



## **LA REPRESENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TEATRAL EN EL DIARIO EL MERCURIO (2015-2016)**

**UNA APLICACIÓN DE PROPUESTA INTERPOIÉTICA PARA COMPRENDER LOS  
FACTORES QUE DETERMINAN LA PAUTA DE EL MERCURIO EN LA COBERTURA DE  
LA ACTIVIDAD TEATRAL**

Autor: Rodrigo Canales  
Prof. guía: M<sup>a</sup> Eugenia Domínguez  
Tesis para optar al grado de Magíster en Comunicación Social  
2018

## AGRADECIMIENTOS

Al equipo de estudiantes que trabajó en la confección de las bases de datos: Paula Jorquera, Emilia Larenas, Paula Vásquez, Valeria Torres y Gustavo Carrasco, todos de la Escuela de Teatro UC.

A los profesores y profesoras que durante estos estudios me han abierto a textos y miradas que modificaron mis comprensiones de mundo. A María Eugenia Domínguez, que aceptó ser guía y correctora de este trabajo. A Carlos Ossandón, José Miguel Labrín y Hans Stange.

A Rolando Rebolledo, que con generosidad me permitió discutir y usar sus reflexiones en este trabajo.

A los entrevistados, que me recibieron con paciencia e hicieron un valioso aporte: Pamela López, Claudia Rojas, Eduardo Miranda, Pedro Labra y Mario Valle.

A mi familia, por supuesto: Daniela, Salvador y Octavio.

*Este abominable y voluptuoso acto que se llama leer el periódico, y gracias al cual todos los cataclismos y desgracias del universo durante las últimas veinticuatro horas, las batallas que han costado la vida de cincuenta mil hombres, los crímenes, las huelgas, las bancarrotas, los incendios, los envenenamientos, los suicidios, los divorcios, las crueles emociones del hombre de Estado y del actor, transformadas para nuestro uso personal por nosotros, que no estamos interesados en ellas, en un regalo matinal, se asocian excelentemente, de una forma particularmente excitante y tónica, a la recomendada ingestión de algunos sorbos de café con leche.*

Marcel Proust  
*Sentimientos filiales de un parricidio, 1919*

**TABLA DE CONTENIDOS**

<b>1. INTRODUCCIÓN .....</b>	<b>3</b>
<b>2. PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN .....</b>	<b>8</b>
2.1. ANTECEDENTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN	
2.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN	
2.3. PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN	
2.4. OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN	
2.5. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN	
<b>3. MARCO TEÓRICO .....</b>	<b>17</b>
3.1. MEDIOS TRADICIONALES Y MEDIOS ELECTRÓNICOS	
3.2. FRAMING COMO ENFOQUE	
3.3. SIMULACROS Y MEDIOS	
3.4. DE BOURDIEU A LUHMANN EN LA ESTRUCTURA CONCEPTUAL	
3.5. FUNCIÓN DE DIVERSIÓN DE LOS MEDIOS	
<b>4. ENFOQUE METODOLÓGICO .....</b>	<b>27</b>
4.1. ENFOQUE METODOLÓGICO	
4.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN	
4.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN	
4.4 MUESTRA	
4.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN	

4.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS	
4.7. ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN	
<b>5. CARACTERIZACIÓN DE LA COBERTURA DE LA ACTIVIDAD TEATRAL DADA POR EL MERCURIO .....</b>	<b>35</b>
5.1. CONSIDERACIONES GENERALES	
5.2. DESCRIPCIÓN DEL UNIVERSO	
5.3. HALLAZGOS PRINCIPALES Y DATOS RELEVANTES	
5.4. DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL CORPUS DE INVESTIGACIÓN	
<b>6. FACTORES INCIDENTES EN DECISIONES EDITORIALES SOBRE EL CORPUS.....</b>	<b>69</b>
6.1. DIMENSIÓN INSTITUCIONAL	
6.2. ESPECTACULARIDAD E INTERNACIONALIZACIÓN	
6.3. RELACIONES PERSONALES: PORTADORES DE PODER	
<b>7. RELACIÓN ENTRE EL MERCURIO Y EL SECTOR TEATRAL: PROPUESTA INTERPOIÉTICA PARA SU DESCRIPCIÓN.....</b>	<b>80</b>
7.1. DIMENSIONES INTERNAS	
7.2. ESPECTACULARIDAD, INDUSTRIA Y ENTORNO	
7.3. INTERPOIESIS: INTERCAMBIO, RETRIBUCIÓN Y AGENCIA	
<b>8. CONCLUSIONES: RELACIONES, TENSIONES, COLABORACIONES Y NEGOCIACIONES.....</b>	<b>91</b>
8.1. DISCUSIÓN	
8.2. CONCLUSIONES	

