparecidos en el suplemento Luces del diario El Comercio en el mes de marzo obtuvimos que el mayor valor que se observa, está en relación a la función ‘Apelativo’ con un 86%, aparecida en 6 titulares: ‘El drama de la maternidad’, ‘El dilema de aferrarse o soltar’, ‘Acechados por los recuerdos’, ‘La lucha por cuidar el honor’, ‘Un regreso esperado’ y ‘Crónica de nuestras horas más oscuras’.

En la función temático o simplificador encontramos que está representado por un 14%, aparecido en 1 titular: ‘Snoopy y sus amigos van a las tablas’. Estos titulares en referencia al teatro peruano en el mes de marzo del 2019.

Tabla 2

**VISIBILIDAD REDACCIONAL DE LAS NOTICIAS RELACIONADAS AL
TEATRO PERUANO EN EL MES DE MARZO DEL 2019**

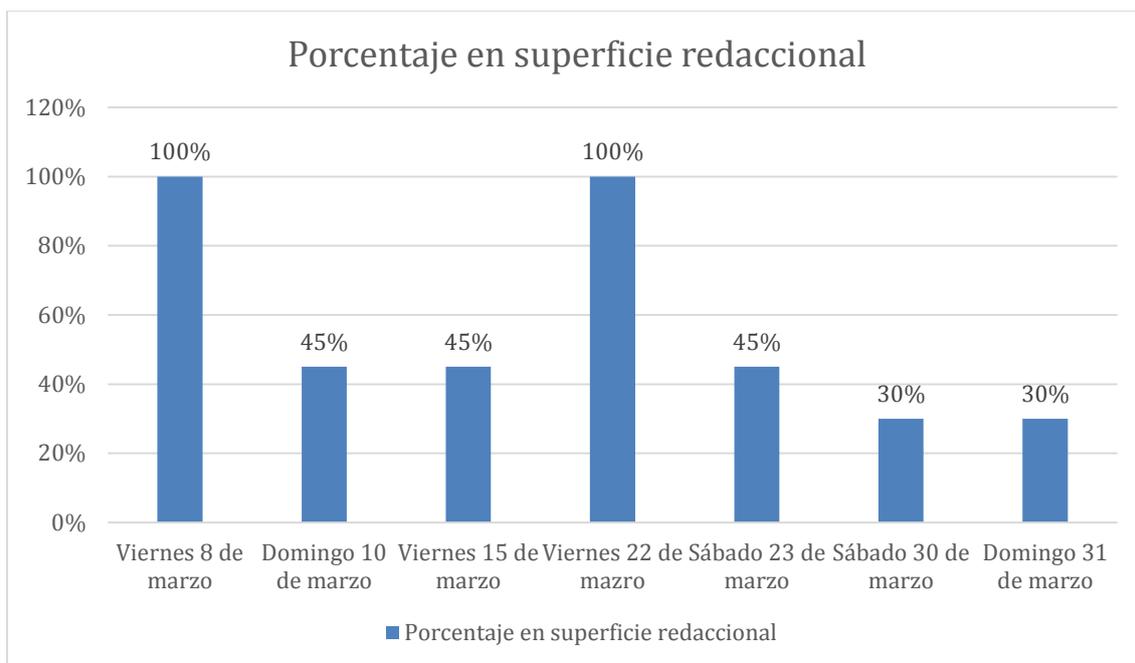
(CENTÍMETROS / COLUMNA)

NOTICIAS	N° DE NOTICIAS APARECIDAS POR PÁGINA	PORCENTAJE EN SUPERFICIE REDACCIONAL
Viernes 8 de marzo del 2019 “EL DRAMA DE LA MATERNIDAD”	1	100%
Domingo 10 de marzo del 2019 “EL DILEMA DE AFERRARSE O SOLTAR”	1	45%
Viernes 15 de marzo del 2019 “ACECHADOS POR LOS RECUERDOS”	1	45%
Viernes 22 de marzo del 2019 “LA LUCHA POR CUIDAR EL HONOR”	1	100%
Sábado 23 de marzo del 2019 “UN REGRESO ESPERADO”	1	45%
Sábado 30 de marzo del 2019 “SNOOPY Y SUS AMIGOS VAN A LAS TABLAS”	1	30%
Domingo 31 de marzo del 2019 “CRÓNICA DE NUESTRAS HORAS MÁS OSCURAS”	1	30%
	7 noticias	395%

(Fuente propia)

Gráfico 2

VISIBILIDAD REDACCIONAL DE LA INFORMACIÓN DE LAS NOTICIAS



Fuente propia

En el gráfico 2 se muestra el espacio brindado en cm/columna a las noticias aparecidas en el mes de marzo del 2019, es decir la visibilidad redaccional del Suplemento Luces del diario El Comercio con relación al teatro peruano.

El mayor porcentaje que se observa está representado en el 100% de la información aparecida en los días viernes 8 “El drama de la maternidad” y viernes 22 de marzo “La lucha por cuidar el honor” (1 noticia por página), seguida del 45% de los días domingo 10 “El dilema de aferrarse o soltar”, viernes 15 “Acechados por los recuerdos” y sábado 23 de marzo “Un regreso esperado” (1 noticia por página) y de un 30% por las noticias aparecidas en los días sábado 30 “Snoopy y sus amigos van a las tablas” y domingo 31 de marzo “Crónica de nuestras horas más oscuras” (1 noticia por página).

En total, el suplemento Luces del diario El Comercio, le otorgó 395% cm/col de cobertura informativa a las noticias de teatro peruano en el mes de marzo del 2019. Cabe mencionar que dentro de la muestra de estudio se explica claramente el análisis de 7 noticias.

Tabla 3

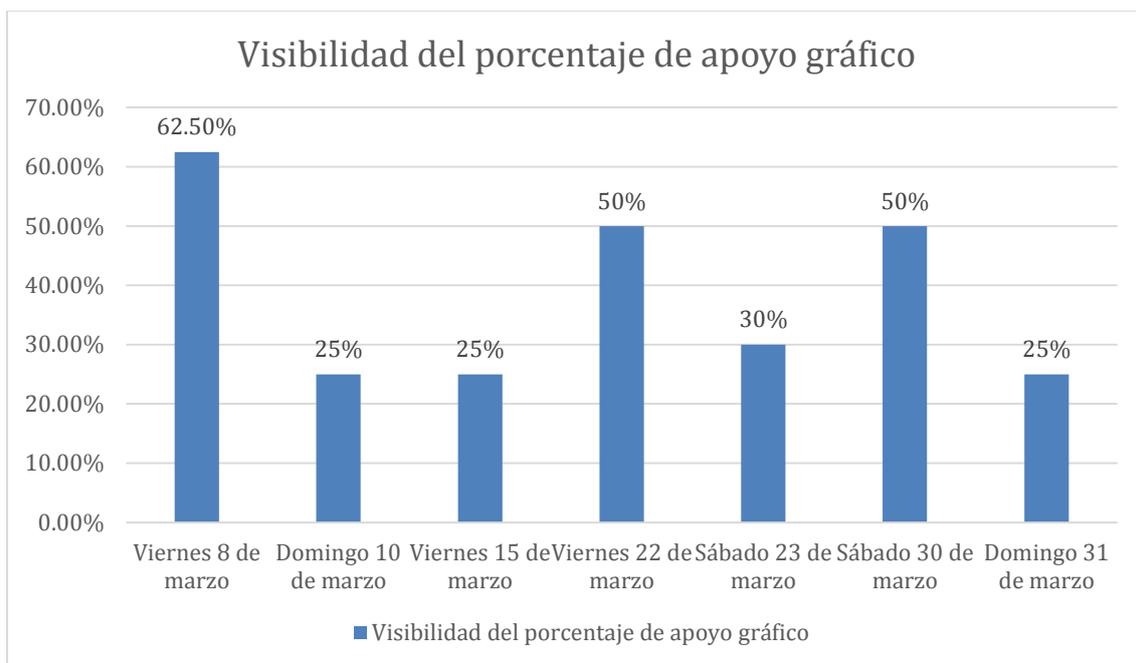
CARACTERÍSTICAS DE LAS IMÁGENES / FOTOGRAFÍAS EN LAS NOTICIAS RELACIONADAS AL TEATRO PERUANO

