

Universidad de Chile
Instituto de la Comunicación e Imagen
Escuela de Periodismo

Periodismo cultural: El amigo del mercado

Análisis de secciones diarias y prácticas periodísticas en la prensa
cultural escrita.

Memoria para optar al título de periodista

Presentada por Daniella Girardi Silva

Profesor patrocinante: Hans Stange Marcus

Junio de 2010

“La frase que mejor expresa la cultura
en que vivimos es aquella que dice:
‘ahora todo está en el mercado’”.

José Joaquín Brunner (2005:1)

ÍNDICE

Presentación	4
Capítulo 1: ¿Está todo perdido? El periodismo cultural al borde del abismo	6
Capítulo 2: Mirando hacia atrás. Las pistas que entregan las prácticas periodísticas	12
Toma de decisiones	13
Reporteo diario	15
Fuentes	22
Inconvenientes en el reporteo	27
Presiones y problemas éticos	31
Capítulo 3: El resultado en la mira. Los temas y las concepciones de cultura	40
Siguiendo la noticia	48
Un cambio en la pauta: la farándula se abre camino	51
Hacia un negocio del periodismo	57
Midiendo a la cultura	60
Capítulo 4: ¿Cultura sinónimo de consumo? El estado de la cultura y su relación con el periodismo	65
Políticas culturales y mercantilización de la cultura	68
Periodismo cultural y sociedad	74
Referencias Bibliográficas	78
Entrevistas	81
Anexos	83

PRESENTACIÓN

El siguiente trabajo tiene por objetivo analizar las prácticas de los periodistas y las concepciones de cultura que se manejan en las secciones diarias de Cultura y Espectáculos de la prensa escrita. A partir de esto, se podrá tener una noción del estado del periodismo cultural y responder la interrogante sobre si éste pasa actualmente por una supuesta crisis.

Esta memoria se enmarca dentro de la investigación “Rutinas profesionales en la producción de informaciones de prensa en Chile 1975-2005”, realizada en el Centro de Estudios de la Comunicación. El objetivo de ésta es abordar las prácticas de producción de informaciones (las rutinas cotidianas de relación con las fuentes, de acceso a información pública, de edición e investigación, etc.) y los hábitos profesionales de la comunidad de periodistas (prejuicios, criterios, etc.) para demostrar la existencia de una continuidad entre las prácticas periodísticas desarrolladas en la dictadura y las presentes, con las consecuencias obvias que esto tiene para el desarrollo de nuestra actual democracia¹.

A pesar de vincularse directamente con el proyecto anterior, esta memoria se acota a un área y a un periodo de tiempo específico. Así, se determinó que ésta se enfocaría en las secciones diarias de Cultura y Espectáculos de los periódicos existentes entre 1995 y 2005, es decir, El Mercurio, La Tercera, La Nación, La Cuarta, Las Últimas Noticias, La Época y El Metropolitano.

¹ STANGE, Hans y SALINAS, Claudio. Rutinas profesionales en la producción de informaciones de prensa 1975-2005. Centro de Estudios de la Comunicación. Universidad de Chile. 2009.

También se tomó del proyecto la metodología de trabajo consistente, en primer lugar, en la revisión de notas de prensa para obtener una caracterización de las operaciones más formales y evidentes. Así, el análisis se realizó a un total de 912 notas a través de una grilla que recaba información en distintas categorías como agendas temáticas, tipo y uso de fuentes, uso de imágenes, aspectos retóricos y genéricos, y autoría de las notas. Las semanas a analizar se distribuyeron aleatoriamente en cuatro años del periodo (1995, 1998, 2001 y 2003), cuidando satisfacer criterios de reemplazo y significación. Además, cabe destacar en este punto que el estudio puede contar con algún tipo de sesgo en el caso de La Cuarta, ya que no se dispone de las semanas correspondientes a 2001 y 2003.

En segundo lugar, se identificó la percepción de quienes participan en la producción de las secciones de Cultura y Espectáculos a través de entrevistas a editores, periodistas y reporteros gráficos. La selección de la muestra se elaboró a partir de cuotas según criterios étáreos, de género, cargo, etc., es decir, cuotas intencionadas según las características específicas del campo profesional. Se estableció un mínimo de veinte entrevistas a realizar a partir de determinar cuatro personas por diario, nombres que se escogieron al azar. A ellos se les preguntó sobre distintos tópicos de su profesión como la relación con sus prácticas laborales y condiciones de trabajo, además de su relación con los relatos míticos y éticos de ella.

¿ESTÁ TODO PERDIDO?

EL PERIODISMO CULTURAL AL BORDE DEL ABISMO

Un hábito que siempre me ha llamado la atención es el de leer el diario de atrás para adelante. Muchos pueden justificar este comportamiento diciendo que las noticias más entretenidas y menos serias se encuentran en las últimas páginas del periódico que son justamente las ocupadas por el periodismo cultural. ¿A quién le interesa leer sobre asaltos, problemas políticos o el precio del dólar cuando se puede leer sobre el estreno de una película, un buen libro y hasta algún *cotilleo* farandulero?

Eso es precisamente lo interesante de este tipo de periodismo: permite educarse sobre expresiones artísticas y a la vez encontrar noticias que ayudan a distraerse, divertirse o pasar un buen rato. Así, tomando las palabras del periodista argentino Francisco Rodríguez Pastoriza, ésta es:

Una de las secciones periodísticas más valoradas por los lectores de los medios de comunicación escrita. La información cultural se ha impuesto como un contenido imprescindible en todos los periódicos y revistas de información general, sea cual sea su ámbito geográfico de distribución y la clase o sector social a los que se dirijan².

² RODRÍGUEZ, Pastoriza Francisco. Periodismo Cultural. Pág. 163. Editorial Síntesis. España. Primera Edición, 2006.

Al hacer una revisión general de los diarios de distribución nacional, es posible encontrar distintas miradas sobre lo que significa el periodismo cultural. Para algunos, se trata mayormente de la cultura como sinónimo de arte, para otros lo importante es la cultura masiva y popular, mientras que el resto presenta una combinación de ambas visiones.

De esta forma, al plantear la duda de por qué las concepciones de cultura cambian en cada diario, surge una posible explicación: en cada periódico se trabaja de una manera distinta al contar con diferentes periodistas, por lo tanto serían las prácticas³ de éstos las que influirían en qué es lo que tiene cabida y lo que no dentro de cada sección. Entonces, para comprobar si esto es cierto, es necesario investigar y analizar cuáles son las prácticas de los periodistas que se desempeñan en el área cultural de la prensa escrita.

Así, no sólo se llegará a una conclusión sobre las concepciones, sino también se podrá visualizar cuál es el estado del periodismo cultural actualmente. Esto se vuelve muy relevante, ya que la gran parte de los periodistas entrevistados para esta tesis señalaron estar disconformes con el periodismo cultural que existe actualmente, incluso señalaron que éste se encontraría en una etapa crítica. Una de las más categóricas fue la ex editora de Espectáculos de El Mercurio, Jimena Villegas, quien no dudó en afirmar: “El periodismo cultural pasa por un momento difícil, está en crisis. No hay enfoque, no hay buenos periodistas ni buenas plumas, creo que no hay certeza respecto de qué es cubrir Cultura, hay una ignorancia impactante”⁴.

³ Las prácticas periodísticas serían esencialmente las prácticas de búsqueda y recogida de información que se llevan a cabo naturalmente en la relación con las fuentes, así como también la acción de selección y edición de las informaciones que se consideran “noticia” y, por tanto, que se incorporan al proceso de publicación. Véase STANGE, Hans; SALINAS, Claudio: Rutinas Periodísticas. Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto y su estudio en la prensa chilena. Págs. 14 y 15. 2009.

⁴ Entrevista con la autora. De aquí en adelante todas las citas que aparezcan sin referencia corresponden a una entrevista.

Y no es la única. Andrés Braithwaite, editor de Cultura de Las Últimas Noticias (LUN), piensa que este tipo de periodismo es “pobre, desjerarquizado, todo va mucho más al éxito de las cosas reporteadas que a la calidad, es carente de opiniones”. Éstas y otras afirmaciones expresadas por los periodistas entrevistados dan a entender un descontento general que puede ser resumido en dos grandes críticas: los contenidos se “espectacularizaron” para llamar la atención y vender más, y su rol está cada vez más orientado a difundir productos culturales, dejando de lado la creación y la crítica.

Como es posible deducir de lo expresado por los propios entrevistados, si el periodismo cultural está en crisis, uno de los responsables serían los propios periodistas debido a sus “malas” prácticas. Sin embargo, antes de decir algo tan categórico, es necesario conocer la labor de los periodistas que trabajan en ellas, pues de esta forma se podrá entender cómo funcionan las áreas culturales en los periódicos.

Así, lo esencial de esta tesis consistirá en revisar secciones de Cultura y Espectáculos de los diarios de circulación nacional existentes entre 1995 y 2005 (El Mercurio, La Tercera, La Nación, Las Últimas Noticias, La Cuarta, El Metropolitano y La Época), observando los temas que tienen cabida y cómo se elaboran estas áreas. Esto será contrastado con la revisión de las propias prácticas periodísticas y las percepciones que tienen los periodistas de ellas. Lo anterior ayudará no sólo a verificar el estado del periodismo cultural, sino también a medir cómo influye la rutinización⁵ de la práctica en la construcción del área cultural y en

⁵ Ramírez define rutina como el conjunto de “aquellas prácticas y formas de ejercicio marcadas por patrones, rutinizadas y repetidas que los trabajadores de los medios usan para realizar su trabajo. Las rutinas tienen un importante impacto en la producción de contenidos simbólicos. Ellas forman el entorno inmediato en el cual los individuos desarrollan su labor. Estos modos de hacer profesionales o rutinas comienzan a desarrollarse a partir de la constitución de los medios de información, como empresas, casi siempre con fines de lucro, cuyo negocio es transmitir información de actualidad y publicitaria”. Mauro Wolf agrega que “la producción de noticias sigue un proceso rutinario, las mismas rutinas son continuamente corregidas y sus elementos entran en nuevas relaciones”. Véase RAMÍREZ, Paulo. Rutinas periodísticas en

la concepción de ésta que se maneja en la prensa.

Es importante aclarar en este punto que la acotación de los años pretende entregar una dimensión histórica del periodismo cultural en Chile, es decir, se abarcan diez años para lograr una comparación entre los años '90 y 2000. De esta manera, se podrá observar tanto si ha habido cambios o no en las secciones mencionadas como si es posible hablar de una crisis, enfocándose en el traspaso de los años 90 a 2000 donde la farándula comienza a tomar un mayor protagonismo en las pautas. "Últimamente, los diarios están relacionando mucho Cultura y Espectáculos a farándula, entonces se faranduliza un tema cultural como el de las cartas de Gabriela Mistral y se termina viendo su opción sexual, eso eclipsa su obra", ejemplifica la periodista de Cultura del desaparecido diario La Época, Ximena Póo.

Por otra parte, ya que se estudiarán las prácticas periodísticas, hay que tener en cuenta la separación existente entre la sección diaria y los suplementos. Sabemos que ambos son espacios de difusión y opinión cultural donde se tratan de legitimar los productos pertenecientes a este campo. Sin embargo, en ambas se trabaja con distintos tiempos de producción y también es distinto el espacio y libertad de redacción con el que se cuenta, por lo tanto la manera de tratar la cultura es diferente. Como expresa la periodista española Fidela Navarro:

Ciertos géneros y temas culturales en profundidad se dejan para los suplementos semanales, evidenciando dos tratamientos distintos de abordar la cultura: uno aferrado a la actualidad, el del día a día, más cercano al público en general y con una visión más mercantilista de la cultura, y otro más reposado, profundo y dirigido a un público más preparado y minoritario⁶.

los medios chilenos: una transición incompleta. Cuadernos de Información N° 10. Pontificia Universidad Católica de Chile. 1995 y WOLF, Mauro. Los emisores de noticias en la investigación sobre la comunicación. Revista Zer N°3. Universidad de Navarra, 1997.

⁶ Citado en BARRERA, Karen; DURÁN, Diego; ESCOBAR, Francisca; GARCÍA, Macarena. El periodismo cultural independiente en Chile durante la transición; el caso de Noreste, Rocinante, y Revista de Crítica

De esta forma, queda claro que ambas instancias se preocupan de llegar a un público distinto. El día a día se dirige a un lector general que no necesariamente está interesado en la sección de Cultura y Espectáculos, en cambio, los suplementos se orientan a un lector más específico, el cual se presume posee un cierto conocimiento de los temas ahí tratados.

En primera instancia, la idea era tomar tanto el día a día como los suplementos en cuenta, pues parecía un poco injusto dejar de lado a publicaciones emblemáticas para el periodismo cultural chileno como el suplemento “Artes y Letras”, la “Revista de Libros”, “La Cultura Domingo”, etc. Sin embargo, al notar que ambas presentarían prácticas disímiles, se decidió acotar la investigación sólo a una de ellas, resultando elegida la sección diaria. Las razones son diversas: en primer lugar, ésta supone un trabajo de día a día, situación que permite analizar de mejor manera las prácticas y la formación de la rutina. Es decir, es muy distinto analizar la labor de alguien que trabaja contra el tiempo que la de alguien que dispone de varios días para reportear un solo tema⁷. Además, la sección está condicionada a la actualidad y a la rapidez, acercándose más al trabajo de producción de los diarios, mientras que los suplementos desarrollan un ejercicio que se encuentra más cercano a las revistas.

Por otra parte, la sección llega a un público más general, por lo tanto es interesante analizarla porque es la que lleva las principales concepciones de cultura a la gente que lee los diarios. De esta forma, si se incluían las secciones y los suplementos, el análisis se volvería caótico y dificultoso, además de contar con un sesgo favorable a los suplementos, pues habría significado mezclar dos tipos de actividades que presentan claras diferencias tanto en los tipos de prácticas como en el público objetivo al que van dirigidas.

Cultural. Pág. 34. Tesis (Licenciatura en Comunicación Social), Universidad de Chile, Instituto de la Comunicación e Imagen. 2006.

⁷ Es relevante indicar que también hay periodistas que escriben tanto en la sección diaria como en el suplemento cultural, sin embargo, son ellos mismos quienes hacen una distinción entre ambos trabajos.

Así, este trabajo se enfocará en la práctica de los periodistas de las secciones diarias de la prensa escrita nacional, las que se analizarán a partir de entrevistas y de la revisión de notas informativas. Todo esto nos ayudará a entender el estado del periodismo cultural, es decir, por qué es como es y qué concepciones se manejan y se entregan a los lectores, además de responder finalmente si éste se está yendo o no cuesta abajo.

MIRANDO HACIA ATRÁS

LAS PISTAS QUE ENTREGAN LAS PRÁCTICAS PERIODÍSTICAS

La práctica periodística es aquello que el periodista realiza día a día en su trabajo, e involucra desde una decisión tan simple como qué fuente consultar hasta una más compleja como el pensar de qué forma redactar la nota. En otras palabras, la práctica es el quehacer del periodista que implica, en el caso de la prensa escrita, el proceso a través del cual se llega a la nota publicada. Algunos pueden llevarlo a cabo totalmente conscientes, mientras otros pueden tenerlo tan internalizado que nunca se han detenido a pensar en cómo aparece el resultado.

Sea el proceso reflexivo o no, lo interesante es que a través de las prácticas de los periodistas es posible desentrañar cómo fue armada una nota y por qué resultó de la forma en que lo hizo, tal como aquellas películas que comienzan por el final y luego van mostrando cómo se llegó a esa situación. Es así que analizando las reuniones de pauta, el reporte, el uso de fuentes, entre otras prácticas, podremos entender cómo se construyen las secciones de Cultura y Espectáculos de los diarios chilenos y responder lo planteado anteriormente sobre si las prácticas tienen alguna incidencia en la pérdida de calidad de este tipo de periodismo.

Toma de Decisiones

La instancia mayor de toma de decisiones para los periodistas es la reunión de pauta. Allí cada uno expone los temas que desea reportear y los demás aportan sugerencias, luego, el editor ordena las ideas y se decide qué irá finalmente en las páginas según los criterios de cada sección.

De todas formas, la mayoría de los periodistas entrevistados estuvieron de acuerdo en que la función de realizar una reunión de pauta tiene que ver con proponer los temas y enriquecer las ideas de los demás con otros puntos de vista, es decir, se da la oportunidad no sólo de conocer el trabajo que estará llevando a cabo el equipo, sino también de ayudar y aportar sugerencias.

Otras funciones mencionadas por los periodistas fueron evaluar el trabajo hecho y ver los “golpes” noticiosos logrados, tanto propios como de la competencia. Dice Jimena Villegas de El Mercurio:

Se hacía una reunión en la mañana para revisar el menú de temas que teníamos disponibles para ese día y, también, para hacer una evaluación de nuestro desempeño del día anterior, crítica y autocrítica. Además, se revisaban los ‘golpes’ de los otros y nuestros, veíamos qué nos faltó y qué tan bien o mal escrita estaba la sección.

En oposición a Villegas, Susana Ponce de León, otra editora del mismo diario pero de la sección de Cultura, confiesa que le costó mucho hacer un análisis del trabajo de la semana, pues nadie se atrevía a decir nada malo. “No sé si es problema sólo de periodistas o de la humanidad, pero cuando tú cuestionas algo, aunque sea muy en buena, la gente a veces se molesta, y, si no es así, los otros temen que se molesten”, afirma. Es por esto que decidió dejar esa opción fuera de la reunión de pauta, ya que lo que opinaban los periodistas era “todo bueno y fantástico, y eso no sirve pues la única manera de mejorar es que te critiquen”.

Otros periodistas que añadieron funciones son Carolina Ruiz y Jaime Salas de La Cuarta, quienes cuentan que en la sección de Espectáculos la segunda reunión que se hace en el día sirve para verificar cómo ha ido el reporte y revisar la contingencia para ver si ha ocurrido algún cambio significativo en la pauta y se hace necesario abordar la noticia de otra forma.

Además, hay otros diarios que no utilizan la modalidad de tener una reunión, si no que cada periodista conversa directamente con el editor. Este caso se da en Las Últimas Noticias, ya que el área de Cultura está conformada por pocas personas. Andrés Braithwaite, editor de esta sección tanto en los años '90 como 2000, cuenta que “se conversa, así entre los comunicados que llegan y que estamos siempre con las orejas paradas, damos ideas o complementamos lo que dice el otro”.

De esta manera, se observa que las reuniones de pauta son fundamentales para armar una sección, pues las decisiones allí tomadas determinarán qué saldrá publicado. Sin embargo, a partir de lo dicho por los periodistas entrevistados se puede ver, en primer lugar, que éstas no son algo fijo y normativo, sino que cada sección lleva a cabo su propia dinámica. Además, queda claro que, aunque se trate de hacer un espacio de discusión, no siempre funciona así, por lo que termina siendo también un lugar de exposición. Finalmente, es interesante ver que la participación de los periodistas es más bien limitada, siendo los editores quienes detentan el mayor poder de decisión en lo que irá o no en la sección.