8.3. LIMITACIONES Y PROYECCIONES

9. REFERENCIAS ..... 101

ANEXOS .....103

A. ENTREVISTAS

B. EJEMPLO BASE DE DATOS: 20 REGISTROS

## 1. INTRODUCCIÓN

La actividad teatral ha sido problematizada muchas veces desde ángulos que abordan sus contenidos y sus procedimientos escénicos, así como desde la relación que se establece a partir de esos puntos —de carácter artístico— con los ejes que se articulan, especialmente desde una perspectiva histórica. Esta dicotomía es la señalada desde el campo de los estudios culturales, donde se identifican dos vías para comprender el teatro, siendo una la que “aboga por una comprensión amplia de este fenómeno y otro que lo piensa como algo privativo del medio teatral” (Martínez, 2013, p.80). En esa polaridad, nos inclinamos por ver el fenómeno teatral en vinculación con la actividad social, situándonos específicamente en su fase de comunicación o representación ante el público. Sin embargo, existe poca documentación e investigación en torno a las vías que encuentra el teatro para comunicar su existencia, es decir hay escasa información respecto de la relación que se establece desde el teatro, como disciplina y manifestación artística, con los medios de comunicación. Ese es el espacio desde donde planteamos esta propuesta investigativa. Para ello, tomamos como objeto de observación un medio en particular, haciendo una caracterización que pretende dar cuenta de lo que sucede actualmente en esa relación.

En las páginas que siguen, daremos una mirada en profundidad respecto del comportamiento de El Mercurio y la cobertura que entrega a la actividad teatral, en la actualidad (2015-2016).

Para llevar a cabo esta tarea partimos de algunos supuestos que debíamos confirmar o descartar con el detalle de lo investigado. Para bosquejar un estado general de la situación, nos basamos en el conocimiento y participación del autor en el sector señalado. Con trabajos en el área, relacionados a la

creación, producción, investigación y docencia desde el año 2000, se pudo configurar un escenario de posibilidades en una línea histórica de base.

Durante el diseño de la investigación no se dejó de lado la mirada general sobre el objeto de estudio, lo que incluyó una revisión de sus condiciones de formación y participación en el ambiente político y social. El origen situado en la oligarquía nacional, la tradición forjada por el diario por su data de fundación, la estabilidad de su funcionamiento, la identificación con los sectores conservadores, son parte de las coordenadas que fueron consideradas, con idea de delimitar el objeto y ver su influencia en el sector en el que nos centramos actualmente. Estas ideas se sustentaron en campos teóricos e investigativos que detallamos en el capítulo dos.

En los capítulos tres, cuatro y cinco, veremos cómo opera el diario respecto de la actividad teatral, mirando esta relación desde distintos ángulos.

Para la segunda fase de investigación, que tenía por finalidad caracterizar el comportamiento del periódico, se hizo un trabajo de revisión bibliográfica que se centró en los años 2015 y 2016 de modo de obtener una instantánea actualizada de la conducta del diario. Desde un punto de vista cuantitativo, se recogieron y sistematizaron cerca de 1200 recortes de distinta naturaleza, publicados por El Mercurio lo que ratificó una de las principales premisas de investigación en cuanto a la importancia que le entrega el diario a la actividad teatral. Para esta fase, el investigador recurrió a un equipo de ayudantes, estudiantes de pregrado de la Universidad Católica de Chile a través de un concurso habilitado para profesores de esa casa de estudios.