NOTICIAS	N° DE NOTICIAS APARECIDAS POR PÁGINA	PORCENTAJE DE FOTOGRAFÍA
Viernes 8 de marzo del 2019 “EL DRAMA DE LA MATERNIDAD”	1	62.5%
Domingo 10 de marzo del 2019 “EL DILEMA DE AFERRARSE O SOLTAR”	1	25%
Viernes 15 de marzo del 2019 “ACECHADOS POR LOS RECUERDOS”	1	25%
Viernes 22 de marzo del 2019 “LA LUCHA POR CUIDAR EL HONOR”	1	50%
Sábado 23 de marzo del 2019 “UN REGRESO ESPERADO”	1	30%
Sábado 30 de marzo del 2019 “SNOOPY Y SUS AMIGOS VAN A LAS TABLAS”	1	50%
Domingo 31 de marzo del 2019 “CRÓNICA DE NUESTRAS HORAS MÁS OSCURAS”	1	25%
	7 noticias	267.5%

(Fuente propia)

Gráfico 3

VISIBILIDAD DEL PORCENTAJE DE APOYO GRÁFICO



Fuente propia

En el gráfico 3 el mayor valor que se observa relacionado a visibilidad de las fotografías aparecidas en las noticias del suplemento Luces del diario El Comercio, relacionados al teatro peruano en el mes de marzo del 2019 es en el tamaño de la fotografía representada por el 62.50% aparecida el 8 de marzo del 2019 “El drama de la maternidad” con 3 fotografías; seguida del 50% en los días viernes 22 “La lucha por cuidar el honor” y sábado 30 “Snoopy y sus amigos van a las tablas” con 5 fotografías aparecidas; un 30% el día sábado 23 “Un regreso esperado” con 1 fotografía y un 25% los días domingo 10 “El dilema de aferrarse o soltar”, viernes 15 “Acechados por los recuerdos” y domingo 31 de marzo “Crónica de nuestras horas más oscuras” con 3 fotografías, generando un total del 267.5% de superficie en fotografía con relación al teatro peruano.

Tabla 3.1

REFERENCIA DE FOTOGRAFÍAS

FOTÓGRAFO		NÚMERO DE FOTOGRAFÍAS Y PORCENTAJE	
FECHA	FOTÓGRAFO	Nº DE FOTOS	S/F
Viernes 08 de marzo “EL DRAMA DE LA MATERNIDAD”	-	3	62.5%
Domingo 10 de marzo “EL DILEMA DE AFERRARSE O SOLTAR”	FAE	1	25%
Viernes 15 de marzo “ACECHADOS POR LOS RECUERDOS”	Martha Gecé	1	25%
Viernes 22 de marzo “LA LUCHA POR CUIDAR EL HONOR”	AAA.	4	50%
Sábado 23 de marzo “UN REGRESO ESPERADO”	-	1	30%
Sábado 30 de marzo “SNOOPY Y SUS AMIGOS VAN A LAS TABLAS”	-	1	50%
Domingo 31 de marzo “CRÓNICA DE NUESTRAS HORAS MÁS OSCURAS”	-	1	25%
TOTAL		12	267.5%

(Fuente propia)

Tabla 3.2.

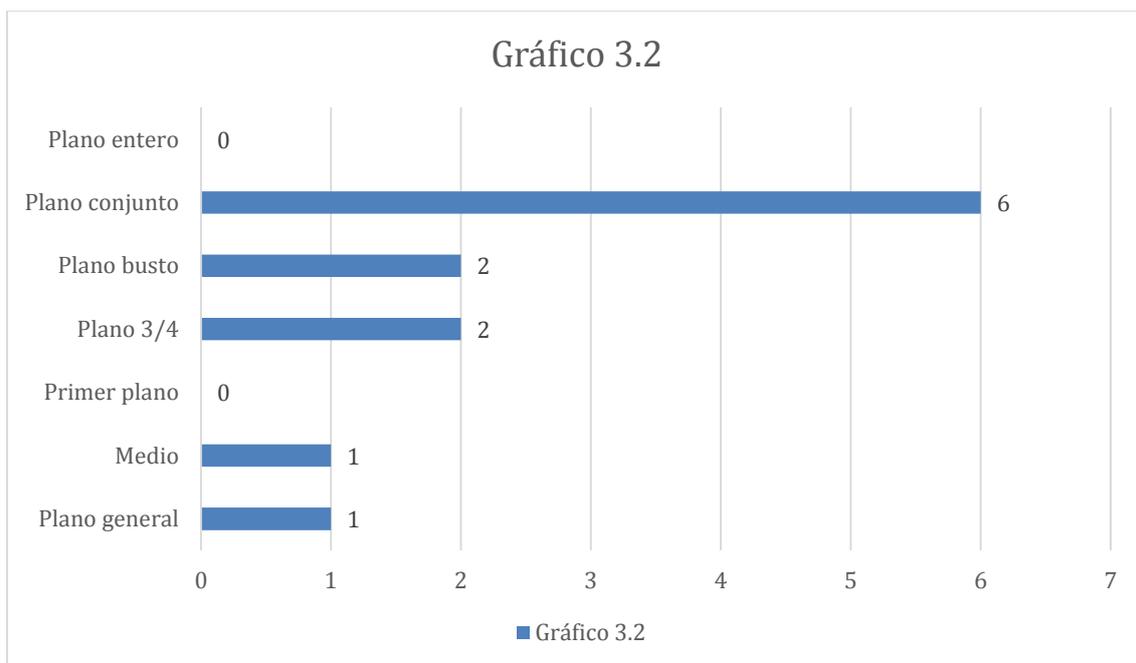
CARACTERÍSTICAS DE LAS IMÁGENES / FOTOGRAFÍAS EN LAS NOTICIAS RELACIONADAS AL TEATRO PERUANO

CRITERIO	CATEGORÍA	NÚMERO	PORCENTAJE
TIPO DE IMAGEN	Fotografía	12	100%
	Gráfico	0	0
			100%
COLORACIÓN DE IMAGEN	A color	9	75%
	Blanco y negro	3	25%
			100%
PORCENTAJE TOTAL DE LAS FOTOGRAFÍAS			
PLANO	General	1	15%
	Medio	1	25%
	Primer plano	-	-
	Plano $\frac{3}{4}$	2	55%
	Plano busto	2	12.5%
	Plano conjunto	6	160%
	Plano entero	-	-
TOTAL DE SUPERFICIE DE FOTOGRAFÍAS APARECIDAS EN LA NOTICIA			267.5%

(Fuente Propia)

Gráfico 3.2.

PORCENTAJES DE FOTOGRAFÍA EN RELACIÓN A LOS PLANOS



Fuente propia

En tabla 3.2, relacionada a las características de las imágenes; se observa los planos aparecidos en las imágenes que acompañan las noticias del suplemento Luces del diario El Comercio, está representada en 12 fotografías que tienen un 267.5% de superficie aparecidas durante el mes de marzo del 2019.