Por otra parte, queda una pregunta pendiente: ¿de dónde provienen los temas que cada periodista aporta? Los entrevistados señalaron que principalmente de las agencias, los llamados telefónicos a las fuentes recurrentes de información y otras veces el editor sugería los temas, es decir, las ideas podían surgir de un interés personal o por un pedido del editor general o director del diario. Por ejemplo, William Haltenhoff, quien trabajó en La Nación en los años 90, señala que “en todos los medios escritos lo que maneja la pauta son las agencias, nosotros

veíamos todos los días las conferencias para ir y elegíamos aquellas que sintonizaban más con la filosofía del medio”.

Entonces, conociendo ya las funciones de las reuniones de pauta y de dónde se obtienen los temas, se puede observar que hasta el momento no hay ninguna diferencia o técnica especial que identifique concretamente al área de Cultura y Espectáculos. Sin embargo, es necesario seguir analizando otras prácticas que entreguen nuevas piezas para sacar mayores conclusiones y visionar mejor el panorama del periodismo cultural en la prensa escrita.

Reporteo Diario

Luego de determinar en qué tema va a trabajar, el periodista comienza a reportear, lo que consiste básicamente en buscar información o documentarse, salir a “terreno” y realizar las entrevistas a las personas involucradas⁸, aunque por supuesto cada periodista tiene su propio orden y forma de hacerlo.

Precisamente en el ámbito del reporteo los entrevistados ven un cambio negativo a partir del año 2000, el cual perdura hasta hoy. El juicio es que los periodistas se volvieron cómodos, ya que antes el reporteo era completamente *in situ* y el periodista pasaba todo el día en la calle en busca de noticias, en cambio, hoy la información llega directo a sus escritorios a través de Internet y del teléfono. “El reporteo cambió con Internet, antes era mucho más callejeado y después se remitió más a ser un trabajo de oficina”, opina Carolina Lara, periodista de Cultura de El Mercurio.

Esta crítica, que puede ser extendida al periodismo en general, tiene una connotación específica en el periodismo cultural, pues una gran parte de éste se

⁸ En su Manual de Periodismo, Vicente Leñero y Carlos Marín señalan que el reportero es aquel que recoge noticias, hace entrevistas, realiza reportajes y está en contacto con los hechos”. Véase LEÑERO, Vicente y MARÍN, Carlos. Manual de Periodismo. Pág. 24. Editorial Grijalbo. Argentina. Séptima Edición, 1986.

dedica a cubrir hechos que deberían ser reportados en vivo (por ejemplo: obras de teatro, ferias, conciertos, etc.) Así lo expresa Jazmín Lolas, periodista de Las Últimas Noticias, quien afirma que le parece poco profesional que esto ocurra, ya que “es una falta de respeto no ir a ver una exposición y hacer una entrevista por teléfono sólo con una foto que te hayan mandado”.

A otros, en cambio, no les parece un problema que se aproveche la tecnología para el trabajo, pues se puede fácilmente combinar la información a través de Internet con el contacto directo con la noticia y las fuentes. Franco Fasola trabaja de esta forma como subeditor de La Nación y cuenta que el reporteo es “una mezcla, hay bastante de entrevista telefónica, pero generalmente cuando queremos trabajar otro tipo de formato, así como una entrevista en profundidad, perfiles o una crónica, hay más calle”.

Por otra parte, cabe destacar que algunos periodistas opinaron que reportear para Cultura tiene una importante ventaja: los entrevistados buscan divulgar su trabajo. “Cultura es un área privilegiada porque los artistas y creadores necesitan difusión, estar en los medios. Sea cual sea la opinión que ellos tengan de ti como periodista no la van a mostrar y siempre te van a buscar para dar a conocer su obra”, comenta Susana Ponce de León.

Sin embargo, también señalaron dos grandes desventajas de escribir para el área de Cultura y Espectáculos (que a la vez se extiende para todas aquellas secciones del periódico que trabajen con ediciones diarias): el espacio disponible y el tener que trabajar contra el tiempo. Marcela Fuentealba, periodista del extinto diario El Metropolitano, opina que estos son inconvenientes importantes y por eso este tipo de trabajo ya no le llama la atención:

Esa es la lata del periodismo diario, por eso no me gusta mucho, hay que cubrir y adelantar todo el rato. Deberían haber periodistas que tengan un poco más de

tiempo o que hagan paralelamente dos tipos de temas: uno para el día y otro con más tiempo para hacerlo mejor.

Es así que la mayoría respondió que no es común consultar material complementario, como enciclopedias, artículos técnicos o académicos, informes, encuestas, etc., en el reporte debido a la premura con la que se trabaja día a día. De la misma forma, tampoco es común incluir esta información dentro de las notas que se publican por el espacio. Un periodista, que pidió reserva de su nombre, cuenta que cuando le dicen que haga un tema a veces no lo reporta antes porque no hay mucho tiempo:

Lo que hago es llamar a las fuentes para que me cuenten detalles y si es algo de afuera busco la mayor cantidad de información posible en Internet a través de medios extranjeros, Google o Wikipedia. Trato de chequear que ésta sea lo más fidedigna posible, pero siempre dentro del contexto de que tienes pocas horas para hacer las cosas y a veces no has verificado tanto como quisieras porque siempre estás contra el tiempo.

De esta manera, es posible deducir que una de las razones para que el periodismo cultural haya perdido calidad tiene que ver con el poco tiempo y espacio disponible actualmente en los diarios, sin embargo, periodistas que trabajaron en la década de los 90 aseguran que siempre han tenido que lidiar con esos problemas, incluso antes resultaba peor pues había un acceso limitado o inexistente a Internet y debían buscar en interminables archivos de documentación. Dice Ximena Póo:

En ese tiempo no había Internet, cosa que por un lado jugaba en contra, pero te daba una tremenda rigurosidad porque uno tenía que buscar la información precisa, saber a quién acudir y uno acudía mucho a expertos. El tema del archivo era fundamental y las enciclopedias eran importantes, teníamos que saber vincular las noticias.

Por otra parte, William Haltenhoff, quien comenzó a trabajar en La Nación en 1993, cuenta que cuando llegó al diario los computadores eran escasos, por lo que siempre estaban ocupados. Así, tenía que escribir la nota a máquina y después pasarla al computador, lo que provocaba que se demorara más de lo presupuestado en producir una nota.

Otra práctica relacionada con el hecho de contar con poco tiempo para escribir una nota es el uso de comunicados de prensa y relacionadores públicos en el reporte, pues ahorra trabajo y, por supuesto, minutos. Pero la mayoría de los entrevistados dijeron que no era común recurrir a estos mecanismos, pues manejan información a granel que es entregada a todos los medios. Si lo importante hoy es diferenciarse entonces no es sorprendente que a nadie le interese mucho lo que los comunicados o los relacionadores públicos tengan que decir, salvo para obtener datos duros como muchos acotaron. Como señala Franco Fasola de La Nación:

Como fuente inicial para llegar a un tema es común, pero acá tratamos de saltarnos esa instancia y si es obligatorio tenerlo, lo dejamos en el lugar preciso, o sea solamente como enlace con la fuente de información directa, no que ellos sean participantes de la noticia o de la información que quieran llevar.

Por otro lado, Ximena Villanueva, periodista de Magazine de El Metropolitano, deja entrever un problema que otros también plantearon al decir que los comunicados “se miraban más como información, para enterarte del dónde, cuándo y qué, pero jamás los copiaba como se hace ahora, era sólo información dura y tú veías si la tomabas para reportear o no”. Afirmación que Susana Ponce de León apoya diciendo que muchas veces al abrir un diario aparecen comunicados calcados, incluso cuando tienen algún error. “Si te mandan mal la información y tú no sabes, porque no te das el trabajo de saber, salen puras tonteras”, reclama.

Como se pudo apreciar, el tiempo y el espacio son obstáculos importantes para los periodistas de una sección diaria, lo que da pie para retomar la idea de que las prácticas se vuelven distintas dependiendo de si alguien se desempeña en ésta o en suplementos, ya que los ritmos de trabajo no son iguales. Uno vive preocupado de la actualidad mientras el otro busca profundizar en temas de interés.

El suplemento cultural “no centra su valor en la ‘noticia’ como hecho informativo fundamental, sino que trabaja casi siempre con patrones de selección, restricción y subjetividad”⁹, es decir, más allá de los requisitos de actualidad y novedad, se trabaja con un modelo más relacionado con la alta cultura, restringida a los campos literarios, filosófico, artístico, histórico, y tratados en su mayoría desde un abordaje académico.

En cambio, la sección diaria de Cultura y Espectáculos sí le da valor a lo noticioso. En las entrevistas, las palabras más recurrentes entregadas por los periodistas respecto a los criterios de noticiabilidad fueron *contingencia*, *actualidad*, *novedad* y *atractivo*. Además, muchos les dieron importancia a la exclusividad (“golpe”) y al interés del público. Esto demuestra que las secciones del día a día se preocupan mayormente por la competencia y por llevar siempre noticias frescas para mantener fascinado al lector, lo que las sitúa en una continua búsqueda de la entrevista exclusiva, la publicación de datos muchas veces no confirmados (trascendidos) y en la ampliación del espacio para temas más llamativos, por ejemplo, los que tengan que ver con farándula y televisión.

Otro aspecto a destacar en el reporteo tiene que ver con el margen de innovación que se puede dar en el trabajo diario, como por ejemplo, buscar nuevas fuentes y utilizar otros recursos. Al respecto, Rodrigo Quiroz, editor de Cultura de La Nación, opina:

⁹ VILLA, María J. Una aproximación teórica al periodismo cultural. Revista Latina de Comunicación Social. España. N° 35, 2000 [en línea] <<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>>

Me gusta la palabra innovación, no le tengo miedo, pero con la inercia del día a día de repente se te va al carajo, es todo tan rápido y tan corto que a veces no funciona. Pero la considero un valor súper positivo en el ejercicio de la profesión, creo que darle energía fresca y nuevas miradas a las cosas siempre es bueno, incluso si cometes errores.

En este caso, la respuesta de la mayoría de los entrevistados apuntó a que la innovación se reflejaba en el estilo de la escritura. Jazmín Lolas, periodista de Cultura de LUN, afirma que la sección es un tanto estática, por lo que trata de escribir de forma diferente y “usar un lenguaje, una manera de redacción distinta, aunque es bien mecánico el trabajo periodístico. Yo creo que uno puede tratar de escribir mejor, de forma más atractiva, aunque no necesariamente resulte o dispongas del tiempo para hacerlo”. Mientras que Marisol García, quien trabajó en La Época que cerró en 1998, asegura que “el diario en sí permitía un estilo de escritura un poquito más interpretativo, no tan *pirámide invertida* y eso te daba más libertad, que no era exactamente una libertad de opinión, pero sí de escribir más suelto”.

Lo anterior podría llevar a pensar que en el área de Cultura y Espectáculos es fácil encontrar una gran cantidad de artículos que se alejan de la escritura típica y seria del diario, donde predomina el estilo de entregar información dura. Sin embargo, esto se contradice con el análisis realizado a las notas publicadas durante el periodo 1995-2005: en el año 1996 un 78,2% de las notas corresponden al género informativo, en 1998 un 82,3%, en 2001 un 58,1% y en 2003 un 82,8% (Ver gráfico 1)

Géneros Periodísticos

Resultados en porcentajes

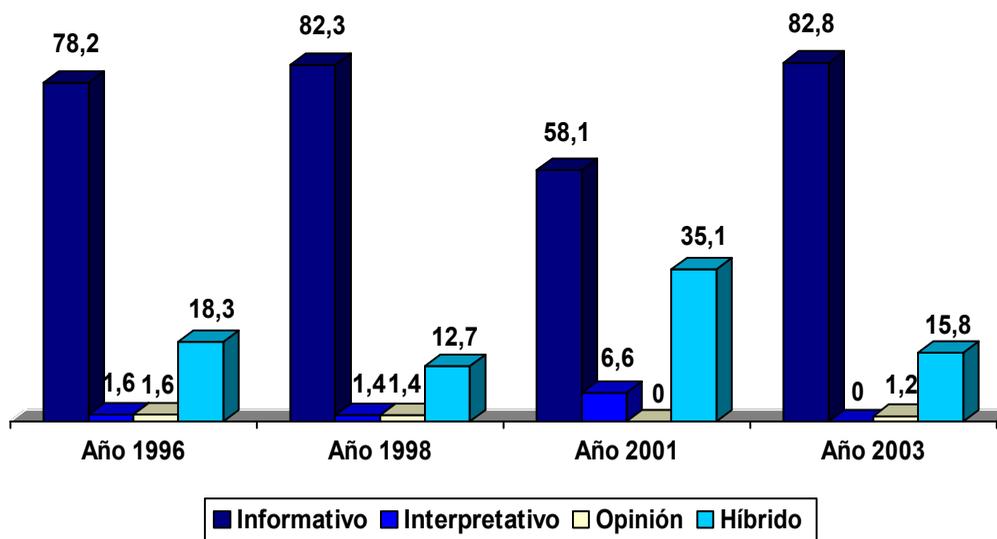


Gráfico 1

A la vez, esto también se contradice con lo que expone el periodista argentino Jorge Rivera¹⁰ sobre los géneros del periodismo cultural. Rivera dice que dentro de este apartado del diario pueden encontrarse toda clase de géneros periodísticos más allá de la nota informativa y se utiliza principalmente: la crítica (interpretación y estimación de una obra), el perfil (presentación rápida de una figura artística de la que se desea informar a un público no especializada), las notas necrológicas (escritas con el motivo de la muerte de una personalidad artística donde se realiza un ordenamiento biográfico de la vida y obra), las notas y servicios de aniversario (a modo de conmemorar fechas importantes), la crónica, la columna, la entrevista y la encuesta cultural.

¹⁰ RIVERA, Jorge. El periodismo cultural. Págs.115-140. Editorial Paidós. Argentina. Primera edición, 1995.

Es así que se puede observar que en el periodismo cultural chileno los géneros que describe Rivera son casi inexistentes, a excepción de la crónica y la opinión que quedan muy por detrás. De esta forma, la pensada “libertad” para escribir en la sección de Cultura y Espectáculos se vería limitada por el formato y el estilo del medio mismo, pues el género informativo es tan dominante como en otras áreas. Y aunque muchos pueden llamar libertad de escritura a incluir anécdotas, escribir el comienzo de la nota de manera más literaria, o hacerlo con un lenguaje más coloquial, sin embargo, esto no significa que deja de ser informativa. Así, es fácil encontrar en esta área títulos de noticias que pueden encajar con el tono informativo de cualquier otra, como por ejemplo: “Música clásica y folclórica en la Sala SCD de Bellavista”¹¹, “Películas chilenas no superan las dos mil personas en sus estrenos”¹², “Cien mil personas en fiesta de la cultura”¹³, “Fondart reiteró defensa de libertad de creación y aumentó presupuesto”¹⁴, entre otros.

Fuentes

Una vez comenzado el proceso del reporte, llega el momento de decidir a qué fuentes recurrir para obtener la información. En este punto muchos pueden ser los factores que el periodista tome en cuenta en el momento de determinar a qué o a quiénes acudir.

Las respuestas que entregaron los entrevistados ayudan a trazar cuáles son los criterios que prevalecen a la hora de saber qué fuentes utilizar. Por un lado, dijeron que es el tema mismo el que las da, es decir, se busca aquellas fuentes que estén directamente relacionadas con él. “Depende del tema, pero en general es fácil porque viene en la misma noticia”, explica Jazmín Lolás.

¹¹ Diario La Cuarta. Chile. Pág. 10. 11 de octubre de 1996.

¹² Diario El Mercurio. Chile. Pág. 13 Cuerpo C. 22 de diciembre de 1998.

¹³ Diario La Tercera. Chile. Pág. 42. 12 de marzo de 2001.

¹⁴ Diario La Nación. Chile. Pág. 30. 6 de mayo de 2003.

Además, los periodistas señalaron que cada uno debe manejar un menú propio de fuentes, lo que se logra cuando se tiene un buen manejo del área, y finalmente, que las fuentes son los responsables o creadores de las obras que se cubren. “El protagonista de la noticia es siempre obvio, pues es el que hace la obra, pero si necesitas más personas a quienes consultar hay que tener cultura general, debes saber qué investigadores tienen que ver con el tema con el que estás trabajando, por ejemplo”, dice Marisol García.