Hay distintos cruces que pudimos realizar a partir de los datos recogidos, los que fueron posibles después de desarrollar una descripción acabada del comportamiento de El Mercurio en cuanto a la actividad teatral, fase que



derivó en la definición de un corpus de investigación, centrado en los ejes mandantes de esta cobertura.

Para completar la etapa de descripción, realizamos en una serie de entrevistas a informantes clave que pudieran aportar más información de índole cualitativa enfocados en la porción que necesitábamos desglosar. Estas entrevistas estuvieron dirigidas a determinar el flujo de la información referida a la actividad teatral que sí aparece en el corpus investigativo, de modo de encontrar cuáles son los factores incidentes en esta relación y cómo estos se vinculan entre sí.

La presente investigación, durante su desarrollo, ha sido una posibilidad de objetivar un medio sobre el que se cuelgan distintos carteles, los que muchas veces van más allá de lo que realmente se puede operar dentro de una organización de este nivel de complejidad. Con todo, también ha servido para encontrar una serie de parámetros que sí lo ubican dentro de un sistema de relaciones que responde a una historia y a una cadena ideológica que coincide con algunas de las ideas pre-establecidas que recaen sobre este periódico.

En la fase de conclusiones –capítulo 6–, relacionamos una serie de conceptos que se derivan de la recopilación bibliográfica, pudiendo establecer un domicilio social del segmento estudiado que dialoga, negocia y transa dentro de un campo de relaciones que se encuentra en disputa. Aquí apelaremos a ideas enunciadas por autores como Bourdieu y Debord, entre otros, para comprender la esencia de nuestro objeto. Dada la caracterización realizada, la descripción de los factores incidentes en la pauta y la relación de los distintos intervinientes, también vamos a aplicar en el análisis el concepto de “interpoiesis” que ha sido acuñado por el matemático chileno Rolando Rebolledo, que a su vez se toma de la conceptualización de “autopoiesis” que hicieron los profesores Maturana y Varela, y que dio pie -entre otras cosas- a la famosa y discutida propuesta del profesor Niklas Luhmann. Las relaciones que

se pueden establecer entre estos autores puede aparecer como fuente de conflictos teóricos, especialmente cuando se hagan dialogar las visiones de derivadas de Luhmann y Bourdieu, que habitualmente se mantienen en terrenos separados. Sin embargo, el uso de ambas fuentes para la descripción de un objeto social es un ejercicio que se encuentra validado, asunto que abordaremos con mayor profundidad en el capítulo dedicado al marco teórico. La invitación es a no encender las alarmas, considerando además que ambos autores, como los otros citados, construyen un camino de comprensión en torno a nuestro objeto de estudio que permitió aplicar el aporte del profesor Rebolledo.

El concepto de interpoiesis ha sido fundamental para elaborar una descripción capaz de comprender el funcionamiento de El Mercurio en el campo que abordamos, pues no existe una independencia institucional del diario respecto de su entorno, lo que abre una esfera de negociaciones y transacciones que se explican bien dentro de este entendimiento.

De todas formas, a modo general, podemos adelantar aquí que El Mercurio, pese al contexto de multiplicación de medios y supuesta democratización de los productores de información, mantiene un nivel de influencia que es reconocida por los distintos participantes de la actividad, especialmente en su peso simbólico. Incluso más, hay una suerte de acoplamiento entre la propuesta editorial del Mercurio con los comportamientos comunicacionales que han ido depurando los espacios y agentes artísticos. Veremos, entonces, cuáles son las lógicas y condiciones que operan actualmente para que ciertas producciones entren en la dinámica de publicación de El Mercurio y cuáles son los elementos excluidos en esta construcción, que de alguna manera refleja una hegemonía cultural vigente.