El 75% de las imágenes fueron a color y un 25% a blanco y negro.

Los mayores valores están representados por un 50% para el plano conjunto; seguido del plano busto y 3/4 o americano con un 17%. Asimismo, los menores valores con un 8% en el plano medio y general.

Tabla 4

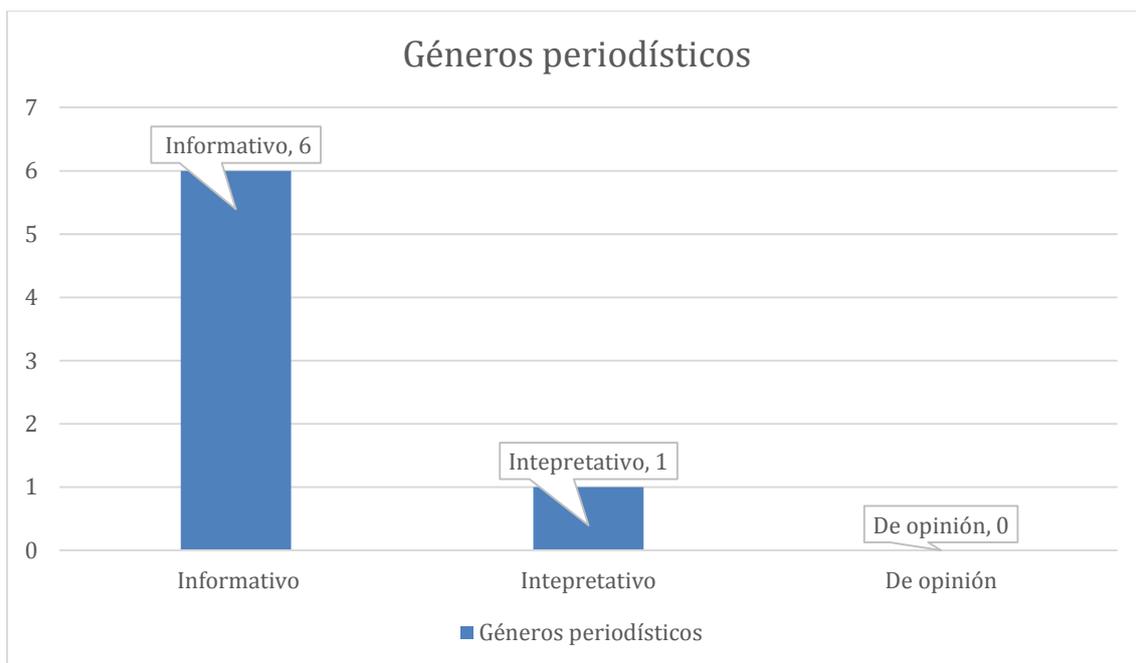
GÉNEROS PERIODÍSTICOS

NOTICIAS	GÉNEROS PERIODÍSTICOS
Viernes 08 de marzo del 2019 “EL DRAMA DE LA MATERNIDAD”	Género informativo.
Domingo 10 de marzo del 2019 “EL DILEMA DE AFERRARSE O SOLTAR”	Género interpretativo.
Viernes 15 de marzo del 2019 “ACECHADOS POR LOS RECUERDOS”	Género informativo.
Viernes 22 de marzo del 2019 “LA LUCHA POR CUIDAR EL HONOR”	Género informativo.
Sábado 23 de marzo del 2019 “UN REGRESO ESPERADO”	Género informativo.
Sábado 30 de marzo del 2019 “SNOOPY Y SUS AMIGOS VAN A LAS TABLAS”	Género informativo.
Domingo 31 de marzo del 2019 “CRÓNICA DE NUESTRAS HORAS MÁS OSCURAS”	Género informativo.

(Fuente propia)

Gráfico 4

GÉNEROS PERIODÍSTICOS



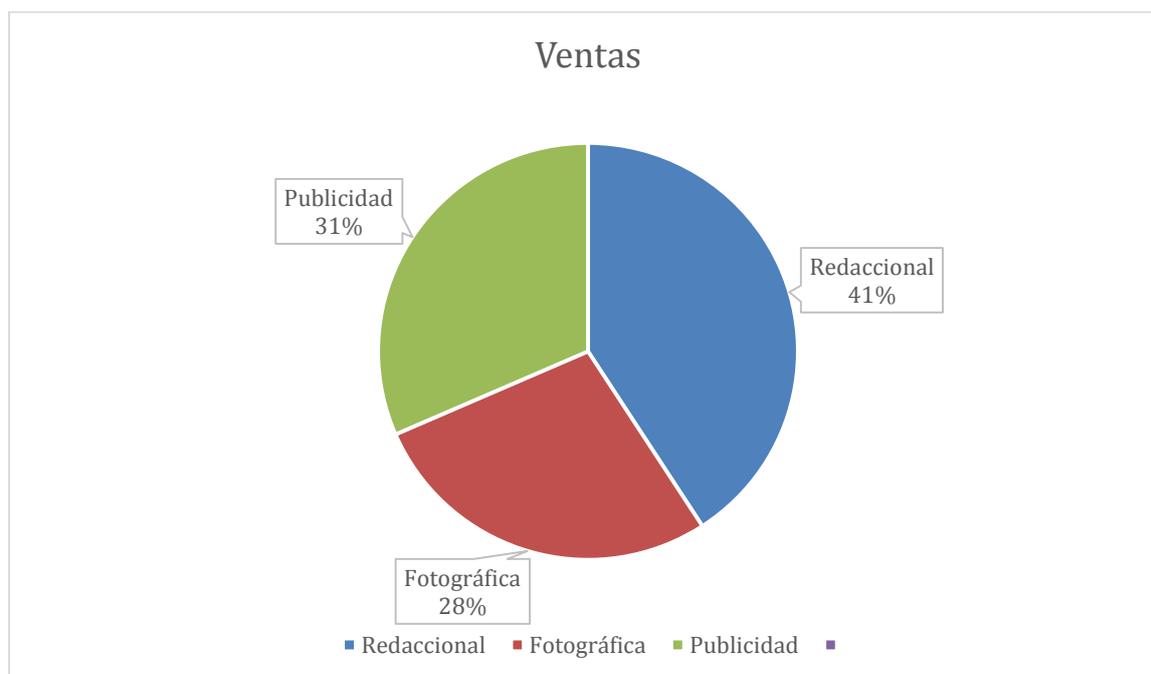
Fuente propia

En el gráfico 4, se determinó el tipo de género periodístico que se empleó en el desarrollo de las noticias analizadas durante el mes de marzo del 2019; se pudo determinar que el género de mayor presencia es el informativos con 6 noticias (86%) donde solo se limitan a contar el 'qué', 'cuándo' y 'dónde'; seguido de 1 noticia de género interpretativo (14%) donde informa de la obra de teatro con mayores detalles, aun así no interpretan totalmente la noticia; y ni una de opinión.

Gráfico 5

RELACIÓN DE LA SUPERFICIE DE LAS DIMENSIONES EN

REPRESENTACIÓN A LA ESTRUCTURA DE LA NOTICIA



Fuente propia

Superficie redaccional 395%

Porcentaje de fotografía 267.5%

En el gráfico 5, se pudo determinar la superficie de las dimensiones en representación a la estructura de la noticia, en donde podemos evidenciar que el suplemento Luces del diario El Comercio le da más relevancia de superficie redaccional con un 395% equivalente al 60%; seguido de la superficie fotográfica con un 267.5% que representaría el 40%.

Además, identificamos que la publicidad tiene un 305% de superficie, lo cual representa un 31%.