Se puede apreciar que todas las respuestas apuntan mayormente a obtener información a través de entrevistas, sin embargo, los periodistas no sólo dependen de ellas para armar un artículo. A partir de las notas analizadas se observó que la información puede provenir también de documentos, de la observación directa de los hechos, de cifras, de hechos contextuales, de otros medios de comunicación, de comunicados, etc. (Ver gráficos 2, 3, 4 y 5)

Fuentes Diarios 1996

Resultados en porcentajes

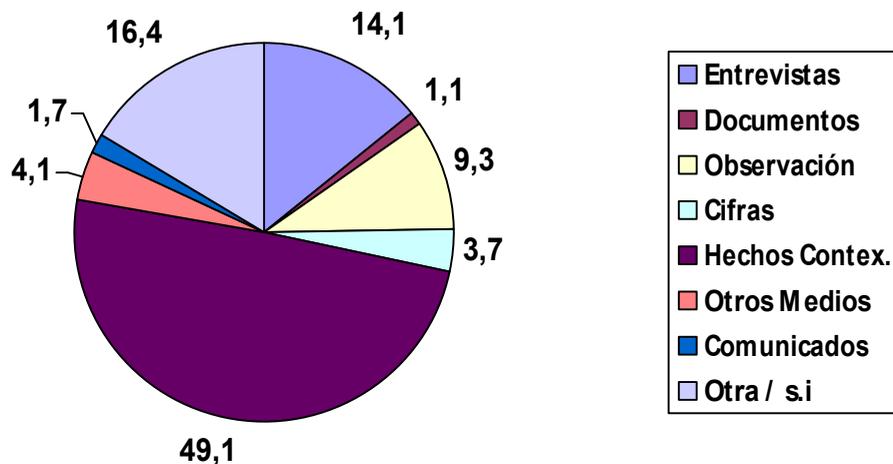


Gráfico 2

Fuentes Diarios 1998

Resultados en porcentajes

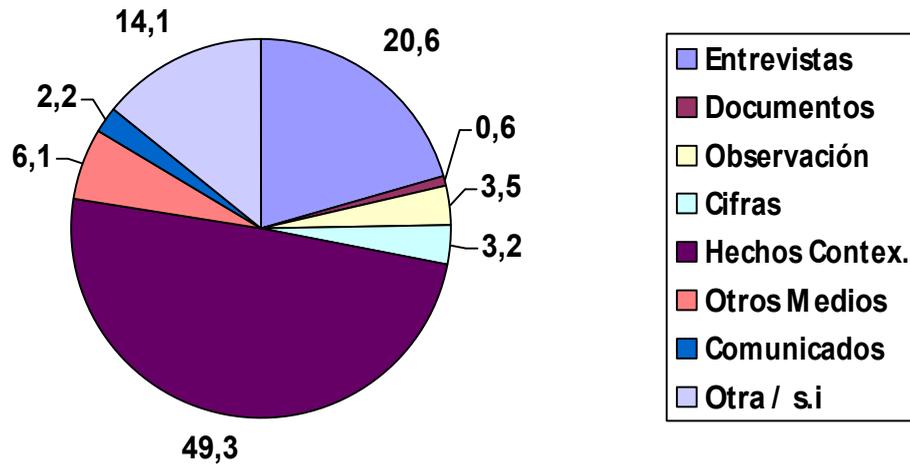


Gráfico 3

Fuentes Diarios 2001

Resultados en porcentajes

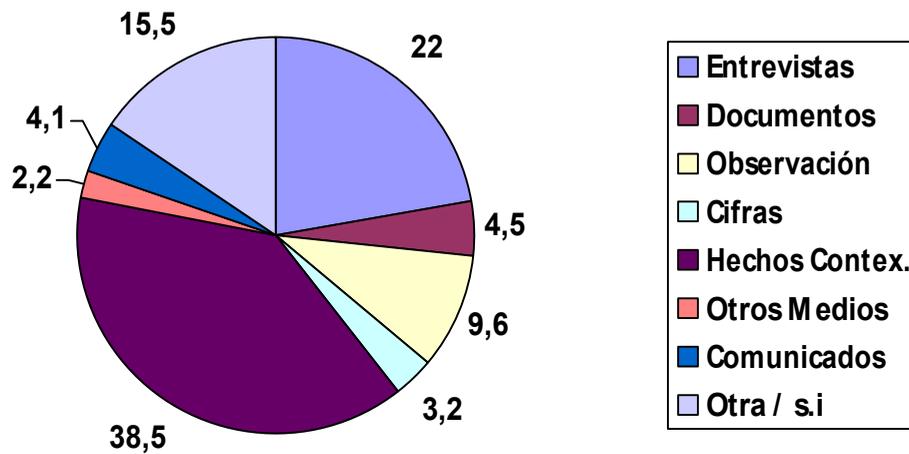


Gráfico 4

Fuentes Diarios 2003

Resultados en porcentajes

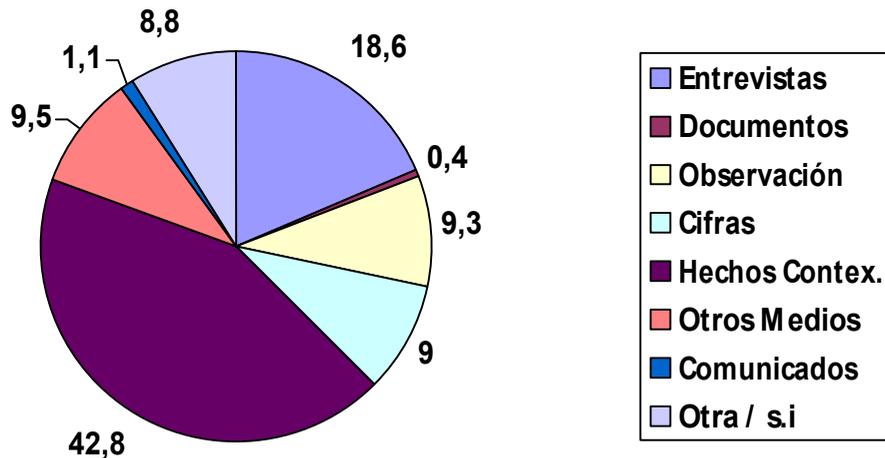


Gráfico 5

De esta forma, a partir de los gráficos queda claro que las fuentes a las que recurren mayormente los periodistas de las secciones de Cultura y Espectáculos tienen que ver con los hechos contextuales (utilizar información previamente conocida y publicada) y luego a través de entrevistas, dejando por debajo a la observación directa. Esto se condice por lo señalado por los entrevistados previamente, quienes afirmaron que el trabajo “en terreno” era cada vez más escaso y se depende mucho más de internet, el correo electrónico y el teléfono para obtener la información.

Además de la procedencia de la información, las notas también arrojaron otros resultados como la cantidad de fuentes que se utilizan en una nota. El rango de fuentes a consultar para un artículo que señalaron los mismos periodistas va de una a cuatro, siendo tres el ideal, es decir, si se cubre un conflicto hay que contar con las dos partes más una persona extra que pueda complementar la noticia. Sin

embargo, en las notas se pudo apreciar que la mayoría de ellas contaban sólo con una fuente: en 1996, 1998 y 2001 representaban más de un 70%, mientras que en 2003 alcanzaron un 66,6%. Y el rango de tres fuentes fue uno de los más débiles, de hecho, en ningún año las notas de este tipo alcanzaron a superar el 10%. (Ver gráfico 6)

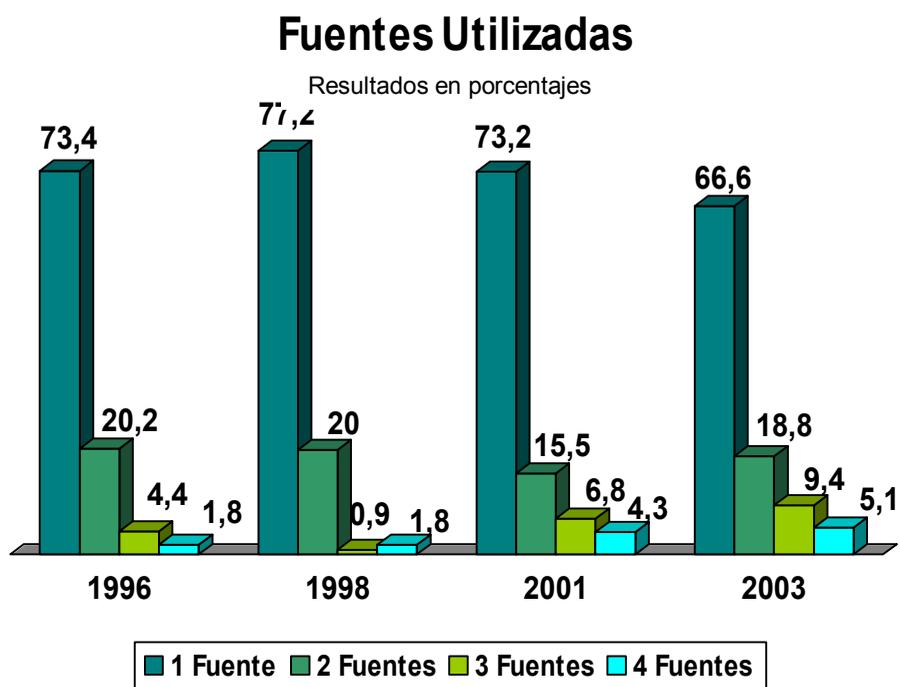


Gráfico 6

Otro aspecto interesante de analizar en este punto tiene que ver con la relación entre los periodistas y las fuentes, y cómo logran manejar una situación donde el nexo debe ser profesional y próximo, pero sin llegar a los extremos de ser frío o demasiado amistoso. Es decir, obtener un equilibrio donde “el periodista debe ser lo suficientemente cercano a la fuente para obtener información, pero lo suficientemente lejano para guardar una distancia crítica para el cubrimiento”¹⁵.

¹⁵ LEÓN, García Juanita. La relación entre los periodistas y sus fuentes. Un abre bocas para la discusión.

En las entrevistas, las palabras que más utilizaron los periodistas para describir la relación con sus fuentes fueron “buena”, “respetuosa”, “cordial”, “directa” y “de confianza”. Además, muchos recalcaron que aunque fuera cercana nunca se transformó en una amistad, pues consideran adecuado mantenerse un poco alejados. “Se logra una cierta amistad, pero no de ir a las casas, sino más bien una buena onda. Yo personalmente trato de mantener las distancias porque puede afectar el ejercicio profesional y cuando hay que escribir algo malo de la persona se complica”, cuenta Carolina Ruiz de La Cuarta.

Por otra parte, Andrés Braithwaite destaca que hay que ser cordial y respetuoso con las fuentes y nunca presionarlas o “apretarlas”, pues para él “una de las gracias de la sección es que los protagonistas pueden hablar y soltar su rollo, si no estás hablando con el Mamo Contreras. A lo más puedes echarles una talla por ahí, pero siempre siendo amable”.

A pesar de lo dicho por los propios periodistas, hay que tener en cuenta que en Chile el medio cultural es bastante reducido, por lo que las fuentes a las que recurren quienes trabajan en esta sección suelen repetirse frecuentemente, lo que ayuda a que se genere una relación más cercana. Jazmín Lolás cuenta que el vínculo con las fuentes se vuelve familiar con el tiempo: “es tan chico el medio que se puede volver repetitiva la relación con los artistas, eso es bueno porque tú conoces su obra, pero también se va generando algo más amistoso”.

Inconvenientes en el Reporteo

Previamente, una periodista señaló que reportear para el área cultura era un trabajo fácil, pues los mismos artistas o creadores buscan difundir sus obras. Sin embargo, esto no significa que no encuentren obstáculos en su camino, empezando por la mencionada falta de tiempo y espacio, hasta problemas de infraestructura, de acceso a fuentes o de la pauta.

Así, los inconvenientes más nombrados en las entrevistas fueron que la fuente esté inubicable o no quiera hablar, disponer de poco tiempo para verificar la información, que las fuentes no quieran entregar primicias y el contar con pocos recursos financieros.

Como explica el periodista de La Cuarta Jaime Salas, “suele pasar que el fin de semana la fuente está con el teléfono apagado o no contesta el correo electrónico, eso de repente me desespera porque están todos los elementos, las ganas, los ingredientes y la fuente no te pesca”. Mientras que Ximena Villanueva piensa que es complicado trabajar con la velocidad del día, pues muchas veces no hay tiempo suficiente para investigar y confirmar mejor los datos. “De repente llamas a la fuente y te dice que tal persona tiene una obra de teatro excelente, de tal año, y a lo mejor no era ni tan excelente ni se había hecho en tal año, pero no alcanzaste a llamar al director para confirmar”, dice.

Por otra parte, Andrés Braithwaite cuenta que el tema de las exclusivas es algo con lo que tiene que lidiar diariamente, pues una gran parte de las editoriales y de las galerías hacen pacto con los diarios grandes, es decir, no le entregan la información porque primero debe salir en La Tercera o en El Mercurio. Ximena Póo también experimentó los obstáculos de trabajar en un medio más pequeño, La Época, sobre todo en el caso del tema financiero:

De pronto intentábamos hacer temas a nivel nacional y muy pocas veces teníamos la posibilidad de viajar, generalmente eras invitada por los Festivales, pero ahí estás condicionado a cierta información. Qué decir de viajes al extranjero, ahí trabajábamos mucho con información de terceros periodistas y de cables, entonces nos habría gustado estar mucho más libres en términos económicos.

En este punto cabe preguntarse si realmente los inconvenientes presentados por los periodistas pueden afectar en el desarrollo de la sección diaria, para así ver si están relacionados o no con la llamada crisis del periodismo cultural.

Ciertamente el difícil acceso a las fuentes principales va a repercutir en la nota, pues se optará por contar con fuentes menos directas o con menos de las que se tenía presupuestado. También el disponer de poco tiempo para recabar la información y redactar el artículo influye en que muchas veces quizás no se alcance a verificar adecuadamente los datos obtenidos o que no se pueda profundizar en la investigación del tema.

Por otra parte, hay que tener en cuenta que cada diario dispone de un número más bien reducido de reporteros gráficos, lo que provoca que las imágenes puedan atrasarse en llegar. Esto influye sobre todo en aquellas secciones donde la fotografía tiene un lugar preponderante. Como explica Rodrigo Castillo, periodista de Cultura de LUN, uno de los problemas más comunes es que se atrase el tema de la imagen porque los fotógrafos se reparten entre todas las secciones. Esto no es menor, ya que en esa sección el criterio para decidir si se cubre o no una exposición es principalmente que cuente con una fotografía atractiva.

A partir de todo lo revisado anteriormente, hay varias conclusiones que se pueden plantear. La primera tiene que ver con las reuniones de pauta, donde quedó claro que el mayor poder de decisión recae en los editores, lo que podría resultar en que finalmente el área quede sujeta a un gusto personal de una sola persona. Además, si los mismos periodistas afirman que hay poca capacidad de crítica, esto lo podríamos encontrar reflejado a la vez en la sección, ya que la mayor parte de las notas que salen publicadas son de carácter informativo y hay cada vez menos interés o espacio para la crítica cultural.

Por otra parte, en el ámbito del reporte, se pudo observar que con el cambio de década, éste se volvió más cómodo: los periodistas salen menos a “buscar” la noticia como se hacía antes, y dependen mayormente de la información de internet y las entrevistas por medio del correo electrónico o el teléfono. Esto puede llevar a pensar que muchas veces hay poca dedicación en hacer los artículos porque en vez de ir a reportear en vivo, se puede contar con un

comunicado de prensa o con las pautas de las agencias que llegan directamente al e-mail, de hecho el mismo análisis de las notas arrojó que las fuentes que se utilizan provienen en menor medida de la observación en directo. Esto también puede relacionarse con el poco tiempo disponible para realizar las notas, ya que se trabaja bajo la rapidez del día a día. Situación que, según los periodistas, provocaría que algunas veces no se reportee en profundidad o que no se verifiquen todos los datos.

Otro aspecto importante tiene que ver con la relación que se puede forjar entre periodista y entrevistado. Al ser el medio cultural y el periodístico que lo cubre de un tamaño reducido, no es extraño que se produzca el fenómeno de “todos se conocen”. El problema de esto es que una relación de amistad puede influir directamente en la forma de cubrir las noticias, como expresó previamente una periodista de La Cuarta al formar un vínculo más estrecho con alguien se vuelve difícil decir cosas negativas sobre esa persona o su obra. Además, el condicionamiento también se da en la vía del “amiguismo”, muchos periodistas señalaron que más de alguna vez tuvieron que hacer notas a alguien sólo por ser “amigo de...”.

Así, la gran conclusión es que generalmente el reporteo en las secciones de Cultura y Espectáculos no es bueno y padece de varios vicios ya mencionados como la comodidad, el apuro, el gusto personal, etc., que influyen directamente en la calidad del producto final. Sin embargo, todos estos datos no logran explicar la crisis temática ni de mirada que supuestamente vive el periodismo cultural, pues, siempre han existido este tipo de obstáculos a la hora de reportear. De esta forma, lo más probable es que este tema sea sólo una arista de aquello que podría estar hundiendo al periodismo cultural.

Presiones y Problemas Éticos

Los inconvenientes nombrados previamente no son los únicos con los que tienen que lidiar los periodistas, ya que además de las situaciones propias de la cotidianidad, también muchas veces deben enfrentarse a otros que son impuestos por quienes los rodean. Es así que los periodistas se pueden ver enfrentados a presiones de parte de sus superiores, de sus fuentes y de quienes publican el aviso en sus páginas.

Un periodista que pidió reserva de su identidad, dice que a veces las fuentes cuentan algo con la condición que su nombre salga destacado o señalado una cierta cantidad de veces, lo que se puede manejar hasta cierto punto, pues la palabra final la tiene el editor. Jaime Salas, de La Cuarta, también cuenta que las fuentes llaman de repente para opinar sobre las notas o hacer exigencias. “Te llaman y te dicen quiero esto, por qué pusiste esto, o por qué te diste tantas vueltas para preguntarme esto otro. De repente también me han pedido que no publique una nota y en el caso de que sean cosas complicadas se conversa”.

Respecto a las presiones de parte de editores, directivos o propietarios del diario, la mayoría de los periodistas entrevistados dijeron que se manifestaba en tener que hacer notas a alguien cercano al diario. “Algunas veces tuve que cubrir exposiciones de artistas amigos del director o de la hija del editor, por ejemplo. Te piden que hagas el tema y uno es medio mercenario también, por muchos ideales que tengas aún”, confiesa Carolina Lara, quien trabajó en El Mercurio en los años '90. Por otra parte, Franco Fasola asegura que en vez de presiones, prefiere pensar en ellas como “sugerencias editoriales” que no se pueden dejar pasar. Éstas se pueden reflejar al pedir que se cubra un tema en particular o en el tratamiento de fuentes, aunque dice que hay bastante libertad de acción en el área de Cultura de La Nación.

Finalmente, respecto a las presiones de parte de avisadores, una periodista que prefirió no ser identificada, cuenta que también pueden pedir que se hagan notas, aunque no llaman personalmente al periodista. “Alguna vez me ha tocado hacer alguna nota chica del hijo del avisador que es rapero, por ejemplo, y quiere salir en el diario. Ahí tú piensas por qué si es una persona que no conoce nadie, pero igual hay que hacerle una nota con foto, bien bonita”, expresa.

Como se puede apreciar, en los tres tipos de presiones siempre algún periodista manifestó haberla sentido. Sin embargo, vale destacar que de las veinte entrevistas realizadas a editores, periodistas y fotógrafos, la mayoría confesó haber sentido presión por parte de fuentes y de algún superior, en cambio, de parte de avisadores la mayoría respondió que no. (Ver gráfico 7) Esto puede explicarse porque seguramente quienes ponen avisaje en los diarios se comunican directamente con los directores o editores generales del diario, lo que puede provocar que la presión pase más desapercibida para quien hace la nota.

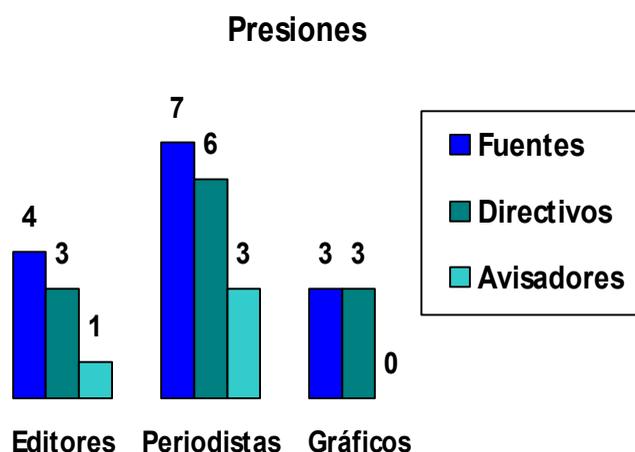


Gráfico 7. Personas que respondieron sí a la pregunta sobre la persuasión de presiones

Queda de manifiesto entonces que las presiones se pueden evidenciar de diversas formas y repercuten directamente en el resultado que es la nota publicada, o no publicada, del diario. No es menor pensar, a partir de las respuestas de los entrevistados, en cuántas veces no ha aparecido alguna noticia publicada por cederle el espacio a otra que quizás no es de gran interés para el público. También no es menor pensar en que muchas veces se privilegian unas voces sobre otras, por ejemplo, se puede optar mayoritariamente por las fuentes oficiales, dejando de lado a otras. Claramente, para nadie es novedad que lo que salga publicado es resultado de diversas decisiones tomadas por el equipo, el editor y/o alguna autoridad del diario, lo que no implica que siempre éstas tengan que ver con presiones. Sin embargo, el que éstas se produzcan, sean frecuentes o no, da pie para cuestionarse qué tan manipulada por fuentes, directivos o auspiciadores puede estar la sección de Cultura y Espectáculos.