## 2. PRESENTACIÓN DE LA INVESTIGACIÓN

### 2.1. ANTECEDENTES GENERALES DE LA INVESTIGACIÓN

La actividad teatral en Chile se remonta a la constitución misma de la república. Recién instaurada la independencia, O'Higgins mandó a construir un teatro en terrenos donde hoy se ubica el palacio de tribunales. Es un dato anecdótico, pero al mismo tiempo es una señal que ubica las artes de la representación en un lugar estratégico respecto del desarrollo del país, vinculándose con la construcción política y artística de modos equivalentes. Esa conexión con otros sistemas sociales ha tenido diferentes ritmos en los poco más de 200 años de vida independiente del país, siendo la historia teatral chilena una alternativa que permite también narrar la historia de Chile. Este ejercicio se ha realizado en algunas ocasiones (ver Aguirre, Piña, Hurtado, Carvajal & VanDiest, entre otros autores que se han ocupado del tema), tanto en términos de análisis de contenido, puestas en escena o relación con la institucionalidad, donde se configuran indicadores de la dirección social, política, económica y cultural que adopta el país en diferentes épocas.

De este modo, entendiendo el teatro como fenómeno incrustado en la narración y construcción social, es importante prestar atención a la representación que se hace de su actividad en la prensa, pues ello no sólo encierra una opción de cómo se narra la historia del país, sino que construye el imaginario del teatro y del arte frente a la comunidad ampliada. La cobertura periodística de la actividad teatral no es un asunto que compete exclusivamente a los creadores, gestores y públicos, sino que es una huella sobre la que se puede investigar. El tamaño de esa huella, su espesor social, el color político, son factores que se encuentran poco documentados respecto de otras zonas de desarrollo social, aunque en esta investigación se recogerá una

publicación del profesor Rodríguez-Plaza (2011) que plantea algunas interrogantes en el área, especialmente en torno a la crítica teatral.

Actualmente el panorama teatral es complejo. La diversificación de espectáculos y una capacidad de producción creciente en los últimos 15 años, hace que nos enfrentemos a una cartelera dinámica y nutrida, como no se había registrado nunca antes en la historia del teatro chileno. Dada esta explosión de actividad, desde hace al menos diez años que ya no existe un registro oficial de estrenos en salas nacionales. Tampoco existe un registro completo de los espacios no convencionales que se usan habitualmente para presentar obras, y las salas tradicionales que cierran y se abren según los vaivenes económicos, muchas veces cambian de dueños y nombre dejando vacíos de información para los investigadores teatrales.

Parece existir un campo favorable para el desarrollo teatral. Las escuelas de teatro se multiplicaron desde el fin de la dictadura, pasando de 5 en 1992 a 35 en el 2007. Actualmente hay 25 escuelas de pregrado ligadas al teatro y se ha abierto un campo muy prometedor con cinco escuelas que ofrecen posgrado. Dentro de las artes escénicas –donde se cuentan la danza, el circo, la ópera, el ballet y la danza folclórica–, el teatro concentra la producción de espectáculos de manera muy importante, lo que se refleja en presupuestos estatales comparativamente muy superiores para el fomento de la creación e investigación en el campo del teatro. Lo mismo sucede, siempre de manera comparada con las otras artes escénicas, con el público: el teatro se lleva casi el 60% del público asistente a los espectáculos (CNCA-INE, 2014).

En otras áreas de desarrollo, el teatro tiene un avance muy superior respecto de sus parientes escénicos. Cuenta con un sindicato bien organizado (Sidarte) y una organización gremial (ChileActores) que velan por los derechos de sus asociados y ejercen presión en el sistema para relevar la actividad. En línea

con la historia del teatro en Chile, los actores son figuras que pueden llegar a ser valoradas en términos sociales de manera muy importante.

En los últimos años el sistema de mercado ha explotado la imagen de determinados actores para la promoción de sus productos, y también se ve regularmente cómo algunos actores aprovechan su capital simbólico para pasar a la actividad política, transformándose en diputados o alcaldes. El carácter estelar de las figuras artísticas, identificado de modo temprano como *Star system* en el capítulo Industria Cultural del conocido libro *La dialéctica de la Ilustración de 1947* (Horkheimer & Adorno, 1998), ha tomado relevancia en el contexto social en los últimos 20 años gracias a la consolidación de la industria de la comunicación de modo masivo, además de una imposición sin contrapeso de un sistema económico que aprovecha como herramienta a las figuras mediáticas.