CAPÍTULO V

DISCUSIÓN

5.1. Discusión de resultados

- **Características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” del diario El Comercio en el marco del Teatro peruano.**

Actualmente no existe una definición clara sobre el periodismo cultural, porque abarca un campo extenso y heterogéneo (Izquierdo, 2014); es uno de los campos informativos de mayor trascendencia en la vida social; sin embargo, existe poco espacio para la crítica de arte y la cultura en los medios de comunicación tradicionales. La cultura es un elemento primordial del ejercicio periodístico. De hecho, el periodismo nació como un género cultural capaz de elevar el nivel de conocimiento del público, por lo que primaba su objetivo de formación antes que la información (Rodríguez, 2006)

Partiendo de su trascendencia en la vida y el desarrollo de la sociedad, es importante conocer cuál es o debería ser el rol de los profesionales que ejercen el periodismo cultural, pues no se trata de una profesión encargada de la simple transmisión de hechos generados alrededor del mundo cultural, de las artes o el entretenimiento; sino que “un buen periodismo cultural puede contribuir a digerir la información, a proponer piezas informativas o interpretativas que vayan más allá de una mera acumulación de datos en caída libre que abrumen a la ciudadanía” (Nieto, 2014, p 133).

A pesar de la importancia que enmarca la esencia del periodismo cultural para el hombre y la sociedad, en la actualidad, buena parte de la prensa escrita peruana no le otorga la valoración que este merece. Se eligió el diario El Comercio, ya que es uno

de los diarios más antiguos del Perú. Su trayectoria y calidad profesional a lo largo de su historia, desde su fundación (1839) hasta la actualidad, lo han convertido en el primer diario de circulación nacional más prestigioso del país (Gestión, 2014). Posee una línea editorial de corte liberal, centroderecha y es el único diario peruano de prensa escrita que cuenta con revistas y suplementos de una amplia y variada temática: cultural, empresarial, económica, deportiva, hogarista, comercial y de entretenimiento. Uno de sus suplementos más importantes es “Luces”, espacio asignado para las publicaciones diarias de cultura y entretenimiento.

El suplemento cultural, la página de espectáculos o de arte en los diarios y las revistas especializadas (literatura, cine, arte, cultura en general) se constituyen en el lugar en el que se da cuenta críticamente de la producción simbólica de una sociedad. Este lugar responde a particularidades de la 5 "institución-periodismo" que cree tener una especie de "derecho natural" a la palabra y a la escritura. (Barei, 2000)

Anteriormente, las páginas culturales se publicaban solo los sábados, pero actualmente el suplemento Luces cuenta con una edición de lunes a viernes y otra de fines de semana para sábados y domingos, en donde presentan una edición especial con mayor contenido en sus páginas.

En esta investigación nos centramos en el análisis de contenido de la estructura de la noticia sobre el teatro peruano que nos presenta el suplemento Luces del diario El Comercio, donde determinamos que el suplemento no cumple con el papel del periodismo cultural en su totalidad, esto gracias al tratamiento, dimensión de contenidos y cobertura informativa de las noticias que difunden el arte del teatro en nuestro país.

Si bien es cierto, los temas culturales no son aprovechados en el Perú, pero a pesar de ello hay medios de comunicación que buscan trabajar de manera informativa, ya que confunden el concepto del término cultural por el de ‘espectáculos’ o ‘farándula’.

El periodista Garguverich (2011) en su texto “Nuevas definiciones del periodismo” publicado en la página “Pensamiento palabra, obra y opinión” de José Miguel Santibáñez A. y Abraham Santibáñez M. considera que “Periodismo no es ya otra

cosa que la recolección y publicación preferente de noticias de la farándula, los delincuentes y los deportistas”, de manera que se mantiene fuera de esta categoría a las informaciones políticas, económicas, culturales y demás de rango especializado”.

Recordemos que al hablar de cultura no solo nos referimos a los estilos de vida, costumbres o tradiciones, también se hace alusión a los temas sobre conocimientos en el desarrollo artístico de un determinado grupo social según el contexto en el que se encuentre. Los medios de comunicación se han limitado a la inmediatez de la información cultural y han olvidado que esta rama del periodismo puede brindar mejores opciones al público.

- **Características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con el tratamiento de la noticia.**

El objetivo planteado en esta investigación, proponía que el suplemento Luces del diario El Comercio, dentro de sus informaciones, tenía el rol de cumplir con el tratamiento de la noticia para poder informar de manera correcta y proporcional a los lectores. A través del análisis de contenido, se evidencia que el medio de comunicación mantiene informado al público sobre noticias de interés con relación al teatro peruano.

Para Alcalde (1981), las funciones principales de un periódico se pueden concretar en cuatro puntos: Suministrar noticias. Suministrar explicaciones y comentarios sobre las noticias que produce. Entretener y divertir al lector con otros aditivos que no tienen, en principio, ni la radio y la televisión. Hacer la función de vehículo publicitario. El periódico o suplemento es el vehículo de información que necesita la población para mantenerse al tanto de las noticias que suceden en la actualidad. Estas noticias deben tener un contenido de interés social, proximidad al hecho y ciertas características que permitan tener el seguimiento del hecho.

En esta investigación nos centramos en el tratamiento de la noticia que recibe el teatro en el Perú, la cual es considerada como la más antigua manifestación de las

artes escénicas. El teatro es un arte que siempre ha estado en crisis, pero también siempre ha representado a la vanguardia del arte y cultura de la sociedad, manteniendo los valores de la manifestación cultural.

A lo largo de la historia ha representado los valores y las inquietudes de las sociedades en las que sus obras se ponían en escena y en sus salas han manifestado las reacciones políticas, religiosas, sociales y culturales de un país con aplausos, pateos y todo tipo de actitudes, que eran la expresión misma de las inquietudes de esas sociedades. (Pastoriza, 2006, p. 25)

El tratamiento de la información sobre el teatro que se da en los medios de comunicación, se centran en informar sobre los estrenos de cada temporada, sin profundizar más allá en la información. Algunos medios, publican entrevistas con el director o parte de los actores que conforman el elenco, pero solo de las obras más populares y reconocidas. Sabiendo que en nuestro país, existen más producciones y grupos de teatro que se dedican a desarrollar este arte.

El hecho de que los grandes estrenos de teatro se reduzcan casi exclusivamente a las grandes capitales y que el tratamiento que se les da desde el punto de vista mediático sea el de un espectáculo de entretenimiento, provoca que los medios de comunicación del resto del territorio nacional apenas se ocupen de informar sobre esta manifestación cultural, dando por supuesto que sus lectores no tienen la posibilidad de acudir a las representaciones y por tanto tienen menor interés en ellas. (Pastoriza, 2006, p. 26)

También podemos destacar otro foco importante que contribuye a la información teatral como los Festivales de Teatro que se realizan en el año, a lo cual los medios solo se limitan a informar las obras que se van a presentar, sus funciones y horarios. Cuando hay tanto por contar con relación a las compañías nacionales e internacionales, donde se presentan los mejores montajes que van de la mano de los mejores actores.

Luego del análisis de las informaciones aparecidas durante el mes de marzo del 2019, se evidenció, que el suplemento Luces emplea el género informativo e interpretativo para el tratamiento de sus noticias, el cual evidenciamos en los

resultados, donde se encontró la presencia de 6 noticias con género informativo (86%), seguido de 1 noticia de género interpretativo (14%) que sustentan las noticias del suplemento en relación a la difusión del teatro peruano. Entre los resultados obtuvimos que las noticias de los días Viernes 08 de marzo del 2019 “El drama de la maternidad”, Viernes 15 de marzo del 2019 “Acechados por los recuerdos”, Viernes 22 de marzo del 2019 “La lucha por cuidar el honor”, Sábado 23 de marzo del 2019 “Un regreso esperado”, Sábado 30 de marzo del 2019 “Snoopy y sus amigos van a las tablas”, Domingo 31 de marzo del 2019 “Crónica de nuestras horas más oscuras”, emplearon el género informativo; mientras que el día Domingo 10 de marzo del 2019 “El dilema de aferrarse o soltar” se empleó el género interpretativo. Ante estas noticias podemos determinar que la redacción del suplemento Luces del diario El Comercio con relación al teatro peruano usa más el género informativo, con el cual solo se basan en indicar datos, más no profundizan en ello.