Por otra parte, los periodistas también deben lidiar con otro tipo de obstáculo en el quehacer diario, el cual implica tomar decisiones en el momento crucial de redactar la nota: los problemas éticos. Éstos son forzados por las fuentes, quienes pueden ofrecer regalos o invitaciones al periodista a cambio de una nota, o pueden condicionar la entrega de una información a cambio del anonimato. Pero, los periodistas también pueden ser los causantes de ellos al enfrentarse a la posibilidad de reportear o no en masa o al autocensurarse en una nota.

Muchas veces los periodistas reciben premios, regalos o invitaciones de instituciones, empresas o personas que pueden ser fuentes potenciales. En las entrevistas se les preguntó si creían que esta práctica podía afectar su ejercicio profesional, es decir, condicionar la forma en que cubrirán la nota. La opinión de la mayoría fue que sí causaba algún tipo de influencia, pues existe algo como un acuerdo implícito de escribir positivamente. “Si alguien me invita una semana a Jamaica con todos los gastos pagados, después no voy a escribir que es una isla de porquería y que el mar es asqueroso”, explica Andrés Braithwaite, quien cree que estas situaciones pueden ser tildadas hasta de soborno disfrazado.

Al contrario de lo que piensa el editor de LUN, la periodista Ximena Villanueva señala que esto no es una amenaza, pues generalmente las cosas que llegan sirven para su trabajo. “Si una editorial me regala un libro está muy bien porque es la única forma de que lo puedo leer y si me regalan entradas para una obra de teatro es la única forma en que puedo opinar”, dice y agrega que lo complicado es cuando ofrecen algo que no está relacionado con la sección o con los temas que se tratan en el medio.

Otro problema ético que se presenta parte desde una fuente que no desea ser identificada, pero que está dispuesta a “lanzar” una información impactante y novedosa, para luego pasar hacia el mismo periodista quien debe decidir si publicarla o no apelando al “trascendió que...”. Estos llamados trascendidos son un recurso que se basan en rumores o versiones, sustentados o no, que circulan en algún lugar y llegan a oídos del periodista. Carlos Bravo Regidor, columnista del diario mexicano La Razón, escribe al respecto:

Son informaciones poco fidedignas, no del todo comprobadas ni comprobables, pero que resultan verosímiles porque están ahí, en el periódico; porque de vez en cuando aciertan y cuando fallan no hay quien se acuerde; porque nuestra desconfianza tiende a darle más crédito a lo que parece confidencial que a lo transparente. Su credibilidad depende menos del rigor de su evidencia que de su capacidad para mover a la sospecha¹⁶.

La discusión sobre si el uso del trascendido es correcto o no en el periodismo puede ser tan apasionante como polémica, lo que quedó demostrado en las entrevistas: las respuestas a favor y en contra de esta práctica se dividieron exactamente en un 50% cada una. Carolina Ruiz está acostumbrada a esta práctica al trabajar en la sección de Espectáculos donde la gente suele llamar para

¹⁶ BRAVO, Regidor Carlos. Periodismo de Trascendidos. [en línea]

<<http://conversacionpublica.blogspot.com/2009/06/periodismo-de-trascendidos.html>>

contar cosas, sin embargo, no está de acuerdo con éstos porque “son peligrosos, ya que muchas veces es mentira lo que te dicen, por lo tanto, puedes decir cualquier estupidez bajo la palabra del transcendido. Nadie se hace cargo de lo que se está diciendo”.

Pero, en el otro lado de la vereda, hay periodistas que ven los trascendidos como una práctica válida, ya que de repente es la única manera de enterarse de cosas y también pueden ser considerados como una hebra que hay que seguir investigando. “Hoy hay muchísimo más en juego, hay más corrupción, más plata, la gente no quiere dar su nombre, así que muchas veces la única forma de obtener noticias es por trascendidos. Por ejemplo, si va a caer una teleserie porque es mala y un actor te lo dice, no vas a poner su nombre, sino que señalas que ‘al interior del equipo se comenta tal cosa’. Hay que hacerlo porque o si no uno caería en la lógica de los gerentes y editores que te dicen que algo no funciona cuando ya todo el mundo lo sabe, pero uno tiene que enterarse antes”, explica Willy Haltenhoff.

Otra situación que presenta un dilema ético y genera un fuerte rechazo por parte de los periodistas es el llamado “periodismo en piño”, el que se refiere a la “costumbre de hacer de los frentes noticiosos estables la columna vertebral de la pauta de los medios y su abusivo protagonismo ha traído como consecuencia la uniformidad en los contenidos de los informativos, tanto en los medios audiovisuales como en la prensa escrita”¹⁷.

En las entrevistas, éste fue el punto más rechazado, pues sólo cinco personas estuvieron de acuerdo en recurrir a él cuando fuera necesario. El periodista de La Tercera Rodrigo González, opina que “cuando todos citan lo mismo no es muy atractivo para el lector porque en el fondo nadie se está

¹⁷ OTANO, Rafael y SUNKEL, Guillermo. Libertad de los periodistas en los medios. Revista Comunicación y Medios. Chile. N°14, 2003 [en línea]

<<http://www.cine.uchile.cl/comunicacionymedios/14otanoysunkel.html>>

diferenciando, es como que todos los periodistas estuvieran trabajando con el mismo tipo, como si fueran relacionadores públicos”.

Ximena Póo cree que el periodismo en piño no se da prácticamente en Cultura, sólo a nivel de conferencias de prensa o cuando hay algún festival, pero “es imposible que uno se quede sólo con la agenda dada por el comunicado, siempre hay un valor agregado porque el periodista en Cultura es de alguna manera autor, la firma pesa en el sentido de estilo, de autor, de mirada, así que hay que tener cuidado con eso”. Al contrario, Jazmín Lolás piensa que a veces es imposible sustraerse de esta práctica, “si no puedes pillar a alguien en los 365 días del año y la única posibilidad que tienes de hablar con él y obtener información de su parte es una conferencia de prensa, tienes que correr con el piño no más o no lo tienes, y eso es peor”, ejemplifica.

Finalmente, el último punto de los problemas éticos se refiere a la autocensura, es decir, cuando el periodista se inhibe de tocar ciertos temas o acudir a ciertas fuentes para evitar presiones posteriores. Rafael Otano y Guillermo Sunkel hacen una distinción entre la autorregulación y la autocensura, explicando que la primera implica limitaciones en nombre de la propia conciencia o ética profesional del periodista, mientras la segunda implica la internalización de limitaciones en nombre de poderes externos. Además, agregan que en nuestro país es común que ambas se confundan, pero existe una gran diferencia, ya que mientras la autorregulación es una “actitud natural y no reprobable, la autocensura supone un engaño a la propia conciencia, porque implica considerar ciertas presiones externas como si hubiesen sido libremente escogidas y tiene mucho que ver con el consenso generalizado y con el deseo de no molestar a nadie”¹⁸.

Así, de los cinco entrevistados que reconocieron haberse autocensurado alguna vez, la mayoría podría caer en la categoría de autorregulación, pues las

¹⁸ OTANO, Rafael y SUNKEL, Guillermo. *Op.cit.*

razones que dieron tienen que ver con no lastimar a otras personas, por ética personal y también con encontrar un balance entre lo adecuado y lo ofensivo.

Rolando Morales, reportero gráfico de La Tercera, dice que ha dudado no por presiones de otra gente, sino de él mismo: “de repente hay cosas que uno por valores, por principios, te cuestionas si las haces, pero sacas la fotografía igual, es tu misión. Ahora, si la publicas es otra cosa, pero definitivamente tienes que tenerla para cuestionarte porque si no la sacaste la noticia o el hecho ya se fue”.

También dentro de lo que cabría como autorregulación, el editor Rodrigo Quiroz dice que por miedo a presiones nunca se ha autocensurado, pero sí por ética:

Puede ser porque creo que no es un buen momento para hablar de un muerto por ejemplo, o de repente hay una buena historia con un elemento sexual que podría generar un buen título y miles de visitas en Internet, pero prefiero no llevarla. Creo que uno con los años de ejercicio tiene que ser cada vez más responsable de las palabras, por el poder que tienen. Es muy fácil joderse a alguien, lo difícil es ser justo, por eso cada vez que hagas un breve o un reportaje tienes que tener esa conciencia de que puedes tanto joder a alguien como levantar a quien no se lo merece.

Por otra parte, quien sí reconoce haberse autocensurado una vez es el editor de LUN Andrés Braithwaite, al confesar que en general tiene libertad absoluta, pero “la única vez que no tocamos nada fue con el Diario de Agustín¹⁹ porque es del dueño del diario de quien tendrías que escribir. A menos que él mismo hubiera dicho ‘esta cuestión está sonando, hagan lo que quieran o si lo tocan sean cuidadosos’, pero o si no es obvio que no lo vamos a hacer, es decir, a mi mamá yo no le voy a sacar la madre”.

¹⁹ El “Diario de Agustín” es un documental de Ignacio Agüero de 2008. En él se acusa a Agustín Edwards (dueño de la sociedad periodística de El Mercurio, de manipular información a través de sus periódicos.

En cambio, el editor de Magazine de El Metropolitano Javier Ibacache, declara nunca haberse autocensurado, pero explica que básicamente es porque en Cultura no existe un peligro de recibir presiones. “No lo diría con un espíritu de independencia a rajatabla, sino más bien porque no es un ámbito en que exista esta amenaza. Publicar que el sindicato de tramoyistas del Teatro Municipal va a hacer una huelga no es un tema que tenga un entredicho o reporte un daño”, dice.

De esta forma, queda claro que las decisiones que toman los periodistas en el momento previo de redactar la nota, son variadas y todas ellas influirán enormemente en el resultado. Ciertamente, no es lo mismo leer una nota en la que se demuestra el esfuerzo del periodista que una donde aparece la misma información de todos lados, por ejemplo, el uso de buenas fuentes o la entrega de un punto de vista y un valor agregado. Es por esto que es tan importante la práctica del periodista, ya que éstos se convierten en los responsables de que una nota o una sección sean consideradas de calidad.

Finalmente, las conclusiones que se pueden sacar a partir de la revisión de las prácticas periodísticas de las secciones de Cultura y Espectáculos tienen que ver, en primer lugar, con que éstas no son específicas del área, es decir, no presentan una mayor diferencia con las otras del diario. Esto nos da a entender que no hay nada que diferencie cubrir cultura o política, por ejemplo, salvo en los temas tratados. En otras palabras, la sección diaria de cultura se rige por las mismas coordenadas periodísticas bajo la premura de la actualidad y la rapidez del día a día. Esto lleva a que la mayoría de las notas sean informativas en vez de interpretativas o críticas, pues éstas conllevan un mayor tiempo de preparación.

En segundo lugar, se pudo observar que las prácticas no han cambiado a través de las décadas de los '90 y el 2000, excepto por la relativa variación en el reporteo, el cual está directamente condicionado por los avances tecnológicos y la facilidad de acceso a internet. Sin embargo, esta modificación en la labor periodística no explica por sí sola la supuesta crisis percibida por los periodistas,

aunque pueda tener algo de relación, pues se necesitarían de muchas otras modificaciones para aducir que ha habido un gran cambio en la forma de realizar el periodismo cultural y tampoco implicaría un cambio en los criterios o valoraciones a partir de las cuales se organiza el trabajo.

A partir de esto, hay que volver a insistir que no sólo necesitamos conocer cómo es el proceso a través del cual se arma la sección de Cultura y Espectáculos en un diario, sino que también debemos ir al resultado mismo, pues éste nos entregará una nueva pieza para resolver la interrogante aquí planteada.

EL RESULTADO EN LA MIRA

LOS TEMAS Y LAS CONCEPCIONES DE CULTURA

Luego de revisar el proceso de realización de una nota para la sección de Cultura y Espectáculos, junto a todos sus posibles obstáculos y fallas, sólo resta observar detenidamente el resultado. Éste arrojará datos como los temas que se manejan y de qué manera se cubren en cada diario, lo que llevará a identificar cuáles son las concepciones de cultura que operan en cada medio.

Gracias al análisis del proceso y del producto, se podrá confirmar o desmentir si es que existe una relación directa entre las prácticas de los periodistas y las concepciones de cultura. En otras palabras, es importante conocer cómo se llegó a lo publicado en la sección día a día, pues de este procedimiento depende el resultado. Así, luego de revisar los pasos que se siguieron, llegó el momento de analizar el resultado mismo: las notas que aparecen publicadas.

Una de las razones entregadas por los periodistas para decir que el periodismo cultural está en crisis es que la sección estos últimos años ha dado un giro importante a la farándula²⁰ y la televisión gana cada vez más espacio. Muchos

²⁰ Si bien en sus inicios la palabra “farándula” se relacionaba al espectáculo sobre todo relacionado con lo el trabajo de los actores de teatro y profesionales de las artes escénicas, ahora ha comenzado a utilizarse para denominar el ambiente de los “famosos” o “celebridades”. En este caso, farándula se referirá a aquellas noticias que se enfocan en la vida privada tanto de las personas que antes eran protagonistas por su participación en alguna producción cultural como de aquellas que se hicieron conocidas por ventilar cosas personales en las páginas de los diarios. Véase PESSAGNO Barrella, Zita. Esto es sólo para

señalaron que la espectacularización de los temas comenzó a partir del 2000 y que se ha ido incrementando con los años, incluso, hoy hay diarios que se orientan casi en su totalidad a este tipo de noticias.

Pero, ¿qué significa realmente cubrir cultura? ¿Hay alguna definición única y correcta? Para empezar, hay que tener en cuenta que ni siquiera existe una definición única de lo que es la cultura misma, lo que vuelve más complicado el asunto. Raymond Williams enfatiza en su diccionario de palabras claves que este término es una de las dos o tres palabras más complicadas y rebuscadas de la lengua inglesa y tampoco hay razón alguna para pensar que las cosas sean diferentes en castellano²¹.

Cultura comenzó significando “cuidado de la tierra” y luego fue utilizada en un sentido más metafórico como “cuidado o cultivo de la mente y el espíritu”. Después aparecieron las ideas de la antropología que la consideraban como un conjunto complejo que incluía “conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad”²². Por otro lado, la sociología también aportó con su definición, presentando a la cultura como un espíritu conformador de un modo de vida que se manifiesta en toda la gama de actividades sociales (más evidente en las específicamente culturales)²³.

quienes les interese la farándula... Crónica Digital. Chile. 2009. [en línea]
<<http://www.cronicadigital.cl/news/politica/17452.html>>

²¹ BUSQUET Durán, Jordi. Reflexiones en torno a la concepción humanista y antropológica de la cultura. Pág. 96. Revista Questiones Publicitarias. España. N° 11, 2006.

²² NEGRETTI Depablos, Jorge. Definir y decidir: Políticas culturales frente a la emergencia de lo contemporáneo. Revista Léxicos. Venezuela. N° 6, 2005. [en línea]
<<http://lexicos.free.fr/Revista/numero6articulo2.htm>>

²³ WILLIAMS, Raymond. Cultura: Sociología de la comunicación y el arte. Pág. 11. Editorial Paidós. España. 1981.

Así, al observar cómo ha evolucionado este término, es evidente que las interrogantes sobre qué podemos considerar cultura se amplían aún más, pues, según las definiciones teóricas, todo es cultura, ya que finalmente incluye todas las actividades que realiza y produce el hombre, y, también, la suma de conocimientos compartidos por una sociedad.

Entonces, ¿cómo es posible que una sección que abarque todo lo que realice el hombre se despliegue en unas cuantas páginas del diario? Y, a partir de esta pregunta se puede ir más allá, pues si el periodismo en sí se encarga de cubrir lo que hacen los seres humanos, ¿no implicaría acaso que todo el periodismo es periodismo cultural?

El periodista mexicano José Noé Mercado cree que la diferencia entre un periodista cultural y uno que no lo es, no estriba en lo que hace, sino en la mirada con que lo hace:

“El ser humano, sus inquietudes, sus desarrollos, sus costumbres, su política, las bellas artes, su religión, su vida cotidiana, sus pensamientos, etcétera, son temas que puede abordar el periodismo cultural. O sea que prácticamente debería estar en todos los ámbitos del ser humano, porque importa el hombre y todo lo que haga, no sólo se trata de noticias exclusivas y quizá momentáneas”²⁴.

Por otra parte, el periodista chileno Rafael Gumucio reflexiona también al respecto en una de sus columnas de opinión:

“¿Qué periodismo no es cultural? Cuando Kapuscinski escribe sobre fútbol o África, ¿hace o no periodismo cultural?, pregunté horrorizado. Periodista cultural, me aclararon después, es una manera honrosa de llamar al reportero que entrevista

²⁴ MERCADO, José Noé. El periodismo cultural como instrumento de navegación. [en línea] <<http://josenoemercado.blogspot.com/2007/08/el-periodismo-cultural-como-instrumento.html>>

artistas y reseña libros y exposiciones nuevas, para suplementos o páginas de cultura de diarios, revistas o sitios web”²⁵.

Así, queda de manifiesto que aunque muchos temas puedan tener cabida en la sección cultural, en la práctica los que más se toman en cuenta tienen que ver con las llamadas expresiones artísticas. Lo más probable es que esta idea se haya creado a partir de las primeras publicaciones culturales aparecidas en el siglo XVIII en periódicos como *The Tatler*, *The Examiner*, *The Spector*, entre otros.

Posteriormente, en el siglo XX este tipo de ediciones se dedicaron sólo a temas que caben dentro de la categoría de “alta cultura” (bellas artes) y fueran dirigidas a un grupo selecto y muy reducido. Revistas como *Times Literary Supplement*, *Nouvelle Revue Francaise*, *The Criterion*, que contaban con la colaboración de figuras intelectuales como T.S. Eliot, José Ortega y Gasset, Virginia Wolf y Proust, dieron paso a lo que hoy se conoce como suplementos culturales²⁶. Mientras, las secciones diarias tomaron de ellas el concepto de cubrir arte, pero lo llevaron más allá al incorporar otras expresiones correspondientes a la media y la baja cultura (más ligadas a la entretención y a las industrias culturales)

²⁵ GUMUCIO, Rafael. *Periodismo Cultural*. [en línea]

<http://www.letrasdechile.cl/mambo/index2.php?option=com_conten&do_pdf=1&id=747>

²⁶ BARRERA, Karen; DURÁN, Diego; ESCOBAR, Francisca; GARCÍA, Macarena. *Op. cit.* Pág. 27.