Mirado desde este prisma, el teatro en Chile tiene una salud robusta y puede ser considerado como un subsistema complejo, con organizaciones capaces de imponer algunos términos frente a otros grupos de interés. Sin embargo, no hay que perder la perspectiva general. El teatro se encuentra en la parcela de la creación artística y como tal ocupa un espacio postergado de las prioridades sociales. El llamado "mundo privado", particulares y empresas, llevan varios años alejados de la actividad teatral en su conjunto, abriendo escasos puentes de financiamiento ligados a proyectos puntuales y selectivos. De este modo, es el Estado el que se hace cargo de las estrategias de promoción de la actividad teatral. Para eso destina recursos que se concentran en fondos concursables, que se dividen entre todos los sectores de desarrollo artístico. Estos recursos representan cerca del 0,2% del presupuesto nacional. A su vez, el Estado

destina para el funcionamiento del Consejo de la Cultura y las Artes (CNCA)<sup>1</sup>, único órgano mandatado exclusivamente al desarrollo de las artes en la cultura, el 0,4% del presupuesto del país<sup>2</sup>. Para comprender la dimensión de estas cifras, se debe tomar en cuenta que la actividad teatral no se financia con la venta de entradas, las que muchas veces se venden bajo la línea de costo, por lo que los fondos estatales son, la mayor parte del tiempo, la única opción de financiar el trabajo creativo. Esta realidad genera un estado de agotamiento en el sector teatral, que ve cómo sus miembros activos normalizan una política de pluriempleo para sustentar sus gastos vitales. En el desarrollo de proyectos teatrales, cuando no se accede a fondos estatales, se aplican estrategias alternativas para obtener financiamientos mínimos, las que muchas veces se sostienen en la subvención de hecho que se hace a través del no cobro de las horas de trabajo de los propios artistas o con aportes pecuniarios directos de los realizadores que quedan en una zona de costos hundidos<sup>3</sup>.

## 2.2. DELIMITACIÓN DEL PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN

Dentro del panorama general ya descrito, que sitúa de manera rápida el objeto social del teatro en los diferentes terrenos en los que se mueve, el

---

<sup>1</sup> A partir del año 2018 se puso en marcha una nueva institucionalidad con la creación del Ministerio de las Culturas, las Artes y el Patrimonio, lo que fusionó al Consejo con la DIBAM y otras instituciones, lo que puede implicar una variación de las cifras expresadas en este apartado.

<sup>2</sup> Para información actualizada al respecto, se sugiere visitar el sitio <http://www.observatoriopoliticasculturales.cl> que hace seguimiento de las partidas presupuestarias año a año en base a las informaciones públicas de la Dirección de Presupuesto (Dipres) y del Senado de la República. Para el año 2019, la partida en cultura vuelve a representar el 0,4% del presupuesto nacional, si bien tuvo un aumento global de 3% respecto del año anterior.

<sup>3</sup> Para más información respecto de estos puntos ver "El escenario del trabajador cultural en Chile" (2016), publicado por Proyecto Trama con financiamiento de la Comunidad Europea. Versión descargable en <http://www.proyectotrama.cl/documentos/>

problema de la comunicación de la actividad teatral es vital para alcanzar algún grado de sostenibilidad. Las alternativas de difusión son escasas para la actividad cultural en general, regla de la que no escapa el teatro. A pesar de que han surgido medios alternativos, habitualmente sustentados en plataformas digitales, su estabilidad es precaria y su grado de influencia y efectividad es muy relativa. Los medios tradicionales aún ocupan un espacio relevante para la difusión de la actividad teatral, a pesar de que para muchos creadores parecen espacios lejanos y poco inclusivos con sus propuestas. Los motivos de esta percepción respecto de los medios tradicionales (aquellos con cobertura nacional y estables en el tiempo), son variados y merecen un análisis más profundo en una investigación que aborde específicamente ese tópico. Con todo, está documentado que el acceso de parte de compañías de teatro a medios tradicionales se encuentra limitado, así como también se sugiere la existencia de lineamientos editoriales que favorecerían determinado tipo de cobertura:

Prensa escrita, radio y televisión son un importante recurso para la difusión, pero el acceso de las compañías es muy limitado, por lo que solo las compañías más consolidadas que son gestionadas por grandes productores o los directores que han alcanzado cierto prestigio en el medio pueden lograrlo. Existe, en este sentido, una vinculación entre la línea editorial de los medios y el tipo de teatro que difunden. En cualquier caso, el espacio de los medios dedicados a la actividad teatral es reducido y en ocasiones la única forma de aparecer es con publicidad pagada (CNCA-INE, 2014, pp.149-150)

Sin embargo, también es destacable que la mayor parte de los medios tradicionales mantengan un interés constante respecto de la actividad teatral. Como señalamos más arriba, la figura de los actores sigue siendo un elemento muy atractivo cuando se trata de figuras públicas reconocidas, especialmente en los tiempos actuales donde el dominio de la cultura *massmedia* —donde se

inscriben cine, televisión y espectáculos musicales—, tiene un área común con la actividad teatral. Pero los medios también entregan cobertura de espectáculos y creadores que, sin ser transversalmente conocidos, han logrado validar una propuesta artística que los ubica en una posición de privilegio, al menos, entre sus pares. Por tanto, el problema de la cobertura tiene distintos ángulos por donde se puede abordar y no siempre encontrará una misma respuesta.

En este marco de bordes difusos, el caso del diario El Mercurio resulta interesante de analizar. El Mercurio se identifica con un sector tradicional de la sociedad chilena, siendo además el diario principal de una cadena de periódicos dirigidos por la familia Edwards, de profunda influencia en el destino del país, entrando frecuentemente en las discusiones de orden valórico, político, religioso y económico, lo cual se encuentra ampliamente documentado. Un ejemplo que nos permite datar y dimensionar la profundidad de la influencia de esta familia, lo encontramos en el derrocamiento del Presidente Balmaceda en 1891, levantamiento financiado en parte por la fortuna banquera de los Edwards (Pradenas, 2006, p.209).

Por el directorio del diario han circulado hombres de confianza de los Edwards, muchos de ellos ligados a las grandes fortunas del país, el poder político de derecha y la esfera militar. Este periódico “absorbe la mayor parte de la ‘torta publicitaria’. Mientras tanto, políticos, empresarios y hasta intelectuales —aunque no siempre lo confiesen— se ufanan cada vez que su nombre, sus frases o su imagen aparecen reproducidos en tinta mercurial” (Mönckeberg, 2016 p.128). Su cobertura respecto del fenómeno teatral, llama la atención por su regularidad e intensidad. Es regular por cuanto desde hace más de 50 años se registran apartados dedicados exclusivamente a este sector; y es intensa por el espacio y los recursos que destina a la cobertura: comparados con otros medios, El Mercurio hace una



inversión mayor para destacar la actividad teatral. La relación de la actividad teatral con El Mercurio es compleja, tanto más si tomamos en cuenta que el teatro “incluso en sus formas más depuradas, sigue siendo portador de un mensaje social” (Bourdieu, 2016:21). Podemos ligar este interés por dar cobertura a la actividad teatral con la necesidad de establecer ciertos parámetros artísticos válidos dentro de la sociedad, la necesidad de modelar *el gusto*, ya que según nos recuerda Bourdieu es “el gusto, una de las apuestas más vitales de las luchas que tienen lugar en el campo de la clase dominante y en el campo de la producción cultural” (Ibid. p.5), idea sobre la que volveremos más adelante.

Por su parte, el sector de agentes teatrales reconoce en El Mercurio una posibilidad de comunicar su trabajo de manera influyente, aunque es percibido como una opción difícil. La iniciativa y conducción en esta relación rara vez viene desde el sector de agentes culturales, pues no solo se encuentran desarticulados en la posibilidad de esfuerzos conjuntos, sino que es frecuente que estén “convencidos de no invertir en su práctica más que unos intereses específicos, pueden así vivirse a sí mismos como totalmente desinteresados de las funciones sociales que desempeñan y totalmente ajenos a las mismas” (Bourdieu, 2016:502), lo que no significa que muchas veces pueden ser útiles a ciertos intereses. La relación entre ambas partes tiene diferentes puntos de contacto que forman parte de esta investigación, de modo de describir la cobertura respecto de esta actividad, identificando los factores que -en apariencia- se influyen de manera mutua.