Los géneros periodísticos son, en efecto las diferentes modalidades de creación lingüística destinadas a ser canalizadas a través de cualquier medio de difusión colectiva y con ánimo de atender a los dos grandes objetivos de la información de actualidad: el relato de acontecimientos y el juicio valorativo que provocan tales acontecimientos. (Martínez, 2001 p. 213)

En referencia a la función comunicativa de los titulares, podemos evidenciar que la función se rige en la función ‘apelativo’, los cuales se representan con un 86% en la aparición de 6 titulares ‘El drama de la maternidad’, ‘El dilema de aferrarse o soltar’, ‘Acechados por los recuerdos’, ‘La lucha por cuidar el honor’, ‘Un regreso esperado’ y ‘Crónica de nuestras horas más oscuras’. Mientras que en la función ‘Temático o simplificador’ encontramos que está representado por un 14%, aparecido en 1 titular ‘Snoopy y sus amigos van a las tablas.’

La función apelativa es la más recurrida en el acto comunicativo, debido a que busca llamar la atención del lector, brindando información a través del titular. En ella se guía más al sentimiento del lector y lo que quieren que ellos piensen con respecto a la noticia.

La lengua, producto de la actividad humana, comparte con tal actividad su carácter teleológico o de finalidad. Cuando se analiza el lenguaje como expresión o como comunicación, la intención del sujeto hablante es la explicación que se presenta con mayor facilidad y naturalidad. Por esto mismo, en el análisis lingüístico, debe uno situarse en el punto de vista de la función. Desde este punto de vista, *la lengua es sistema de medios de expresión apropiados para un fin* (Mathesius, Vachek y Trnka, 1971).

- **Características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con la dimensión de contenidos culturales.**

Muchos medios de prensa escrita no cuentan con una sección específica para contenidos culturales, por ello suelen colocar estas noticias en los temas relacionados a ‘Sociedad’ o ‘Local’. En el caso del suplemento ‘Luces’, este brinda la sección respectiva a este tipo de noticias. Asimismo, confunden el término cultural con las de espectáculo.

La dimensión de contenidos culturales abarca a la sección en la que encontramos las noticias analizadas, en este caso las 6 noticias de los días viernes 8 “El drama de la maternidad”, domingo 10 “El dilema de aferrarse o soltar”, viernes 15 “Acechados por los recuerdos”, viernes 22 “La lucha por cuidar el honor”, sábado 23 “Un regreso esperado” y sábado 30 “Snoopy y sus amigos van a las tablas” se encuentran en la sección de ‘Espectáculos’, excepto la noticia del día domingo 31 de marzo “Crónicas de nuestras horas más oscuras” que está ubicado en la sección ‘Cultura’. Ante estos resultados podemos determinar que el suplemento ‘Luces’ considera en su mayoría a las noticias sobre teatro en la sección de ‘Espectáculos’.

Actualmente, una vez que la prensa diaria creara la sección Diaria de Cultura con carácter estable, la relevancia que ésta le otorga viene de su consolidación a través de la diferencia de otros contenidos como los propios de la sección de Sociedad, aunque, en algunos medios, aún siguen confundiéndose. Asimismo, la importancia de la sección de Cultura proviene del aumento progresivo de sus páginas y de la aparición de unos suplementos semanales que han ido, a su vez, especializándose en las diversas Artes: Literatura, Música, Artes

Plásticas, etc., hecho que ha introducido una diferenciación entre contenidos incluidos en las secciones diarias y en los citados cuadernillos (Armañanzas, 1993)

En relación a las fotografías que acompañan las notas informativas podemos indicar que entre las 7 noticias se cuenta con un total de 12 imágenes, las cuales tienen un 267.5% de superficie. El mayor porcentaje se representa por el 62.50% aparecida el 8 de marzo del 2019 “El drama de la maternidad” con 3 fotografías; seguida del 50% en los días viernes 22 “La lucha por cuidar el honor” y sábado 30 “Snoopy y sus amigos van a las tablas” con 5 fotografías aparecidas; un 30% el día sábado 23 “Un regreso esperado” con 1 fotografía y un 25% los días domingo 10 “El dilema de aferrarse o soltar”, viernes 15 “Acechados por los recuerdos” y domingo 31 de marzo “Crónica de nuestras horas más oscuras” con 3 fotografías, generando un total del 267.5% de superficie en fotografía con relación al teatro peruano.

Para Soma Comunicación (2013), la fotografía periodística es clave para la contextualización del acontecer, tanto desde el punto de vista de la cobertura que realiza el profesional a pie de campo, en lugares donde va a rescatar la instantánea o foto noticia, como en los puntos a donde son convocados los profesionales de la comunicación para informar sobre un acto, evento o rueda de prensa.

También podemos determinar las características de las fotografías empleadas en las noticias; por ejemplo, en cuanto a la visualización entre las 7 noticias tenemos un total de 12 fotografías; en donde la coloración de imagen varía, ya que 9 son a color (75%) y 3 a blanco y negro (25%).

En cuanto a los planos establecidos en las fotografías tenemos que los mayores valores están representados por un 50% para el plano conjunto; seguido del plano busto y 3/4 o americano con un 17%. Asimismo, los menores valores con un 8% en el plano medio y general.

- **Características del Periodismo Cultural del Suplemento “Luces” con la cobertura informativa.**

La cultura en el Perú no es un tema fuerte dentro de la agenda mediática; sin embargo, a pesar de los grandes actos culturales que podemos apreciar en primera plana, los otros acontecimientos nos permiten entender la situación cultural en la que se encuentra nuestra sociedad como exposiciones de fotografía, pintura, danzas, gastronomía, música, teatro, entre otros.

Las características de la cobertura mediática resultan de una relación con la profundidad del tratamiento que se quiere dar a la noticia con relación a ciertos temas de interés social, sobre todo al espacio que le brinda el medio para su desarrollo. También podemos decir que es el seguimiento o actualización que alimenta tanto a la noticia como al lector.

Durante el mes analizado, observamos desequilibrios en la cobertura informativa, donde se evidencia gran porcentaje dedicado a las fotografías, con una superficie gráfica de 267.5%. El espacio otorgado a la información sobre el teatro peruano en cuanto a centímetros/columna de la superficie redaccional fue de 395% en las informaciones analizadas relacionadas con este arte.

El periodo que registra mayor porcentaje está en función 100% de la información aparecida en los días viernes 8 “El drama de la maternidad” y viernes 22 de marzo “La lucha por cuidar el honor” (1 noticia por página), seguida del 45% de los días domingo 10 “El dilema de aferrarse o soltar”, viernes 15 “Acechados por los recuerdos” y sábado 23 de marzo “Un regreso esperado” (1 noticia por página) y de un 30% por las noticias aparecidas en los días sábado 30 “Snoopy y sus amigos van a las tablas” y domingo 31 de marzo “Crónica de nuestras horas más oscuras” (1 noticia por página). En total, el suplemento Luces del diario El Comercio, le otorgó 395% cm/col de cobertura informativa a las noticias de teatro peruano en el mes de marzo del 2019. Cabe mencionar que dentro de la muestra de estudio se explica claramente el análisis de 7 noticias.