De esta forma, actualmente el periodismo cultural es descrito como “una forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios de comunicación”²⁷, mientras que José Luis Martínez Albertos dice que dentro de la sección cultural deberían caber todos los géneros periodísticos, es decir, deberíamos encontrar en ellas reportajes, entrevistas, crónicas y comentarios. Pero además deberían estar incluidas:

Unas manifestaciones no propiamente periodísticas típicas del estilo ameno: trabajos de creación literaria -cuentos, novelas, ensayos doctrinales, narraciones de ficción- o dibujos, chistes, fotografías, crucigramas y pasatiempos de cierto tono erudito o cultural. Pero lo más destacado es la actividad de comentario a las novedades de la vida intelectual, lo cual da origen a secciones especializadas muy regulares de crítica de arte, de cine, de teatro, de libros, de música, etc.²⁸.

Sin embargo, esta precisión de Martínez Albertos está muy alejada de la realidad del periodismo cultural chileno, pues éste se ha ido acotando mayormente a lo informativo, además de difundir y promover productos culturales ligados especialmente a lo artístico y lo espectacular, dejando de lado la crítica.

Javier Ibacache, editor de la sección de Magazine del desaparecido diario El Metropolitano, cree que el periodismo chileno está preso de una necesidad de espectacularización de los contenidos:

Siempre ves aparecer y desaparecer intentos que pretenden generar contenido y crítica, pero no son sustentables porque prima algo reciente en los medios de comunicación que es concebirlos como industria y, por ende, quedan sujetos a las leyes del mercado. Así, se considera que cada proyecto cultural tiene que ser rentable en el ámbito del financiamiento, pero no en el de contenidos.

²⁷ TUBAU, Iván. Teoría y práctica del periodismo cultural. Pág. 8. Editorial ATE. España. 1982.

²⁸ VILLA, María J. *Op. cit.*

Aún más crítica es la posición de la periodista Marisol García de La Época. Ella opina que no sólo hay poco espacio para el periodismo cultural, sino también pocos suplementos especializados. Por eso, cree que “a los que nos interesan los temas culturales no esperamos que el periodismo chileno nos cubra esa necesidad, para eso está Internet. Si a uno le gusta mucho algo cultural, tu fuente no es la prensa nacional, uno ya aprendió a no pedirle peras al olmo y buscas por otro lado”, enfatiza.

Con el planteamiento realizado de qué es lo que debería llevar un área cultural y viendo que el periodismo cultural chileno no lo cumple a grandes rasgos, ¿qué es lo que podemos encontrar finalmente en ellas? Ciertamente sólo el análisis nos arrojará ciertas luces sobre cómo se configuran en la práctica estas secciones.

Lo primero que arrojan las notas son los temas comunes que fueron tratados en todos los diarios, donde destacan los relacionados con la televisión. En 1996, por ejemplo, los más presentados fueron los que tuvieron que ver con ésta (Teletón y regulación de la televisión) y con cine (proyecto para el término de la censura cinematográfica); en 1998 con televisión nuevamente (Festival de Viña del Mar y crisis de Canal 13) y música (nuevo disco de Luis Jara). Por otra parte, en 2001 sobresalen los que tienen que ver con música (fiesta reggae en el Estadio Nacional y protesta de la Orquesta Sinfónica) y farándula (relación de Cecilia Bolocco y Carlos Menem); y, finalmente, en 2003 con cine (visita del director Raúl Ruiz) y políticas culturales (visita del ministro de cultura brasileño Gilberto Gil y sobre el Fondart) (Ver Tabla 1)

Temas recurrentes de las Secciones de Cultura y Espectáculos

Años	Tema Recurrente 1	Tema Recurrente 2	Tema Recurrente 3
1996	<p>Teletón:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Don Francis llamó a dar otro paso adelante en la Teletón” (La Cuarta, 12 de octubre) -“La Teletón se está quedando atrás por falta de recursos” (La Época, 12 de octubre) -“La Teletón en marcha” (LUN, 12 de octubre) -“Agresiva, Teletón busca \$5.500 millones” (La Nación, 12 de octubre) -“Teletón: una nueva estrategia” (La Tercera, 9 de octubre) 	<p>Regulación de televisión:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Encuesta nacional concluye que tv cable no debe ser regulada por ley” (La Época, 12 de octubre) -“Consejo de TV rastreó apoyo” (LUN, 12 de octubre) -“Chilenos prefieren que se regule la tv abierta y no por cable” (El Mercurio, 12 de octubre) -“El juicio televidente” (La Tercera, 12 de octubre) 	<p>Censura cinematográfica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Postergan recalificación de películas” (La Época, 8 de octubre) -“Censura: sufre el suscriptor” (LUN, 8 de octubre) -“Consejo no podrá revisar La Última Tentación” (El Mercurio, 8 de octubre) -“Presentan proyecto para terminar con la censura en el cine” (La Nación, 9 de octubre)
1998	<p>Festival de Viña del Mar:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Kike Iglesias, Sandy y Papo, Douglas están listos para Festival de Viña '99” (La Cuarta, 23 de diciembre) -“Enrique Iglesias al Festival” (LUN, 23 de diciembre) -“Viña se inclina por los superventas” (El Mercurio, 23 de diciembre) -“Festival será un puro griterío” (La Nación, 23 de diciembre) -“Enrique Iglesias estará en Viña '99” (La Tercera, 23 de diciembre) 	<p>Crisis en Canal 13:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Canal católico no les renovó contrato a Kike Morandé y Juan Guillermo Vivado” (La Cuarta, 24 de diciembre) -“Representante niega despido de Morandé” (LUN, 25 de diciembre) -“Kike Morandé y Claudio Sánchez en la mira” (La Nación, 25 de diciembre) 	<p>Nuevo disco de Luis Jara:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Luis Jara le pegó manso palo al gato con su nuevo álbum y video” (La Cuarta, 27 de diciembre) -“Video home de Luis Jara” (LUN, 22 de diciembre) -“Luis Jara vive sus años dorados” (La Nación, 26 de diciembre) -“Luis Jara vuelve con disco, home video y programa de TV” (La Tercera, 23 de diciembre)
2001	<p>Fiesta reggae:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Fiesta reggae en el Nacional” (El Metropolitano, 17 de 	<p>Protesta Orquesta Sinfónica:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“La Sinfónica protestó en el Congreso” (LUN, 14 de 	<p>Relación Bolocco-Menem:</p> <ul style="list-style-type: none"> -“Bolocco y Menem ya tienen fecha de matrimonio” (El

	marzo) -“El reggae toma posesión del pasto del Nacional” (LUN, 17 de marzo) -“El reggae repletó el Estadio Nacional” (El Mercurio, 18 de marzo) -“Santiago se inunda de reggae” (La Nación, 17 de marzo)	marzo) -“Parlamentarios apoyan a la Sinfónica” (El Mercurio, 14 de marzo) -“Sinfónica protesta frente al Congreso” (La Nación, 13 de marzo)	Metropolitano, 13 de marzo) -“Cecilia Bolocco: misión cumplida” (LUN, 13 de marzo) -“Fue broma la fecha de bodas de Cecilia y Carlos” (La Nación, 15 de marzo) -“Asesores de Menem aseguran que aún no fija fecha de matrimonio” (La Tercera, 13 de marzo)
2003	Visita de Raúl Ruiz: -“Raúl Ruiz: Chile es una mezcla de Hong Kong con Cincinnati” (LUN, 7 de mayo) -“El director Raúl Ruiz está en Chile escribiendo el guión de una película” (El Mercurio, 2 de mayo) -“El Chile de hoy parece una mezcla de Hong Kong con Cincinnati” (La Nación, 7 de mayo) -“Raúl Ruiz se ríe de costumbres chilenas en su nueva película” (La Tercera, 7 de mayo)	Gilberto Gil en Chile: -“Gilberto Gil ha muerto un poco” (LUN, 8 de mayo) -“Gilberto Gil: ser ministro es como ser padre” (El Mercurio, 8 de mayo) -“El plan cultural que Gilberto Gil trae a Chile” (La Nación, 2 de mayo) -“Gilberto Gil llega a Chile en medio de críticas a la política cultural de Lula” (La Tercera, 5 de mayo)	Fondart: -“Con nuevas áreas y más recursos parte Fondart” (El Mercurio, 6 de mayo) -“Fondart reiteró defensa de libertad de creación y aumentó presupuesto” (La Nación, 6 de mayo) -“Fondart 2003 financiará becas al extranjero y giras por provincias” (La Tercera, 6 de mayo)

Tabla 1.

Esto demuestra que no hay una consistencia durante los años en los temas más tratados y que la farándula no le estaría quitando espacio a las demás noticias, al menos de forma general. Sin embargo, es evidente que este análisis no es suficiente para trazar conclusiones, por lo que es importante hacer una revisión particular de cada medio que permita hacer comparaciones entre diarios y entre años.

Siguiendo la noticia

Durante el periodo 1995-2005, El Mercurio mantuvo dividida su sección en Actividad Cultural y Espectáculos, con un promedio de 3 páginas diarias. Esta área se caracteriza por no hacer seguimientos de las noticias, salvo en 2003 donde llevaron por dos días seguidos la noticia de la visita a Chile del director de cine Raúl Ruiz y los pormenores del reality show de Mega, Operación Triunfo.

Es interesante destacar que Actividad Cultural se preocupa de cubrir temas relacionados con las bellas artes (pintura, escultura, ópera, danza, etc.) y en Espectáculos tienen cabida la música, el cine y la televisión, y, hasta esos años, se jactaba de no incluir farándula en su pauta. Como lo describe la ex editora de Espectáculos, Jimena Villegas, la cobertura de farándula siempre fue “más limitada, más reducida y más seria”. Pero así y todo, no deja de sorprender que en un medio que es catalogado de “elite”, las noticias que más espacio tuvieron están relacionadas a instancias masivas y populares como el cine y un programa de televisión.

Por otra parte, La Tercera tuvo la sección Tercer Tiempo la mitad del periodo y luego la cambió por Cultura y Espectáculos, teniendo un promedio de cinco páginas destinadas a estos temas. En 1996 los temas que se siguieron fueron el conflicto de Eduardo Bonvallet con el Consejo Nacional de Televisión (CNTV), la partida de Ricardo Miranda (encargado del área dramática de Canal 13) a Mega y la Teletón. En 1998 el debate sobre la censura cinematográfica y la crisis de Canal 13, mientras que en 2001 sólo se siguieron los premios Oscar. En 2003 aumentaron los seguimientos con los temas del divorcio de Raquel Argandoña, la visita de Gilberto Gil, la polémica por los dichos a favor de Cuba de Gabriel García Márquez, el embarazo de Cecilia Bolocco y la visita de Raúl Ruiz. Como se puede apreciar, con el tiempo en La Tercera comenzaron a aparecer los temas de farándula. Además, los seguimientos siempre estuvieron vinculados con la televisión y el cine, destacándose el aspecto polémico en las notas.

La Nación mantuvo durante los primeros años el nombre de la sección Cultura y Espectáculos, salvo en 2003 donde quitó Cultura del título, dedicándole un promedio de tres páginas diarias. En 1996 los temas que se siguieron fueron la carta enviada por el grupo Lucybell a La Moneda y el show realizado por la Feria del Disco para conmemorar sus 40 años. En 1998 fue el concierto a favor de la marihuana y la entrega de los premios APES, mientras que en 2001 el proyecto de la censura cinematográfica y el concierto de José Luis Perales fueron las noticias que acapararon la atención del diario por más de un día. Finalmente, en 2003 sólo se siguió la noticia del comercial del chico reality Álvaro Ballero, que realizó para una conocida compañía telefónica.

En este caso queda bastante claro el cambio que experimentó el diario, pues a partir de 2003 no sólo eliminó la palabra cultura del encabezado de su sección, sino que las notas que tuvieron más espacio pasaron de ser las relacionadas con música a las de farándula.

Las Últimas Noticias, por su lado, alternó el nombre de su sección entre Tiempo Libre, Cultura y Espectáculos, destinando un promedio de seis páginas para ella. En 1996 la única noticia que se siguió fue la relacionada con el show televisivo de la Teletón, y en 1998 la crisis de Canal 13. En cambio, a partir del 2001 los temas comienzan a enfocarse en la farándula y el espectáculo, publicando notas sobre Cecilia Bolocco y los reality show de TVN y Mega. Así, poco a poco podemos ver que en la década de los 2000, la pauta en los diarios comienza a tomar más en cuenta estos temas que antes no tenían la misma importancia y se deja seducir por esta nueva entretención que trae conocer y adentrarse en la vida privada de las personas.

Por otra parte, La Cuarta contó durante este periodo con su sección La Cuarta Espectacular donde incluía las noticias relacionadas más que nada con el ámbito, como dice su nombre, de espectáculos, e incluía un promedio de tres páginas diarias. Es importante recalcar que este medio se caracteriza por no hacer

seguimiento a sus noticias, por lo menos en el periodo 1995-1998²⁹, donde se optaba por contar con temas nuevos todos los días.

La Época, diario que cerró en 1998, contaba con su sección de Cultura y Espectáculos que tenía un promedio de tres páginas diarias. En el año 1996, el único tema que se siguió estaba ligado al arte: la exposición del pintor chileno Juan Dávila. Y finalmente, el diario El Metropolitano, que circuló hasta 2002, no realizó ningún seguimiento. Ximena Villanueva, quien fue periodista de este último, explica que “no es común el desarrollo de casos en Cultura, ya que generalmente se ocupan criterios más noticiosos, como los Premios Nacionales, pero creo que no se controla o investiga tanto lo que dice la fuente”.

Así, se puede decir que los seguimientos de temas que realiza cada diario entregan información importante sobre las pautas de éstos. Como se señaló previamente, El Mercurio comenzó a seguir las noticias a partir de 2003, quizás como una forma de ponerse al día con los temas que llevaba la competencia, tomando en cuenta que empezó a publicar informaciones sobre programas de televisión, lo que antes no hacía. De esta forma se ve cómo el año 2003 marca un punto decisivo en la forma de organizar la sección de Cultura y Espectáculos en los diarios, ya que tanto La Tercera como La Nación y Las Últimas Noticias dan un giro hacia la farándula enfocándose en temas más alejados del arte y las industrias culturales como divorcios, embarazos y relaciones sentimentales de personajes que circulan por la televisión.

En cambio, La Época parece ser el único diario que publica noticias más relacionadas con el arte, aunque esto puede tener relación con el periodo de tiempo en que circuló, en el cual la farándula y los reality shows aún no pasaban a copar portadas. Finalmente, La Cuarta y El Metropolitano no realizan seguimientos de sus noticias, lo que da a entender un afán de buscar siempre la actualidad y

²⁹ Como se señaló en la presentación de este trabajo, la información de los años 2001 y 2003 de La Cuarta no se encuentra disponible.

temas nuevos para sus lectores, sin buscar una mayor profundización de ellos.

Sin embargo, la información de los seguimientos no es la única que entregan las notas, ya que a partir de éstas también se pueden analizar los tipos de pautas que manejan cada diario en su área de Cultura y Espectáculos y si se enfocan más hacia la televisión, las bellas artes, la farándula, las industrias o las políticas culturales, información que además nos dará luces sobre la concepción de cultura que tiene cada medio en particular.

Un cambio en la pauta: la farándula se abre camino

Luego del análisis realizado a las notas publicadas en el periodo 1995-2005 se pudo constatar también que dentro de cada sección diaria existe una diversa gama de temas, los cuales fueron agrupados según recurrencia. Así podemos encontrar temas relacionados con industrias culturales (los cuales se dividieron en música, literatura y cine”; expresiones artísticas (teatro, danza y artes visuales); televisión (programas); farándula (noticias que traten sobre la vida privada de alguna persona conocida); actividad cultural (que incluye la función de “agenda” de eventos como recitales, festivales, ferias, panoramas culturales, etc.); consumo cultural (noticias que hablen sobre los gustos y preferencias culturales de los chilenos); y gobierno (noticias sobre políticas culturales y leyes)

A través de los años, se pudo observar que en 1996, 1998 y 2001 los temas predominantes fueron los de Música y de Televisión, situación que sólo cambia en 2003 cuando la Televisión y la Farándula pasan a ser las reinas de la pauta. (Ver gráficos 8, 9, 10 y 11) A partir de esto, se confirma nuevamente lo que se ha venido afirmando aquí: aunque la Televisión siempre ha formado parte importante de las secciones de Cultura y Espectáculos de los diarios, en los últimos años sufrió efectivamente un alza en las pautas y junto a la farándula comienzan a adquirir un rol preponderante en ellas.