### 2.3. PREGUNTA GENERAL DE INVESTIGACIÓN

¿Cuáles son los factores que inciden en la representación de la actividad teatral entregada por El Mercurio en el periodo 2015-2016?

### 2.3.1 PREGUNTAS ESPECÍFICAS DE INVESTIGACIÓN

- ¿Cuáles son las principales características de la cobertura entregada por El Mercurio a la actividad teatral?
- ¿Cuáles son los factores que determinan las decisiones editoriales de El Mercurio en la cobertura de la actividad teatral?
- ¿Cuál es la opinión respecto de la cobertura que entrega El Mercurio de profesionales representativos asignados y de algunos profesionales activos y relevantes de esta actividad?
- ¿Cuál es la relación que se establece entre creadores y gestores teatrales activos y relevantes, y El Mercurio?

### 2.4. OBJETIVO GENERAL DE INVESTIGACIÓN

- Identificar los factores que explican la representación de la actividad teatral entregada por El Mercurio en el periodo 2015-2016.

#### 2.4.1 OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE INVESTIGACIÓN

- Caracterizar la cobertura vigente en El Mercurio en torno de la actividad teatral.
- Describir los factores que determinan las decisiones editoriales de El Mercurio en la cobertura de la actividad teatral.
- Conocer la opinión respecto de la cobertura que entrega El Mercurio de los profesionales asignados y de algunos profesionales activos y relevantes de esta actividad.
- Describir la relación que se establece entre creadores y gestores teatrales activos y relevantes, y El Mercurio

### 2.5. HIPÓTESIS DE INVESTIGACIÓN

La representación de la actividad teatral en El Mercurio responde al marco ideológico del medio y a la hegemonía cultural y económica vigente, lo que explicaría sus decisiones editoriales.

*VI*: Estructuras de poder vigentes en Chile. *VD*: Actividad teatral representada en El Mercurio.

### 3. MARCO TEÓRICO

En este apartado abordaremos los enfoques teóricos principales que guían las distintas fases de la investigación, los que se mueven en —al menos— dos planos. Por una parte nos encontramos con las definiciones teóricas que sustentan las decisiones prácticas en torno a la investigación, como son la pertinencia del análisis del objeto, la construcción de las herramientas de recogida de datos y los puntos de anclaje para analizarlos. Por otra parte, en la medida que la discusión que arrojó la observación del objeto fue tornándose más compleja, se incorporaron elementos de comprensión que dieron densidad al cuerpo teórico. Los límites entre un área y otra no son exactos y definidos, sino que se trata de contornos difusos que permiten el intercambio y comparten elementos. Del mismo modo, la incorporación de conceptos que permiten —a nuestro entender— dar cuenta del objeto observado con más detalle, puede dar pie a discusiones casi de carácter ontológico, pues se podría argumentar respecto de la conveniencia de hacer convivir líneas de análisis que usualmente se manejan en cuerdas separadas. Sin embargo, estimamos que aquí presentamos antecedentes suficientes para explicar el camino por el que hemos transitado y, tal vez más importante, que aportan a la comprensión de un fenómeno comunicativo poco estudiado en nuestro país.

#### 3.1. MEDIOS TRADICIONALES Y MEDIOS ELECTRÓNICOS

Para efectos de esta investigación, entenderemos como “medios tradicionales” aquellos que definieron su soporte previo a la explosión de las tecnologías digitales. Tomando en cuenta que nuestra fuente de análisis —El Mercurio— es un diario de papel, debemos dimensionar correctamente la influencia de los medios tradicionales en un contexto tecnologizado de flujo de la información. Se ha extendido la idea de que los medios tradicionales, dentro de los cuales