Ante ello, podemos determinar que son pocos los días en donde el suplemento Luces brinda una página entera a la redacción y contenido de la noticia relacionada al teatro peruano.

Tipe & Castillo (2000) mencionan que “un diario debe privilegiar la fotografía en todas sus páginas. Cuidar la calidad de la imagen, dando especial importancia a la fotografía eminentemente noticiosa”. (p. 94).

Como podemos ver entre el porcentaje superficie redaccional y de fotografía, el que predomina es el redaccional, a pesar de que la diferencia no es tan notable.

CONCLUSIONES

- En el Perú no existe el periodismo cultural en su totalidad, debido al poco tratamiento e interés que le dan los medios de comunicación a las noticias. Encontramos un desarrollo incompleto, con información redundante, en donde prefieren darle más espacio a la publicidad que al contenido que se quiere dar a conocer. No encontramos análisis de las obras de teatro, ni historia; desmereciendo así el trabajo de los artistas y el interés del público.
- El tratamiento de la información cultural en el Perú es limitado, debido a que los periodistas solo se centran en informar, no interpretan, ni dan su opinión con relación al hecho. En el suplemento ‘Luces’ hemos identificado que sus noticias relacionadas al teatro en su mayoría son informativas, en donde solo se cuenta de manera breve el ‘de qué se trata la obra’, el ‘dónde’ y el ‘cuándo’. En algunas, se encargan de llenar las noticias con las declaraciones o antecedentes, pero no profundizan ni dan una reflexión al lector.
- Asimismo, los medios de comunicación no diferencian el término cultura, ya que muchos medios de prensa escrita consideran a estas noticias en la sección de social o local; por ende, no llega al público de manera adecuada. En este caso, el diario El Comercio cuenta con un suplemento dedicado a la cultura con el nombre de ‘Luces’. Sin embargo, no profundizan en el desarrollo de la información.
- La cobertura del periodismo cultural en nuestro país es pobre, debido al poco interés y la falta de criterio de los medios de comunicación. Sabemos que la

cultura, es la clave a un cambio social y sobre todo porque cuenta con una gama muy amplia de información en el que se puede trabajar. Ante esto, los medios solo cubren lo que ya el público conoce y no van más allá de lo redundante.

RECOMENDACIONES

- Es importante que los medios de comunicación consideren en las secciones culturales a periodistas que estén especializados en cada arte, para que así resulte mejor el desarrollo de la noticia. Y a ellos mismos, actualizarlos y brindar capacitaciones constantes para que sus noticias despierten el interés de la sociedad.

FUENTES DE INFORMACIÓN

Referencias bibliográficas

Referencias de Libros

Ayala K. y León E. (2000) *El Periodismo Cultural y el de Espectáculos. Trayectoria en la prensa escrita Lima, siglos XIX y XX*. Editorial Terracom

Martí-Barbero, J. (1991) *Periodismo y Cultura*. Editorial Tercer Mundo Editores.

Mattelart M. y A. (1995) *Historia de las Teorías de la Comunicación*. Editorial Paidós Ibérica

Rivera, Jorge (1995) *El periodismo cultural*. Editorial Paidós

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

Referencias de Libros Electrónicos

Amado, A. (2016) *El Periodismo por los periodistas*. Recuperado de: https://www.kas.de/c/document_library/get_file?uuid=ef1da7ad-6f7a-835e-33bb-41a0798a6885&groupId=252038

Fernández, S. (1997) *Habermas y la Teoría Crítica de la Sociedad*. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales. Recuperado de: <https://www.moebio.uchile.cl/01/frprin03.html>

Fontcuberta, M. (1980). *Estructura de la Noticia Periodística*. Recuperado de: https://kupdf.net/download/fontcuberta-mar-estructura-de-la-noticia-periodistica_58f6c073dc0d608476da97e1_pdf

McQuail, D. (1985). *Introducción a la Teoría de la Comunicación de Masas*. Recuperado de: <https://locucionucvcohortelvi.files.wordpress.com/2012/06/introduccion-a-la-teoria-de-la-comunicacion-de-masas-mcquail-denis.pdf>

Moragas, M. (1985). *Sociología de la Comunicación de Masas*. Recuperado de: <http://www.septien.edu.mx/septien/maestria/C2%20L1%20Sociolog%C3%ADa%20de%20la%20comunicaci%C3%B3n.pdf>

Rojas, I. Theodor W. *Adorno y la Escuela de Frankfurt*. Universidad Autónoma del Estado de México. Recuperado https://www.infoamerica.org/documentos_pdf/adorno02.pdf

Van Dijk, T. (1990). *La Noticia como Discurso: Comprensión, estructura y producción de la información*. Recuperado de: <http://www.discursos.org/oldbooks/Teun%20A%20van%20Dijk%20-%20La%20Noticia%20como%20Discurso.pdf>

Referencias de Tesis

Beltrán L. (2013) *Universo Centro: ¿De Medellín al mundo?*, (Tesis de grado) Pontificia Universidad de Javeriana, Facultad de Comunicación y Lenguaje, Carrera de Comunicación Social, Bogotá, Colombia. Recuperado de:

<https://repository.javeriana.edu.co/bitstream/handle/10554/14605/BeltranVelasquezLuisAlejandro2013.pdf?sequence=1&isAllowed=y>

Bohórquez, A. (2015) *Las características del proceso de producción de información cultural en los periódicos La Patria, Los Viernes y El Tiempo*. Recuperado de: <http://ridum.umanizales.edu.co:8080/xmlui/bitstream/handle/6789/2569/Investigaci%C3%B3n%20Periodismo%20Cultural%202015.pdf?sequence=2&isAllowed=y>

Delgado Z. (2017) *Periodismo Cultural: Una comparativa de la prensa en España y Perú*, (Tesis de grado) Universidad de Valladolid, Facultad de Filosofía y Letras, Valladolid, España. Recuperado de: https://uvadoc.uva.es/bitstream/10324/24995/1/TFG_F_2017_34.pdf

Miceviciute, J (2013) *La configuración de las noticias periodísticas y su influencias en las actitudes morales de las audiencias*. (Tesis doctoral) Universidad de Cantabria, Departamento de Filología, Santander, España. Recuperado de: <https://repositorio.unican.es/xmlui/bitstream/handle/10902/4439/Tesis%20JM.pdf?sequence=1>

Rivera. K. (2017). *La banalización del periodismo cultural: Show mediático y contenidos culturales en la prensa escrita peruana*. (Tesis doctoral). Universidad de Piura. Recuperado de: https://pirhua.udep.edu.pe/bitstream/handle/11042/3251/INF_211.pdf?sequence=1

Rosero, P. (2012). *La Construcción mediática de representaciones sobre cultura. Sobre el Periodismo Cultural y su producción noticiosa*. (Tesis de maestría) FLACSO Sede Ecuador. Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales. Recuperado de: <http://repositorio.flacsoandes.edu.ec/bitstream/10469/4201/1/TFLACSO-2012PSRC.pdf>

Segovia, S. (2016) *Análisis de la cobertura informativa del Proyecto Castor en la prensa nacional y local española*. Recuperado de: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/163424/TFG_2015_Segovia+de+MoyaS.pdf;jsessionid=9391CDD5DA9C8E4ED7D6CBF305789CC1?sequence=1

Treviño, L. (2015). *Influencia del Periodismo Cultural en Chihuahua*. (Tesis doctoral). Universidad de Sevilla. Recuperado de: Depósito de Investigación Universidad de Sevilla. <https://idus.us.es/xmlui/handle/11441/31782>