Temas 1996

Resultados en porcentajes

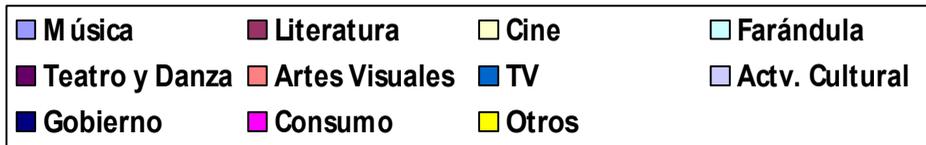
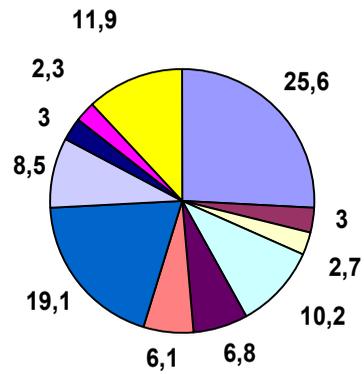


Gráfico 8

Temas 1998

Resultados en porcentajes

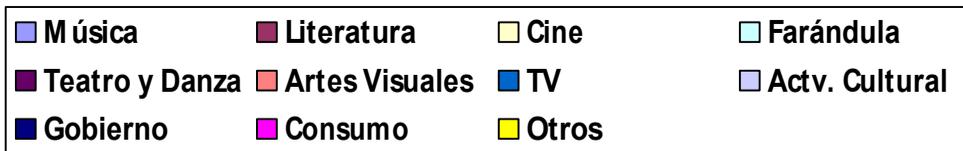
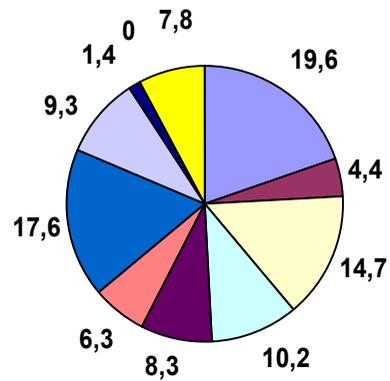


Gráfico 9

Temas 2001

Resultados en porcentajes

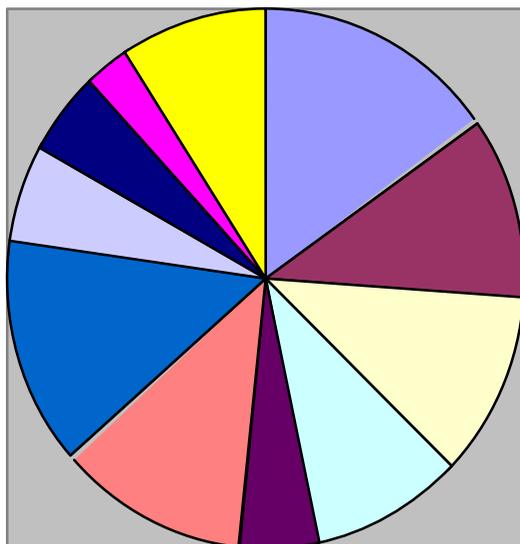


Gráfico 10

Temas 2003

Resultados en porcentajes

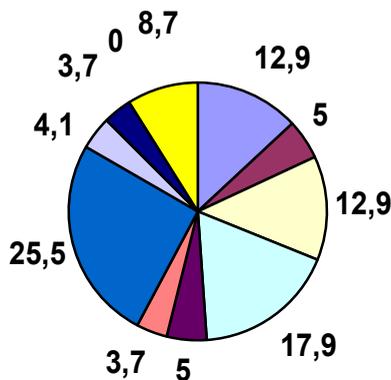


Gráfico 11

A fines de la década de los noventa, el diario Las Últimas Noticias sorprendió al mundo periodístico y a los lectores mostrando en la portada una fotografía de la modelo Daniella Campos con el titular: “La Fiera II”. La noticia relataba la pelea que ésta había tenido con la periodista Titi Ahubert debido a problemas amorosos que involucraban al futbolista Iván Zamorano. Las ventas de ese día se dispararon, sin embargo el medio no se decidió a seguir por esa línea hasta entonces inexplorada en el periodismo escrito.

Pero finalmente, en 2002 LUN dio el gran paso, en parte gracias al antecedente del buen resultado de la cobertura de la pelea Campos-Ahubert y también a la visión del nuevo director Agustín Edwards del Río, y sus páginas comienzan a llenarse de titulares como “El amor a distancia que hizo fuerte a Pellegrini”³⁰, “Chayanne impuso su rollito seductor”³¹, “Carla Jara se corta a lo punk y se ríe de su marido”³², “Cata Bono sufre maldición de los chicos reality”³³, entre otros.

La idea era “diferenciarse y buscar un nicho a partir de la elaboración de una pauta propia. En la práctica, publicar temas que no eran considerados por los otros matutinos. Así comenzaron los primeros días felices de LUN. Esos donde la masividad y la entretención son las principales pistas para entender cómo pudo el diario renacer desde las cenizas en que se encontraba”³⁴. Al ver el éxito de esta nueva fórmula, La Cuarta no quiso quedarse atrás y decidió utilizar una estrategia similar para competir directamente con LUN. Así, pasó de ser un periódico de crónica roja a autodenominarse el “diario pop”, donde los últimos amoríos de la

³⁰ Diario Las Últimas Noticias. Chile. 2 de junio de 2009.

³¹ Diario Las Últimas Noticias. Chile. 26 de febrero de 2008.

³² Diario Las Últimas Noticias. Chile. 22 de febrero 2010.

³³ Diario Las Últimas Noticias. Chile. 14 de junio 2009.

³⁴ NUNES, Patricio. La apuesta que se transformó en fenómeno. Pág. 13. Tesis (Licenciatura en Comunicación Social y Título de Periodista), Universidad del Desarrollo, Escuela de Periodismo. 2003.

farándula criolla y las mujeres con poca ropa pelean su espacio día a día.

Sin embargo, La Cuarta no fue el único medio escrito que prendió las luces de alerta. Pronto los demás diarios nacionales comenzaron a fijarse que este nuevo nicho hasta entonces poco explotado llamaba la atención del público, y aunque ninguno hizo un giro tan evidente y radical como LUN, estas noticias comenzaron a colarse lentamente en las secciones de Cultura y Espectáculos. Así también quedó demostrado en el análisis de las pautas realizado, donde se puede observar cómo los temas de farándula avanzan a partir de la década de los 2000. (Ver gráfico 12)

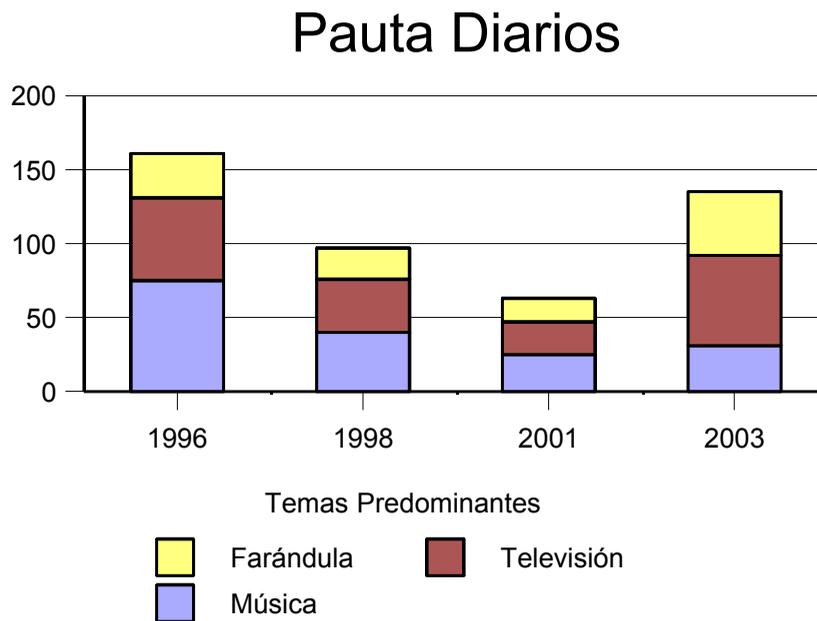


Gráfico 12

De esta forma, los temas de televisión y farándula se impusieron en las pautas de los diarios desplazando a los de música que fueron los reinantes durante la década de los noventa. A pesar de los buenos resultados en cuanto a ventas e índices de lectura (En el gráfico 13 se muestra claramente el aumento que obtuvo LUN luego de modificar por completo su pauta), hay muchos periodistas que no

miran con buenos ojos la explosión y explotación de la farándula como una manera de aumentar el interés de la gente.

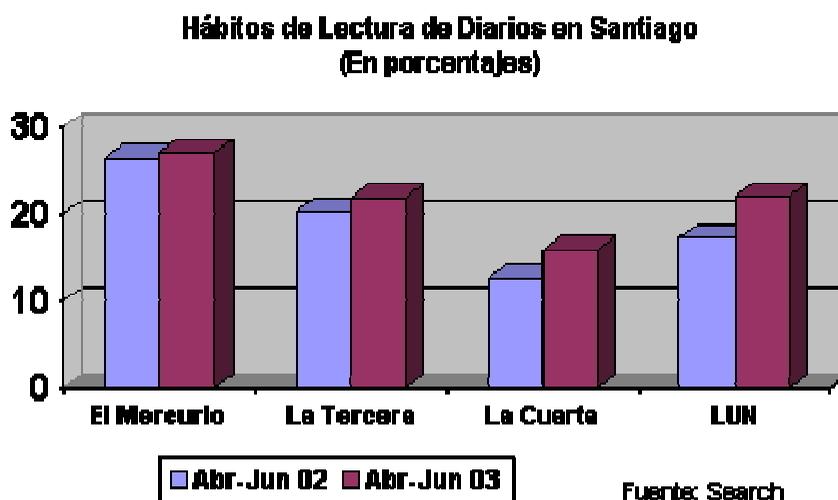


Gráfico 13. Fuente: Nunes, P. (2003:4)

Por ejemplo, para Carolina Ruiz, quien trabaja en la sección de Espectáculos de La Cuarta, este tipo de periodismo es pan de cada día para ella, sin embargo, le molesta que muchas veces la farándula se coma otras noticias que son dejadas de lado porque no “venden”. “Yo trabajo en farándula, pero no soy una persona que piense todo el día en eso. Me da lata ver las portadas de los diarios con Kenita Larraín, siendo que hay muchos temas más importantes para la gente”, expresa.

Así mismo, a Marisol García le inquieta lo que llama el fin del periodismo de Espectáculos como aquel que cubre disciplinas como el cine y la música popular, “eso se lo comió demasiado la mezcla de farándula con televisión, lo que es preocupante ya que buenos espectáculos de pronto no tienen espacio”, opina.

Sin embargo, el periodista Rodrigo Castillo tiene otra visión:

A mí me tocó vivir desde adentro el giro que tuvo LUN donde la farándula siempre es

portada. No creo que eso sea ni bueno ni malo, sino que es otra propuesta periodística en Chile que puede parecer un poco superficial, pero al detenerse uno se da cuenta que hay una mirada desprejuiciada, más dicharachera, que se desmarca de los discursos oficiales y que es más de ciudadano, con cierta desconfianza o también viendo las cosas divertidas donde las hay.

De cualquier manera, lo cierto es que la farándula llegó para quedarse en los diarios y la mayoría de los periodistas entrevistados coincidieron en apuntarla como una de las grandes culpables de la pérdida de calidad del periodismo cultural. Además, gracias a esto los criterios principales para decidir los temas que irán en la sección habrían cambiado centrándose en uno más ligado a lo mercantil. Es así que para comprobar si estas aseveraciones tienen algún fundamento, debemos también investigar los criterios tanto de relevancia temática como de noticiabilidad y observar si es que realmente a partir del 2000 se manifiesta algún cambio en ellos.

Hacia un negocio del periodismo

Existe una fuerte creencia de parte de los periodistas entrevistados en que el periodismo cultural ha cambiado, específicamente lo antes mencionado: el interés que provocó la farándula en los medios de comunicación. Esto habría implicado no sólo un cambio en la pauta de los diarios, sino también en los criterios para decidir qué noticias son importantes de mencionar y, por lo tanto, merecen espacio dentro de las páginas de la sección de Cultura y Espectáculos.

Así, a través de las mismas declaraciones de los periodistas, se puede observar que quienes trabajaron en la época de los noventa dicen que los criterios relevantes en ese entonces tenían que ver con la importancia de los temas, con la crítica y con el rol de formar audiencias. Por otra parte, a partir del 2000 los criterios más resaltados fueron los relacionados con la novedad, el impacto y la tendencia de marcar pauta.

Ximena Póo explica que en La Época los temas que tenían más espacio eran aquellos que “tenían una mirada crítica al país y a la cultura, que dieran cuenta de lenguajes y narrativas nuevas, y contribuyeran a la ampliación del ejercicio democrático”. Mientras que Carolina Lara, de El Mercurio, cuenta que antes se decidía según la importancia del tema y el rol de educar al lector, lo que luego cambió. “Después vinieron las presiones por hacer notas mucho más noticiosas, dejando totalmente de lado el sentido de hacer un servicio público por el interés de vender”, opina.

De esta forma, se confirma que la manera de medir las noticias publicables se ha transformado con el cambio de siglo. Si antes lo principal eran los criterios relacionados con el rol social del periodismo (informar, educar y generar discusión), hoy más bien lo que mandaría serían aquellos influenciados por el mercado donde el periodismo es visto como una empresa que debe generar un producto llamativo para los compradores. Así lo confirma la periodista Ximena Villanueva, quien afirma que en la sección de Cultura de El Metropolitano mandaba “el falso criterio de consumo, de si era taquillero o no, por lo tanto, era improbable que se hablara de bailarines y artistas visuales que no los conocía nadie”. Este planteamiento es apoyado por Rodrigo González, de La Tercera, al asegurar que uno de los criterios más importantes tiene que ver con “la masividad, que el tema del que estamos hablando sea conocido, en el fondo, algo que venda”.

Pero no sólo los criterios de relevancia temática dan una visión del cambio de enfoque que ha sufrido la sección de Cultura y Espectáculos. La costumbre de estar atentos a los demás diarios también da una idea sobre lo que los periodistas tienen en mente. El interés por informarse ha pasado a ser un interés por observar qué está haciendo la competencia, con un “miedo” constante a que el otro saque algún “notición” exclusivo.

“Antes era importante estar atenta a los demás diarios, pero no tanto como ahora. Siento que hoy están súper obsesionados con el tema de la competencia,

sobre todo El Mercurio con La Tercera”, expresa la periodista de La Época, Marisol García. Por otra parte, Carolina Ruiz de La Cuarta afirma que es fundamental revisar la prensa escrita debido a la competencia y el llamado “golpe” noticioso. “Siempre la comparación es con la competencia directa, si Las Últimas Noticias lleva un tema y nosotros no, o lo tiene mejor reportado, es porque no fuimos capaces de hacer lo mismo o ir un poco más allá”, dice.

Las razones mencionadas por los periodistas entrevistados para revisar los periódicos diariamente fueron: comparar el desempeño de los demás y de esta forma poder diferenciarse de ellos, por un interés personal de mantenerse informado, y, la más nombrada, observar a la competencia directa y los “golpes” propios y del resto. Esto da a entender que finalmente hay una disposición a preferir los temas que son más atractivos para el público, que tienen personajes conocidos, polémicos e historias llamativas como romances o peleas, pues son éstos los que asegurarán la “venta” del diario o la atención del lector a la nota.

Javier Ibacache, editor de El Metropolitano, explica:

“Lo que pasaba en los otros medios era relevante en tanto a nosotros nos reafirmaba lo que queríamos hacer. Pero luego en ese periodo aparecieron los primeros indicadores de la farandulización y eso cambió el tratamiento que tenían muchos temas en ese ámbito. Todos estábamos bastante descolocados de que un mechoneo de discoteca o un lío sentimental del Chino Ríos fuera titular de portada, eso se convirtió en un frente noticioso y produjo una confusión en los diarios”.

Además de los criterios de relevancia temática, también se les preguntó a los periodistas por los criterios de noticiabilidad que se toman en cuenta a la hora de dar el visto bueno a una propuesta de nota. Como se mencionó en el capítulo dos de este trabajo, las palabras que más repitieron los entrevistados fueron novedad, actualidad, calidad y atractivo, principios que no se diferencian mayormente de los utilizados en otras secciones del diario, sin embargo, también aparecieron conceptos como el de la polémica y la exclusividad. (Ver gráfico 14)

Criterios de Noticiabilidad

Resultados acorde a recurrencia

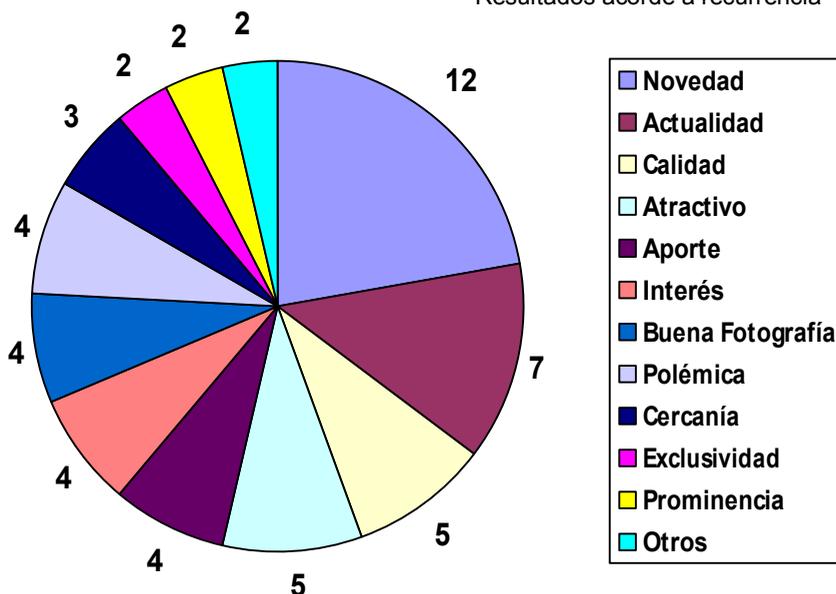


Gráfico 14

Lo interesante es que son los mismos periodistas los que plantean que ahora la decisión de llevar una noticia o no estaría mayormente influenciada por la farándula y su consiguiente espectacularización y mercantilización de los temas, sin embargo, insisten en que los criterios siguen siendo los periodísticos. Entonces, ¿a qué se debe esta contradicción? Volviendo atrás, se pudo observar que hubo un cambio en la visión temática de una época a otra, como también un aumento del interés en la competencia y el “golpe” noticioso. Sin embargo, no es extraño que los primeros criterios mencionados sean los más internalizados por ser los principios universales del periodismo.

Midiendo a la cultura

Según el periodista argentino Jorge Rivera, el periodismo cultural es una “zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con

propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las bellas artes, las bellas letras, las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos”³⁵.

Sin embargo, al revisar las pautas de las secciones diarias de Cultura y Espectáculos queda claro que éstas se han limitado a cubrir industrias culturales y, en menor medida, las artes, pero sin incluir otro tipo de disciplinas como la sociología o la historia. Además, su función se ha reducido a la de divulgar productos culturales (un ejemplo de esto son los mismos titulares como: “Entre cinco y 40 lucas valen las entradas para Luis Miguel”³⁶, “Escritores sugieren libros obligados de las vacaciones”³⁷, “Fiesta reggae en el Nacional”³⁸ y “Así es el disco con el que Ricky Martin renueva sus votos con Latinoamérica”³⁹)

Además de observar que estas áreas de la prensa escrita siguen un modelo de promoción y difusión de objetos culturales, también puede identificarse la visión que tiene cada una de ellas dependiendo de la amplitud o restricción del concepto de cultura al que adhieran. Ésta puede ser de alta (*high culture*), media o baja cultura (*midcult*)⁴⁰.

La llamada cultura alta supone un abordaje temático y formal acotado, con un estilo directamente emparentado con las retóricas de la crítica y la literatura ensayística, vinculada con un periodismo de élite que toma en cuenta las

³⁵ RIVERA, Jorge. Pág. 19. *Op. cit.*

³⁶ Diario La Cuarta. Chile. 7 de Octubre de 1996

³⁷ Diario La Tercera. Chile, 27 de Diciembre de 1998

³⁸ Diario El Metropolitano. Chile, 17 de Marzo de 2001

³⁹ Diario El Mercurio. Chile 3 de Mayo de 2003

⁴⁰ La disociación de la cultura comenzó cuando el poeta y crítico literario T. S Eliot expone que en la sociedad ideal todas las clases deben compartir la misma cultura pero con un diferente grado de participación, donde los grupos más elevados no tendrán más cultura, sino una más consciente y un grado de especialización más elevado. Véase BUSQUET Durán, Jordi. *Op. cit.*

manifestaciones artísticas de las “bellas artes” y las “bellas letras”. Además, no se centra cien por ciento en la información actual, sino que genera más espacio para la discusión académica. Los temas son escogidos de acuerdo al tipo de lector que quieren llegar y en la elección de los responsables del diario o la sección.