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*. (Tesis de grado) Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas (UPC), Facultad de Comunicaciones, Carrera de Comunicación y Periodismo, Lima, Perú. Recuperado de: https://repositorioacademico.upc.edu.pe/bitstream/handle/10757/322316/valle_vm-pub-tesis.pdf;jsessionid=3E0850F63B74EE7506FB4955903DF2F8?sequence=2

Referencias Electrónicas

Referencias Web

(2008) Análisis del tratamiento periodístico de los temas políticos en los diarios: El Comercio, Hoy y la Hora, de la Ciudad de Quito. Recuperado de: <https://es.slideshare.net/abelsuing/tratamiento-periodstico>

(2016) Creación Literaria. Recuperado de: <https://creacionliteraria.net/2012/05/la-noticia-estructura-y-caractersticas/>

Contenido de la Cultura. Recuperado de: <http://claseunidad5.galeon.com/aficiones998015.html>

Conociendo los medios de comunicación. El tratamiento informativo. Recuperado de: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/vista/detalle_articulo.php?id_articulo=71&id_libro=117

(2013) Evolución del Periodismo Cultural en prensa escrita (1993-2013): Análisis de la sección cultura en tres periódicos de ámbito nacional. Recuperado de: http://repositori.uji.es/xmlui/bitstream/handle/10234/99586/TFG_2014_FernandezGarciaA.pdf?sequence=1&isAllowed=y

(2014) Funciones comunicativas. Recuperado de: <http://www.ub.edu/diccionarilinguistica/print/6822>

Géneros periodísticos. Recuperado de: <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque4/index.html>

(2009) ICarito. Recuperado de: <http://www.icarito.cl/2009/12/94-8783-9-texto-informativo-la-noticia.shtml/>

Los titulares. Recuperado de <http://recursos.cnice.mec.es/media/prensa/bloque3/pag7.html>

(2015). Panorama Cultural. Recuperado de: https://panoramacultural.com.co/index.php?option=com_content&view=article&id=3146:que-es-el-periodismo-cultural&catid=8:opinion&Itemid=151

(2015) Partes de la Noticia. Recuperado de: <http://partesde.com/la-noticia/>

(2010) Introducción al Periodismo. Recuperado de <http://introduccionalperiodismo1.blogspot.com/2010/11/tipos-de-titulos.html>

Psiconanálisis y Marxismo. Recuperado de: <http://www.psicomundo.com/foros/psa-marx/teoriacritica/generacion1.htm>

(2013) La importancia de la fotografía de prensa. Recuperado de: <https://socomunicacion.com/la-importancia-de-la-fotografia-de-prensa/>

(2012) Tipos de cobertura mediática. Recuperado de: <http://www.endvawnow.org/es/articles/1245-tipos-de-cobertura-mediatica.html>

Referencias Revistas Electrónicas

Frankenberg G. (2011) *Teoría Crítica*. Revista Enseñanza, Argentina. Recuperado http://www.derecho.uba.ar/publicaciones/rev_academia/revistas/17/teoria-critica.pdf

Fundamentos en Humanidades (2013). *La Teoría Crítica de Adorno y el psicoanálisis lacaniano como filosofías de la negación ontológica. Apuntes para una crítica sociocultural, epistemológica y ético-política a los valores hegemónicos del capitalismo neoliberal*. Universidad Nacional de San Luis, Argentina. Recuperado de: <http://www.redalyc.org/pdf/184/18440029002.pdf>

Villa, M. (1998). *El PERIODISMO CULTURAL: Reflexiones y aproximaciones*. Revista LATINA de Comunicación Social. —, vol. 6. Recuperado de: <https://www.ull.es/publicaciones/latina/a/83mjv.htm>

Referencias Artículo Electrónico

Asociación Española de Investigación de la Comunicación. *La recepción de la Teoría Crítica en la Investigación de la Comunicación en España*. Recuperado de: https://www.researchgate.net/publication/312222424_La_recepcion_de_la_Teoria_Critica_en_la_investigacion_de_la_comunicacion_en_Espana_contexto_academico_tradiciones_intelectuales_y_esfuerzos_editoriales

Garrido, L. (2011). *Habermas y la Teoría de la Acción Comunicativa*. Razón y Palabra Recuperado de: http://www.razonypalabra.org.mx/N/N75/ultimas/38_Garrido_M75.pdf

Horkheimer, M. y Adorno, T. (1988). *La Industria Cultural: Iluminismo como mistificación de Masas. Dialéctica del Iluminismo*. Recuperado de: http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/adorno_horkheimer.pdf

Lebrún, A. (2014) *Industrias culturales, creativas y de contenidos*. Recuperado de: http://www.unife.edu.pe/centro-investigacion/revista/N19_Vol2/Artu00EDculo%203.pdf

Martínez, J. (2011) *Métodos de investigación cualitativa*. Recuperado de: <http://www.cide.edu.co/doc/investigacion/3.%20metodos%20de%20investigacion.pdf>

Zavala, A., Yauri, V., Panduro, L., Mendoza, D. (2010). *El Texto Narrativo*. Recuperado de: <http://www.ugel03.gob.pe/pdf/110426i.pdf>

Referencias de Congresos

Nieto, M (2014). *Periodismo Cultural y concentración de medios. La intoxicación en la difusión de las industrias culturales y su estado en las redes sociales. Primer Congreso Internacional de Intoxicación*. Universidad de Sevilla, pp. 120-136. Recuperado de:

[https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33017/Libro de actas Infoxicacion navegab
le8.pdf?sequence=1&isAllowed=y](https://idus.us.es/xmlui/bitstream/handle/11441/33017/Libro_de_actas_Infoxicacion_navegab
le8.pdf?sequence=1&isAllowed=y)

Sierra. J (2011) *Cobertura Periodística de la Migración en las Américas*. Informe del Foro de Austin sobre Periodismo en las Américas. Recuperado de: https://knightcenter.utexas.edu/Cobertura_sobre_migracion_booklet.pdf

ANEXOS

DATOS DEL MEDIO DE COMUNICACIÓN – EL COMERCIO

 	
DIRECCIÓN:	Jr. Antonio Miró Quesada #300 Lima 1 – Perú
TELÉFONO:	426-4676 / 311-6500
PÁGINA WEB:	https://elcomercio.pe/
FUNDACIÓN:	4 de mayo de 1839 (180) años
EMPRESA EDITORA:	Grupo El Comercio (ECO Grupo de comunicación)
DIRECTOR DEL DIARIO:	Juan José Garrido Koechlin
FORMATO:	Tabloide.