Por otra parte, la baja cultura está más ligada a la prensa general, le interesa difundir patrimonios culturales para ser consumido, lo que la lleva también a tener una relación más de subordinación con el mercado. Algunas de las producciones que caben en esta categoría pueden ser la literatura de consumo, la música popular, los éxitos de taquilla, entre otros⁴¹.

Aparte de la división entre alta y baja, últimamente se ha agregado una nueva concepción que es cultura media. Ésta ofrece una heterogeneidad apelando a consumidores con temas que pueden corresponder tanto al nivel de alta como de baja cultura, sin la necesidad de expresarlas con un nivel de especialización tan alto, pero ofreciendo más opciones que las popularmente conocidas. En este caso, variadas esferas del mundo cultural tienen cabida como el cine, la televisión, la fotografía, etcétera⁴².

Jorge Rivera expresa estas separaciones según su relación con el mercado: la cultura superior no está interesada en competir en la dirección de los beneficios debido a su grado de especialización, por lo tanto, le interesa llegar sólo a su público objetivo. La cultura media es la que ofrece las mayores posibilidades de mezcla y tiene cierta relación con el mercado, pero no es fundamental, mientras que en la cultura baja sus temas son comparativamente más limitados y subestimados y hay una posición favorable en relación con el mercado, es aquí donde entra la farándula y el ocio en general.

⁴¹ RIVERA, Jorge. Págs. 22; 27 y 30. *Op. cit.*

⁴² VILLA, María J. *Op. cit.*

Luego de revisar las temáticas que han marcado la pauta en las secciones diarias de Cultura y Espectáculos, se puede deducir que el tipo de cultura reinante en ellas es la media-baja (fuerte presencia de música, televisión y farándula) Esto es importante porque se puede apreciar que tanto en la década del 90 como en la del 2000 estas áreas del diario se han preocupado de cubrir a las industrias culturales como la música, los libros y el cine, además de la televisión, y nunca hubo un momento en que las bellas artes, como la danza, la pintura o la escultura, las superara en espacio y dedicación.

Han sido los propios periodistas entrevistados quienes señalaron a la farándula y a la televisión como grandes causantes de una pérdida de calidad en el periodismo cultural, siendo que estos temas siempre han estado presentes (en mayor o menor medida según el año) y no le quitaron espacio a otros temas considerados de alta cultura, pues éstos nunca estuvieron muy presentes.

En el Gráfico 15 se puede apreciar la comparación a través de los años de los temas que pueden considerarse de media y baja cultura como música, televisión y farándula, con los de teatro, danza y artes visuales, agrupados en bellas artes, correspondientes a la alta cultura. Allí se observa que esta última nunca ha tenido una fuerte presencia dentro de las páginas culturales diarias, pues son varios temas agrupados que sólo alcanzan a superar a otros por sí solos en el año 2001.

Cultura Alta y Media

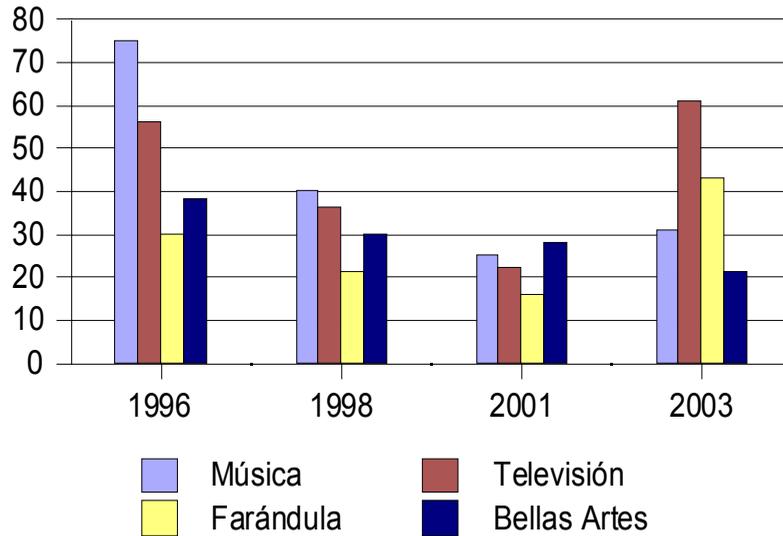


Gráfico 15

Lo anterior se vuelve interesante, ya que los periodistas señalaron a la farándula como uno de los grandes culpables de la crisis que estaría pasando el periodismo cultural, pero aquí es posible constatar que, en primer lugar, la farándula siempre fue parte de las secciones diarias, y, además, antes del alza de ésta tampoco existía una especial preocupación por temas más ligados a las bellas artes.

Es así que se puede decir que el aumento de la farándula ha afectado al periodismo cultural actual, pero no es argumento suficiente para poder afirmar que éste sufra un problema grave, ya que para eso tendría que haber existido previamente un estado ideal. Por otra parte, los cambios en los criterios de relevancia temática y noticiosa, que comienzan a orientarse hacia un criterio más mercantil que periodístico, no se explican exclusivamente a partir de este fenómeno, sino que también hay que tener en cuenta el contexto en que ellos comienzan a producirse y en cómo es considerada la cultura en la sociedad misma.

¿CULTURA SINÓNIMO DE CONSUMO?

EL ESTADO DE LA CULTURA Y SU RELACIÓN CON EL PERIODISMO

Luego de una extensa revisión de las prácticas periodísticas y de los temas que se manejan en cada sección diaria, podemos volver a la pregunta inicial sobre si las prácticas inciden en las concepciones de cultura que se manejan en la prensa escrita y finalmente atisbar una respuesta: debido a que la orientación del periodismo cultural ha variado en un periodo de diez años, pero las prácticas de los periodistas se han mantenido, podríamos decir entonces que éstas no estarían influyendo en este proceso particular.

Es decir, las prácticas sí influyen en el trabajo mismo del periodista, pero en este caso, como la mayoría de éstas se han mantenido a través de ambas décadas, no son un factor suficiente para explicar el vuelco de este tipo de periodismo hacia la farandulización y un criterio más mercantil para definir las noticias que copan sus páginas. Entonces, ¿qué podría explicar este cambio?

De esta forma, nace una nueva hipótesis. Como pudimos ver, el periodismo cultural está dejando cada vez más de lado su labor de educar y formar opinión sobre la cultura, para pasar a ser una especie de vitrina de los productos culturales y el entretenimiento. Si ya señalamos que las prácticas no explican este cambio, podríamos fijar entonces nuestra mirada en la sociedad misma para ver si ha vivido una transformación similar en cuanto a la visión de la cultura. Así, un paso importante es conocer cómo ésta ha sido percibida y promovida por los gobiernos de turno a través de sus políticas culturales y, por lo tanto, qué significa a la vez

para los chilenos.

Por ejemplo, en 2009 el Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA) definió el consumo cultural como “la apropiación que realizan las personas sobre los espacios, propuestas, ofertas y productos de índole cultural que involucran, además del aspecto económico, las relaciones y prácticas sociales”⁴³.

A partir de esto, es interesante que la mayor institucionalidad cultural del país ocupe la palabra “productos” y mencione el carácter económico de ésta, aunque no es tan sorprendente si se considera que en la última década las industrias culturales han mostrado tasas de crecimiento superiores a la economía en su conjunto. Así, en el año 2000⁴⁴ el incremento de las actividades económicas culturales fue de un 10,5%, mientras que el de la economía nacional fue de un 4,4%, lo que demuestra que la cultura se ha convertido en un valor económico para Chile.

Esta idea se refuerza en otro documento del CNCA donde se afirma que “la cultura de un país es lo que marca la diferencia en sus posibilidades de desarrollo”⁴⁵, por lo que ya no se entiende sólo como generadora de valores estéticos y de sentido, sino también de riqueza y empleo, además de impulsora de nuevos horizontes para la economía.

Según una encuesta elaborada por el CNCA en 2009⁴⁶, las actividades que más realiza la gente para consumir cultura son escuchar música todos los días

⁴³ CONSEJO Nacional de la Cultura y las Artes. Encuesta Nacional de participación y consumo cultural 2009. Pág. 3. Unidad de Estudios y Documentación, Departamento de Planificación y Estudios. Chile. 2009.

⁴⁴ CONSEJO Nacional de la Cultura y las Artes y Convenio Andrés Bello. Impacto de la cultura en la economía. Participación de algunas actividades culturales en el PIB. Indicadores y fuentes disponibles. Pág. 36. Chile. 2003.

⁴⁵ CONSEJO Nacional de la Cultura y las Artes. Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005-2010. Pág. 3. Chile. 2003.

⁴⁶ CONSEJO Nacional de la Cultura y las Artes. 2009. *Op. cit.*

(92,5%), ver televisión todos los días (80%), escuchar radio durante la semana (89,3%) y leer diarios durante la semana (69,8%); dejando muy atrás a quienes declararon haber leído un libro (41,8%), haber ido al cine (34,9%), a un evento de artes visuales (22,2%) y al teatro (18,6%) en los últimos doce meses. (Ver gráfico 9) Así, se puede ver que la importancia de la cultura está relacionada con acciones de consumo ligadas al tiempo libre y a la satisfacción de la necesidad de información, más que a las experiencias estéticas, a la educación intelectual y el enriquecimiento “espiritual”.

Consumo Cultural

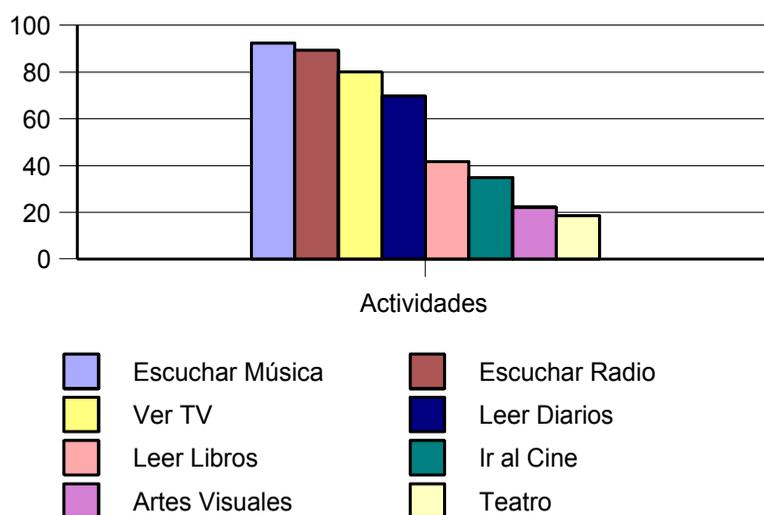


Gráfico 9

En este punto es posible encontrar una primera confirmación a la nueva hipótesis planteada más arriba: dos de las actividades culturales más consumidas por los chilenos (escuchar música y ver televisión) se corresponden con los temas que más espacio tienen en las secciones diarias de cultura (música y televisión), y, además, hay que tener en cuenta que la farándula se consume a través de los medios de comunicación que ocupan un lugar de preferencia en las alternativas culturales.

De esta forma, la mayoría de la población nacional se limita a un consumo cultural marcado por la oferta de los medios de comunicación, convirtiendo a la televisión, la radio y un poco más abajo los diarios, en la principal fuente de información y entretenimiento de los chilenos. Sin embargo, si analizamos el asunto, no deja de ser interesante las opciones que el CNCA apunta como consumo cultural, es decir, toma en cuenta a los medios como si fueran productos culturales en sí mismos y como si la adquisición de cultura estuviera dada por la visión, lectura o escucha de ellos sin importar el tipo de programa al que se acceda. Por lo tanto, no importaría realmente la calidad de la información cultural que entregan los medios, sino que éstos sean consumidos independientemente de lo que puedan aportar en esta materia.

Políticas culturales y mercantilización de la cultura

El primer cruce entre consumo cultural y periodismo cultural ayudó a reforzar aún más la noción de cultura como sinónimo de mercado, donde ésta es pensada

como recurso económico, las industrias culturales se constituyen como uno de los sectores claves en las economías desarrolladas; y como recurso social, las políticas culturales buscan cruzar las variables cultura y desarrollo humano, buscando resultados en salud, educación, formación de capital social o apoyo y fortalecimiento de la sociedad civil⁴⁷.

Es por esto que se hace indispensable también un análisis de las políticas culturales que se han llevado a cabo durante estas últimas décadas.

El CNCA⁴⁸ afirma que con el regreso de la democracia hubo un florecimiento de las artes y todas las disciplinas de este tipo tuvieron un aumento

⁴⁷ RUBIANO, Elkin. Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural. Tabula Rosa. (N°5), Pág. 134. 2006

⁴⁸ CONSEJO de la Cultura y las Artes. 2005. *Op. cit.*

significativo en la cantidad y calidad de creaciones, es decir, hubo una renovación y un desarrollo del campo cultural, acompañado de un significativo aumento del público interesado en él. Pero, ¿cómo han ayudado los gobiernos a que esto sea así?

El primer gobierno de la Concertación luego de la transición política en 1990 fue el de Patricio Aylwin, quien tuvo que traer nuevamente la cultura hacia el panorama público. En el programa, sin embargo, no aparece ningún apartado especialmente dedicado a ella, sino que como un concepto dentro de otros grandes ideales como la reconstrucción del país, la institucionalidad, la democracia y la justicia social. Esto se entiende debido al momento por el que estaba pasando el país, donde las prioridades se instalaron en otros ámbitos. Así, la cultura no es protagonista y sólo es mencionada en el capítulo de participación donde se señala que el gobierno “tendrá como una de sus tareas centrales el fomentar la organización de la ciudadanía en múltiples instancias de tipo sindical, profesional, productivo, deportivo, cultural, educacional y fortalecer las instancias de poder local y regional”⁴⁹.

Sin embargo, a pesar de la poca preocupación por la cultura expresada en el programa, en la práctica sí se realizaron avances en esta materia. Por intermedio del entonces Ministro de Educación Ricardo Lagos, se constituyó una Comisión presidida por Manuel Antonio Garretón, que propuso la creación de un Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (CNCA), y también planteó la necesidad de aumentar seriamente el presupuesto para la cultura.

Por otra parte, en 1990 se aprobó la Ley de Donaciones Culturales, conocida como Ley Valdés debido a su gestor Gabriel Valdés, lo que permitió dar un salto en materias de participación del sector privado en el financiamiento y la gestión de actividades culturales, normativa que fue posteriormente modificada en 2001.

Además, en 1992 se creó el Fondo de Desarrollo de las Artes y la Cultura (Fondart), que ha tenido varios ajustes a lo largo de los años, cuya función es el financiamiento de proyectos artísticos y culturales que deben ser presentados en los concursos públicos convocados anualmente por el Ministerio de Educación. Finalmente, ese mismo año se modificó también la ley sobre propiedad intelectual, estableciéndose el principio de la administración de derechos por parte de los propios creadores, dando origen a la Sociedad Chilena del Derecho de Autor (SCD), y el Parlamento aprobó la ley que creaba el Consejo del Libro y el Fondo Nacional del Libro y la Lectura.

El siguiente gobierno de Eduardo Frei Ruiz-Tagle presentó en su programa un apartado relacionado con la educación, la ciencia y la cultura como claves del futuro, donde se compromete “fomentar la educación y la igualdad de oportunidades, dar un fuerte impulso al desarrollo científico e impulsar el desarrollo cultural, dentro del cual se incluye el tema de los medios de comunicación social”⁵⁰.

En 1996, Frei convocó a la Comisión Asesora Presidencial en Materias Artístico Culturales, la que fue presidida por Milán Ivelic y compuesta por parlamentarios de diversas corrientes, creadores, empresarios y gestores culturales. El informe entregado reiteró la propuesta de institucionalidad cultural chilena sugerida por la Comisión del gobierno anterior y aportó elementos para establecer un presupuesto para cultura.

Después, Ricardo Lagos integró en su programa de gobierno un apartado especial titulado “Una cultura libre y al alcance de todos”⁵¹, donde se afirma que la cultura es valorizada como algo que otorga sentido a la vida y le confiere valor a la persona y a la sociedad. Así, Lagos propuso medidas para asegurar la libertad y la igualdad en todos los espacios de la cultura, otorgar reconocimiento a los pueblos

⁴⁹ Programa de la Concertación de Partidos por la Democracia, 1989.

⁵⁰ Programa del segundo gobierno de la Concertación: “Un gobierno para los nuevos tiempos”, 1993

⁵¹ Programa Primer Gobierno del Siglo XX: “Para crecer con igualdad”, 1999

indígenas, promover la producción de contenidos culturales nacionales, desarrollar la infraestructura de difusión cultural a lo largo del país, impulsar los fondos concursables, entre otros.

Además, Lagos volvió a proponer la creación de un Consejo Nacional de la Cultura y las Artes que tendría como misión estimular y fomentar las acciones definidas y ejecutadas por los propios actores culturales, fortalecer la institucionalidad cultural y proponer y fomentar iniciativas de difusión de la cultura chilena a nivel internacional. Luego de anunciar su programa, Lagos nombró a Agustín Squella como Asesor Presidencial para que coordinara a los organismos públicos de la cultura y elaborara el proyecto de la nueva institucionalidad. Así, en 2003 la Ley 19.891 creó finalmente el esperado Consejo.

Otros pasos que siguió el gobierno para fomentar la cultura consistieron en crear el Consejo de Fomento de la Música Nacional y su respectivo Fondo, terminar con la censura previa que afectaba a los libros y al cine, regular las condiciones de trabajo y contratación de los trabajadores de artes y espectáculos, y, finalmente, la creación en 2004 del Consejo del Arte y la Industria Audiovisual junto al Fondo de Fomento Audiovisual.

Finalmente, el programa de gobierno de Michelle Bachelet también contó con un apartado dedicado a la cultura donde se afirmaba que Chile ha sido particularmente prolífico en materia cultural: “nuestros poetas y escritores, nuestro teatro, nuestra música, nuestra plástica, nuestra escultura, nuestro cine, han tenido la habilidad de conectarnos con nuestra esencia como país y, a la vez, mostrarnos al resto del mundo”⁵².

Bachelet deja claro que se desea lograr un país moderno capaz de insertar su cultura en el mundo, pero que a la vez pueda mirarse a su interior. En educación, los programas que el CNCA llevó a cabo, y que siguen funcionando

actualmente, son: talleres artísticos y culturales en la Jornada Escolar Completa, muestra de arte escolar y el Fondo Nacional de Escuelas Artísticas. Además, se propuso la creación del Instituto del Patrimonio, proyecto de ley que se encuentra actualmente en tramitación, se cuenta con un Plan Nacional de Turismo Cultural, una Unidad Indígena dentro del CNCA, y se instauró el Día del Patrimonio Cultural y el Día Nacional del Folclore.

Por otra parte, el gobierno buscó promover la creación artística, expresando en el programa las ideas de favorecer el intercambio cultural y apoyar la exhibición de obras extranjeras en Chile y chilenas en el exterior. Dentro de este marco, Michelle Bachelet declaró en el discurso del 21 de mayo de 2009 que destinaría un 2% del Presupuesto Anual a cultura y que una de sus metas más ambiciosas era “asegurar que en cada comuna con más de 250 mil habitantes haya un centro cultural de calidad, que permita que la gente se encuentre y se reconozca en torno a nuestro patrimonio. Esta red de centros culturales, encabezada por lo que va a ser el Centro Cultural Gabriela Mistral en la capital, beneficiará de manera directa a más de nueve millones de personas”⁵³.

Por último, en el gobierno también se ideó una Cuenta Satélite de Cultura para conocer el aporte de ésta a la economía del país, para eso se realizó un informe de antecedentes que arrojó que la cultura aportaba con un 1,3% al Producto Interno Bruto. El estudio se centró en tres áreas: literatura, música y audiovisual, lo que corresponde a 1.538 millones de pesos⁵⁴.

Así, a partir de la revisión de los aportes y avances que han realizado los gobiernos de la Concertación, se puede observar que el interés por la cultura ha

⁵² Programa de gobierno: “Estoy contigo”, 2005.

⁵³ Diario La Nación: “Descentralización marca anuncios culturales de Michelle Bachelet”. Chile. 22 de mayo 2009 [en línea] http://www.lanacion.cl/prontus_noticias_v2/site/artic/20090521/pags/20090521211729.html

⁵⁴ Radio Universidad de Chile: “Cultura aporta el 1,3 por ciento del Producto Interno Bruto”. Chile. 21 de junio 2008 [en línea] <http://radio.uchile.cl/noticias/45828/>

ido en ascenso: desde aparecer como parte de otras prioridades sociales hasta separarse y tener una institucionalidad especial para ella. Sin embargo hay que tener en cuenta que en los últimos años se han volcado en gran medida al desarrollo de las industrias culturales (sobre todo la música, los libros y el cine), las mismas que tienen un espacio asegurado en las páginas culturales de los diarios, y también que ha habido un interés creciente en promover la cultura en su calidad de generadora de recursos.

De esta manera, se puede ver que el giro hacia criterios de relevancia mercantiles en las páginas culturales (lo que *vende*) se corresponde con el lugar cada vez más preponderante que empezó a tomar la cultura para los gobiernos, quienes se percataron que ésta traería grandes beneficios económicos a medida que pasó el tiempo. Basta con observar que el órgano nacional que se preocupa de fomentar y apoyar el avance cultural también cuenta dentro de sus funciones el “proponer medidas para el desarrollo de las industrias culturales y la colocación de sus productos tanto en el mercado interno como externo”⁵⁵.

Además, la gran instancia de financiamiento de la cultura en el país, los fondos concursables del CNCA, busca que las obras favorecidas sean rentables para que puedan apoyar a la industria y sea más fácil la colocación del producto en el mercado. En otras palabras, la popularidad de una obra en particular finalmente pesará mucho más que su calidad, es más, quienes componen el directorio de esta institución son personas vinculadas al mismo Centro Cultural Palacio la Moneda, así como también rectores de Universidades, directores de editoriales y de corporaciones culturales, entre otros.

Por otra parte, el caso más evidente de la preocupación de la cultura y de su potencial aporte económico se dio en el gobierno de Michelle Bachelet con la idea de la Cuenta Satélite de Cultura. Este parámetro le servirá al gobierno para

⁵⁵ CONSEJO de la Cultura y las Artes. Funciones del Consejo. [en línea]

<http://www.cnca.cl/portalcnca/index.php?page=seccion&seccion=865>

definir cuánto invertir en ese ámbito, asunto que se vuelve peligroso en la medida que el financiamiento dependerá exclusivamente de la competencia de la cultura en el mercado y de su nivel de producción. Así, vemos entonces que poco a poco la concepción de cultura comienza a vincularse con el mercado, la práctica artística con la producción y las audiencias pasaron a ser percibidas como posibles consumidores.

Periodismo cultural y sociedad

Como se dijo anteriormente, la hipótesis principal de este trabajo fue modificada, ya que se pudo comprobar que las prácticas de los periodistas no han influido mayormente en las concepciones de cultura que se manejan en las secciones diarias. Así, la variación experimentada en el cambio de siglo, sobre todo en los criterios temáticos y de publicación, como también la percepción de crisis, podría tener una explicación más relacionada con la visión de la cultura que se le ha entregado a la sociedad a través de las políticas culturales impulsadas por los gobiernos y los mismos medios de comunicación.

Últimamente, las páginas culturales han orientado su función a promover productos, es decir, “dan cabida a lo que tiene cabida de antemano: los bienes y servicios que el mercado de la cultura distribuye y comercializa eficientemente”⁵⁶. Queda de manifiesto entonces el carácter puramente divulgativo de este tipo de periodismo, dejando de lado el crítico, analítico, productivo y formativo. Como expresa el sociólogo Elkin Rubiano, la cultura es entendida como evento, como *objeto* más que *práctica*. “Antes que *taste makers* -oficio tradicional del crítico de arte o literatura-, los comentaristas de las páginas culturales parecen más bien *taste workers* del *top ten*: divulgadores de éxitos que con versada erudición de contracarátula aprueban lo que el marketing ha fijado de antemano”⁵⁷, afirma.

⁵⁶ RUBIANO, Elkin. Pág. 13. *Op. cit.*

⁵⁷ *Ibid.* Pág. 12

Según la mayoría de los periodistas entrevistados, esta “manía” de llevar noticias relacionadas con productos masivos y populares tendría directa relación con la “llegada”⁵⁸ de la farándula, instancia donde las demás noticias culturales tuvieron que entrar en una lógica de mercado y competir en la venta de los contenidos. Respecto a esto, la ex editora de Espectáculos de El Mercurio, Jimena Villegas, opina:

La cobertura de cultura es nefasta, creo que todavía no tenemos una real certeza de cuánto influyó la aparición de la farándula y tampoco cuánto más puede cambiar. Siento que este periodismo está peor de lo que estaba hace cinco años porque en general los grandes temas culturales están olvidados, no estamos viviendo un gran momento periodístico.

Pero, ¿hay realmente una crisis del periodismo cultural? Lo primero que hay que pensar para responder esta pregunta es que, para que haya una crisis, antes tuvo que haber un estado ideal donde el periodismo era bueno. Sin embargo, a partir de todo lo revisado, se puede afirmar con propiedad que no existe esa pensada crisis. Esto se explica, en primer lugar, porque los problemas señalados por los periodistas como el limitado espacio y tiempo de trabajo, y la poca relevancia que se le da a la sección siempre han existido y constituyen además condiciones inherentes a la profesión. Además, se comprobó que la tan mal mirada farándula siempre ha estado presente en estas secciones, coexistiendo con los temas artísticos de alta y media cultura, y que las bellas artes nunca han ocupado un lugar privilegiado, pues los temas más tratados siempre han fluctuado entre la televisión, la música y la farándula.

De esta forma, la crisis del periodismo cultural corresponde a un mito donde el tiempo pasado siempre es el ideal. Pero, aún así, no hay que dejar de lado que éste sí experimentó un cambio que, aunque no cabe dentro de la crisis, ha

⁵⁸ Se deja entre comillas porque anteriormente quedó demostrado que no hubo una llegada como tal, sino un incremento de las noticias de farándula.

modificado cierto aspecto de la información cultural. Ya quedó claro que los criterios de relevancia en las secciones culturales de la prensa escrita dejaron de ser más “periodísticos” (es decir, regidos principalmente por los criterios básicos como actualidad y calidad) y pasaron a prestarle más atención a la economía y la masividad. Como vimos previamente, esto podría estar influido, más que por las prácticas de los periodistas que se han mantenido en el tiempo, por una tendencia de la sociedad misma.

Así, hay un claro vínculo entre sociedad, políticas culturales, mercado y periodismo cultural. Por lo tanto, se puede decir que éste último no está en crisis ni en deuda, sino que se ha acoplado y es funcional a este sistema. Por ejemplo, según la última encuesta del CNCA, el 66,7%⁵⁹ de la población considera que hoy es más fácil acceder a bienes y servicios culturales que hace cinco años, sin embargo, el 60,2%⁶⁰ de la gente presenta un consumo cultural bajo, es decir, no consumen otros bienes culturales aparte de la radio y la televisión. De esta manera, se podría decir que el acceso ha mejorado porque se han masificado estos medios de comunicación, quienes además marcan las pautas de las páginas culturales.

En este punto, se puede afirmar que si hay que hablar de crisis no es del periodismo cultural, sino de la cultura en general. El periodista de La Tercera, Rodrigo González está de acuerdo con esto y opina que “Chile es culturalmente un poco chato, entonces el periodismo también va por ahí, es un reflejo del país”. En otras palabras, si la noción de cultura ligada a los eventos y productos culturales que deben ser consumidos como mercancía es promovida por el mismo Estado, no es de extrañarse que la prensa escrita haga eco de esto.

⁵⁹ CONSEJO Nacional de la Cultura y las Artes. 2009. *Op. cit.* Pág. 7

⁶⁰ CONSEJO Nacional de la Cultura y las Artes. 2004. *Op. cit.*

En consecuencia, las industrias provocan una valorización de los productos culturales según sus volúmenes ingentes de producción y las actitudes de consumo⁶¹. El valor artístico pasa a ser medido en cuanto a gusto popular y en cuán rápido se agote el *stock*, la estética queda de lado y el mercado da un paso al frente. Pero, las prácticas periodísticas no son las culpables de esto, éstas siguen operando como siempre lo han hecho. Es el periodismo el que se adapta y, por supuesto, se deja permear por el entorno; “donde los creadores y productores ofertan y los clientes consumen, la cultura entendida como escenario, butaca y ticket para la *buena vida*”⁶².

Es así que la periodista y crítica peruana Lichi Garland se atrevió a comparar al periodismo cultural con el Catoblepas, ser imaginario que el escritor Jorge Luis Borges describe como “una fiera de tamaño mediano y de andar perezoso. La cabeza es notablemente pesada y al animal le da mucho trabajo llevarla, siempre se inclina hacia la tierra”. Garland explica que se puede acusar al periodismo cultural de ser cómplice de “perversiones mercantiles” y que “argumentar que eso es lo que le gusta a la gente y que hay que vender, es perpetuar la identidad del Catoblepas. Habría que cambiar nuestro perfil historicista anclado en el así son las cosas y nada se puede en contra, por el afán de construir las instituciones de acuerdo a nuestros propósitos y deseos”⁶³.

De esta forma, vemos que las páginas culturales cada vez más se asemejan a los escaparates de las tiendas, salvo que en vez de algo tangible se ofrecen titulares. La noticia no tiene un valor en sí misma, sino aquel que el lector pueda pagar, es decir, el periodismo cultural se termina escribiendo en clave empresarial donde se ofertan los productos, transformándose finalmente en el mejor aliado y amigo del mercado.

⁶¹ STANGE, Hans. Crítica y mercado. Pág. 6. Texto inédito. Chile, 2007.

⁶² RUBIANO, Elkin. *Op. cit.* Pág. 18.

⁶³ GARLAND, Lichi. El periodismo cultural es un Catoblepas. 2006. [en línea]

<http://vistaflaca.blogspot.com/2006/12/el-periodismo-cultural-es-un-catoblepas.html>

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

Libros

- Leñero, V. y Marín, C. (1986). *Manual de periodismo*. Buenos Aires: Grijalbo.
- León García, J. (2004). *La relación entre los periodistas y sus fuentes. Un abrebocas para la discusión*. Bogotá: Proyecto Antonio Nariño.
- Rivera, Jorge. (1995). *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Rodríguez Pastoriza, F. (2006). *Periodismo cultural*. Madrid: Síntesis.
- Stange, H. y Salinas, C. (2009). *Rutinas periodísticas. Discusión y trayectos teóricos sobre el concepto de estudio en la prensa chilena*. Santiago: Centro de Estudios de la Comunicación Universidad de Chile.
- Tubau, I. (1982). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Madrid: ATE.
- Williams, R. (1981). *Sociología de la comunicación y el arte*. Madrid: Paidós.

Artículos en revistas y compilaciones

- Busquet Durán, J. (2006). "Reflexiones en torno a la concepción humanista y antropológica de la cultura". *Revista Questiones Publicitarias*. Grupo de Investigación de Métodos, Análisis y Estrategias de la Comunicación Empresarial e Institucional (MAECEI)
- Gumucio, R. (2010). "Periodismo cultural". *Revista De Libros*. El Mercurio.

- Negretti Depablos, J. (2005). "Definir y decidir: políticas culturales frente a la emergencia de lo contemporáneo". *Revista Léxicos* N°6. Universidad Central de Venezuela.
- Otano, R. y Sunkel, G. (2003). "Libertad de los periodistas en los medios". *Revista Comunicación y Medios* N°14. Universidad de Chile.
- Pessagno Barrello, Z. (2009). "Esto es sólo para quienes les interese la farándula...". *Crónica Digital*.
- Ramírez, P. (1995). "Rutinas periodísticas en los medios chilenos: una transición incompleta". *Cuadernos de Información* N°10. Pontificia Universidad Católica de Chile.
- Rubiano, E. (2006). "Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural". *Revista Tabula Rasa* N°5. Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Stange, H. (2007). "Crítica y mercado". *Inédito*.
- Villa, M. (2000). "Una aproximación teórica al periodismo cultural". *Revista Latina de Comunicación Social* N°35. Universidad de La Laguna.
- Wolf, M. (1997). "Los emisores de noticias en la investigación sobre la comunicación". *Revista Zer* N°3. Universidad de Navarra.

Artículos en línea

- Bravo Regidor, C. (2009). "Periodismo de trascendidos". *Blog Conversación Pública* en <<http://conversacionpublica.blogspot.com>>
- Brunner, J. (2005). "Con ojos desapasionados... (Ensayo sobre la cultura en el mercado)". Foro de Educar Chile en <<http://mt.educarchile.cl>>
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2010). "Funciones del Consejo". Página web oficial en <<http://www.consejodelacultura.cl>>
- Garland, L. (2006). "El periodismo cultural es un Catoblepas". *Blog La Vista*

Flaca en <<http://vistaflaca.blogspot.com>>

- Mercado, J. (2007). "El periodismo cultural como instrumento de navegación". *Blog José Noé Mercado* en <<http://josenoemercado.blogspot.com>>

Tesis universitarias

- Barrera, K., Durán, D., Escobar, F. y García, M. (2006). *El periodismo cultural independiente en Chile durante la transición; el caso de Noreste, Rocinante y Revista de Crítica Cultural*. Memoria de título de periodista. Dir.: X. Póo. Universidad de Chile.
- Nunes, P. (2003). *La apuesta que se transformó en fenómeno*. Memoria de licenciatura en comunicación social y título de periodista. Dir.: A. Catalán. Universidad del Desarrollo.

Documentos

- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes. (2003). *Chile quiere más cultura. Definiciones de política cultural 2005-2010*.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes (2009). *Encuesta nacional de participación y consumo cultural*.
- Consejo Nacional de la Cultura y las Artes y Convenio Andrés Bello (2003). *Impacto de la cultura en la economía. Participación de algunas actividades culturales en el PIB. Indicadores y fuentes disponibles*.

ENTREVISTAS

- Bozzo, Luis. Reportero gráfico, La Cuarta (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el viernes 11 de septiembre de 2009 a las 09:00 horas.
- Braithwaite, Andrés. Editor de Cultura, Las Últimas Noticias (periodo 1995-2000). Entrevista realizada el miércoles 14 de octubre de 2009 a las 17:00 horas.
- Castillo, Rodrigo. Periodista de Cultura, Las Últimas Noticias (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el viernes 30 de octubre de 2009 a las 11:30 horas.
- Fasola, Franco. Subeditor de Cultura, La Nación (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el martes 6 de octubre a las 16:30 horas.
- Fuentealba, Marcela. Periodista de Magazine, El Metropolitano (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el martes 10 de noviembre de 2009 a las 16:00 horas.
- García, Marisol. Periodista de Cultura, La Época (periodo 1995-2000). Entrevista realizada el viernes 11 de septiembre de 2009 a las 16:00 horas.
- González, Rodrigo. Periodista de Cultura, La Tercera (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el martes 15 de septiembre de 2009 a las 11:30 horas.
- Haltenhoff, William. Periodista de Cultura, La Nación (periodo 1995-2005). Entrevista realizada el lunes 19 de octubre de 2009 a las 17:00 horas.
- Hoppe, Alejandro. Reportero gráfico, El Metropolitano (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el martes 13 de octubre de 2009 a las 18:00 horas.
- Ibacache, Javier. Editor de Magazine, El Metropolitano (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el martes 20 de octubre de 2009 a las 14:30 horas.

- Lara, Carolina. Periodista de Actividad Cultural, El Mercurio (periodo 1995-2000). Entrevista realizada el viernes 13 de noviembre de 2009 a las 16:00 horas.
- Lolas, Jazmín. Periodista de Cultura, Las Últimas Noticias (2000-2005). Entrevista realizada el lunes 14 de septiembre de 2009 a las 12:30 horas.
- Morales, Rolando. Reportero Gráfico, La Tercera (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el viernes 11 de septiembre de 2009 a las 11:00 horas.
- Ponce de León, Susana. Editora de Actividad Cultural, El Mercurio (periodo 1995-2000). Entrevista realizada el lunes 28 de septiembre de 2009 a las 16:30 horas.
- Póo, Ximena. Periodista de Cultura, La Época (periodo 1995-2000). Entrevista realizada el lunes 7 de septiembre de 2009 a las 12:00 horas.
- Quiroz, Rodrigo. Editor de Cultura, La Nación (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el viernes 30 de septiembre de 2009 a las 16:00 horas.
- Ruiz, Carolina. Periodista de Espectáculos, La Cuarta (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el martes 20 de octubre de 2009 a las 12:00 horas.
- Salas, Jaime. Periodista de Espectáculos, La Cuarta (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el lunes 19 de octubre de 2009 a las 11:00 horas.
- Villanueva, Ximena. Periodista de Magazine, El Metropolitano (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el lunes 20 de septiembre de 2009 a las 17:00 horas.
- Villegas, Jimena. Editora de Espectáculos, El Mercurio (periodo 2000-2005). Entrevista realizada el martes 29 de septiembre de 2009 a las 16:30 horas.

Anexos