FICHA TÉCNICA DE ANALISIS DE CONTENIDO

	FECHA: Viernes 08 de marzo del 2019
--	--

		NOTICIA 1	
			
DATOS GENERALES DE LA NOTICIA PERIODÍSTICA		Tipo de titular: Apelativo.	Fuente: CzarGutiérrez (periodista)
Antetítulo:	No hay.	Nro. de página: 4 Sección: Escenarios	
Título:	“EL DRAMA DE LA MATERNIDAD”	EMPLAZAMIENTO	
Bajada:	“Yerma”. El poema trágico de Federico García Lorca estrenara en 1934 reactualiza un peliagudo asunto. Se estrena el martes 2 de abril en el teatro La Plaza.	Posición de la información: Inferior, debajo de las imágenes.	
Características en el texto	Idea central: Yerman, protagonizada por Urpi Gibbons, es criada en el orden social, el trabajo, la moralidad, el sentido del honor y puritanismo de una sexualidad encauzada por la sociedad y la religión, factores que la atormentarán debido a su infertilidad.	Tiempo del verbo del titular:	
Idea central y secundaria:		PASADO	PRESENTE
			X
Estilo periodístico-Comprobación del hecho	Estilo periodístico: Género informativo.	Idea secundaria: La Yerma actual se centra en una nueva esterilidad. Esa que ya no refiere a las ataduras de un marido, sino al espíritu femenino subyugado por la opresión de la vida moderna.	
		Comprobación del hecho: “Tener un hijo no es tener un ramo de rosas. Hemos de sufrir para verlos crecer. Yo pienso que se nos va la mitad de nuestra sangre. Pero esto es bueno, sano, hermoso. Cada mujer tiene sangre para cuatro o cinco hijos, y cuando no los tienen se les vuelve veneno, como me va a pasar a mí.”	
Porcentaje en superficie impresa	100%		

	NEUTRAL	A FAVOR	EN CONTRA					Planos de la fotografía. Composición: Plano conjunto (1): Elenco mostrando una escena de la obra durante su ensayo. Plano general: (1): Personajes principales interpretando una escena de la obra. Plano busto (1): Foto promocional de la obra.
	X							
CARACTERÍSTICAS DE LAS FOTOGRAFÍAS (La formación gráfica que aparece conjuntamente al texto periodístico)	FOTO 1	FOTO 2	FOTO 3	FO TO 4	FO TO 5	FO TO 6	FO TO 7	Nombre del fotógrafo: -
	X	X	X					
Con / Sin leyenda	Vanessa Vizcarra, Julia Thays, Rina Corzo, Muki Sabogal, Irene, Eyzaguirre, Trilce Cavero y Adelaida Mañuico componen el elenco de la "Yerma" peruana.	Urpi Gibbons y André Silva reactualizan el drama que hace 88 años escribiera el granadino García Lorca.	La temporada de esta obra va hasta el 4 de junio.					Ubicación de la fotografía: Plano conjunto (1), plano general (1), plano busto (1).
Porcentaje dentro de la noticia	45%	15%	2.5%					Total: 62.5%
Personaje que aparece en la foto	Vanessa Vizcarra, Julia Thays, Rina Corzo, Muki Sabogal, Irene, Eyzaguirre, Trilce Cavero y Adelaida Mañuico interpretando una escena de la obra.	Urpi Gibbons y André Silva durante su ensayo.						Observaciones: Detalla la noticia, pero cuenta con mayor proporción de imágenes. Las imágenes no cuentan con el nombre del fotógrafo. Asimismo hay ciertas palabras en la redacción de la bajada que puede confundir al lector, donde dice "El poema trágico que Federico García Lorca estrenara en 1934", estamos hablando de un hecho que pasó. La palabra no está mal empleada, pero la idea es que el tiempo del verbo también ayude en una mejor comprensión.

NOTICIA 5

Un regreso esperado

Tras varios años en el cine, Lobosillo (Alejandro Portuondo) vuelve al teatro. Encuentro para reencontrarse con sus amigos y volver todo con la obra "El concierto del lobo loco" de Talad Fernández Carbal, quien lo creó en teatro.

Dentro de la obra se escenificará un teatro de sombras de títeres para explicar algunos episodios complejos.

Tras varios años en el cine, Lobosillo (Alejandro Portuondo) vuelve al teatro. Encuentro para reencontrarse con sus amigos y volver todo con la obra "El concierto del lobo loco" de Talad Fernández Carbal, quien lo creó en teatro.

"Lobo, ¿qué estás haciendo?"
Sexta obra de la saga infantil producida por Ayeopotámono Teatro, que devela los secretos del origen de Lobosillo Perocino. Desde mañana en el Teatro de Lucía.

Toda historia, más o menos, tiene un principio y un fin. Pero en esta ocasión depende de los protagonistas que le dan vida. Algunos de ellos son personajes secundarios. Otros son protagonistas que viven momentos importantes que cambian su vida. Así que una vez más, en esta obra, Lobosillo se encuentra con sus amigos y vuelve todo con la obra "El concierto del lobo loco" de Talad Fernández Carbal, quien lo creó en teatro.

Toda historia, más o menos, tiene un principio y un fin. Pero en esta ocasión depende de los protagonistas que le dan vida. Algunos de ellos son personajes secundarios. Otros son protagonistas que viven momentos importantes que cambian su vida. Así que una vez más, en esta obra, Lobosillo se encuentra con sus amigos y vuelve todo con la obra "El concierto del lobo loco" de Talad Fernández Carbal, quien lo creó en teatro.

Más información
Lugar: Teatro de Lucía. Dirección: Alejandro Portuondo. Fecha: Viernes 24, sábado 25 y domingo 26 de abril. Entradas: 4 y 6 m. Entradas: Teleticket.

NOTICIA 6

ESCENARIOS **LUCES**

Snoopy y sus amigos van a las tablas

"Eres bueno, Charlie Brown"
Musical narrará las aventuras del célebre niño y su hilarante perro.

La versión local está basada en la obra de Broadway, que se estrenó en 1999 y ganó dos premios Tony.

en la obra "Eres bueno, Charlie Brown". El montaje se distinguirá por recrear en modo viñetas algunos de los personajes de uno de los cómics más famosos del mundo. La pieza contará con las actuaciones de Armando Machuca, Nicolás Villalonga, Gina Yargali, Mario Mendoza, Cary Rodríguez Vera y Manuel Rodríguez.

Más información
Lugar: Teatro Mario Vargas Llosa. Dirección: Ayo de la Poesía. Fecha: Viernes 24, sábado 25 y domingo 26 de abril. 4.30 p.m. Entradas: Teleticket.

NOTICIA 7

CULTURA **LUCES**

Crónica de nuestras horas más oscuras

"El día que Abraham decidió morir"
La obra dirigida por Javier Valdés se inicia el martes 2 en el Teatro de Lucía.

equipo. Son 29 escenas, en 17 locaciones, donde los personajes tienen que interactuar", explica Valdés.

En la obra participan los experimentados actores Mario Velásquez y Américo Zúñiga. A ellos se suman los alumnos de la primera promoción de Venaver: Oscar Aguirre, Diether Córdova, Lorea Durán, Giomira Espinoza, Brenda Fajardo, Brian Huallamares, Rodrigo Palomino, Luis Salas y Alejandra Trujillo.

Más información
Lugar: Teatro de Lucía. Dirección: Belva Vista 512. Miraflores. Temporada del 24 al 30 de abril. Entradas: Joinrus.

Cerca de que lleve el 2000, Abraham, el protagonista, se encuentra en una crisis existencial que lo tiene al borde del suicidio. A eso hay que sumarle que la sociedad está en pánico por la supuesta cercanía del fin del mundo. En esa situación, Abraham emprende un viaje a su pueblo natal para conocer la verdad sobre su madre muerta. Una vez allí, se enterará de varios hechos que lo colocarán en un dilema sobre su vida. Esa es la premisa de "El día que Abraham decidió morir", del dramaturgo Paris Peasantas Moran, que llega a las tablas bajo la dirección del reconocido actor Javier Valdés, a través de su espacio de formación actuarial Venaver. La obra ocupó uno de los primeros lugares del Concurso Nacional Nueva Dramaturgia Peruana, en el 2014, pero esta será la primera vez que se monte.

"Es la historia de un chico que regresa a su pueblo y quiere despegar las dudas sobre su pasado. La obra me da la posibilidad de que este nuevo grupo de jóvenes actores que estudiaron en mi taller (Venaver) pueda trabajar en

Rodrigo Palomino, uno de los alumnos del taller Venaver, comparte escenario con el experimentado Mario Velásquez.