se encuentra la prensa con soporte papel, han perdido su peso e influencia en un escenario donde los productores de información se multiplican y acceden a plataformas de difusión que son, en apariencia, más democráticas. Si tomáramos esto por cierto, no tendría mucho valor hacer un esfuerzo investigativo como el que proponemos, pues el rango de agencia que puede ejercer un diario como El Mercurio sería muy restringido y cada vez menor. Esta idea se apoya, en buena parte, en las tasas decrecientes que tienen los medios escritos tradicionales de venta y lectoría. Los medios digitales han ocupado un espacio importante del abanico comunicacional, no cabe duda, dejando un signo de interrogación sobre el futuro de los medios tradicionales, incluyendo los impresos. Sin embargo, una mirada más detenida sobre esta realidad, nos ofrece una perspectiva diferente; como expresa Trsitán Mattelart "los medios tradicionales son los que dominan los medios digitales en el mundo" (2017). El profesor Mattelart apunta al rápido posicionamiento y reconversión de los medios tradicionales. Por una parte, instalaron completas páginas digitales que se alimentan y replican los contenidos de sus plataformas de origen, pero utilizando los códigos propios de la comunicación digital. Por otra parte, los medios tradicionales comprendieron muy pronto lo que explica Mattelart cuando señala que los grandes motores de búsqueda se han convertido en los nuevos *gatekeepers* de la información, contratando espacios prioritarios en los resultados de las búsquedas.

Los medios más grandes, al menos es el caso de El Mercurio, han hecho una lectura adecuada de los cambios de la era digital, lo que les permite conservar una posición de influencia privilegiada. En este sentido, es correcto señalar que en el año 2000 El Mercurio, por iniciativa de su dueño Agustín Edwards Eastman, puso en pie "una serie de firmas para operar en el mundo digital" (Mönckeberg, 2016, p.137), entre las que se contaba la empresa Servicios Informativos Emol S.A., cara visible del diario en la web, aunque se

maneja como empresa distinta con equipos periodísticos diferentes hasta el día de hoy, situación que será considerada más adelante. Esta reconversión no implica la mudanza definitiva del soporte comunicacional pues, como señala el profesor Carlos Ossandón, existe una porción de público que necesita aún que le presenten la información de modo organizado, y que por tanto prefiere la estructura de la edición impresa. Esto puede responder a lo que se define como la *cultura de los medios*, que se caracteriza "como el espacio de aparición en la modernidad tardía, no sólo en el sentido de lugar en que *el mundo aparece*, sino también en el sentido que la *aparición (el hecho de aparecer) como tal* constituye ese mundo" (Silverstone, 2010, p.51).

El rendimiento que tienen los medios digitales también ha sido tema de análisis por parte de expertos en comunicación en las principales plazas del planeta. Han surgido voces que cuestionan su posicionamiento como elemento sustitutivo del soporte impreso, tomando en cuenta que los pronósticos que anunciaban la extinción de los diarios en papel han debido posponerse ya varias veces en las últimas dos décadas. En este sentido, es interesante escuchar la propuesta de la profesora Iris Chyi (2018) cuando señala que "El diario digital no logra ser percibido como un producto que está a la altura del diario impreso" (¶10), o bien cuando nos hace ver que:

más de 25 años después del inicio de aquella transformación, la mayor parte de los ingresos de los diarios todavía proviene del papel. Ante este dato concreto de la realidad, las empresas tienen dos caminos: continuar con la transformación o repensar su estrategia. (¶3)

Chyi & Chadha (2012) ya habían señalado que "si bien las nuevas tecnologías parecen prometedoras y posiblemente contengan algunas soluciones efectivas

para la apremiada industria de noticias, los medios tradicionales o de herencia, seguirán desempeñando un papel importante en el suministro de noticias al consumidor interesado”<sup>4</sup> (p.443).

Por tanto, al menos en el mediano plazo, se puede afirmar que los distintos soportes se mantendrán y se retroalimentarán, pues por una parte *constituyen el mundo* de sus receptores y, por otra, no es evidente que los nuevos soportes hayan conseguido un nivel similar de penetración y prestigio, como tampoco se han transformado en el un pilar económico para las casa informativas.

### 3.2. FRAMING COMO ENFOQUE

Para hacer un primer acercamiento a los datos, y como una forma de organizar la recogida, utilizaremos la teoría del *Framing* o Encuadre. Esta teoría se presenta en la década de 1970 (Goffman) como una mirada que complejiza el fenómeno comunicacional. Definiremos *Framing* en función de esta investigación, pues una confusión teórica al respecto nos llevará a un intercambio de términos que pueden desviar el sentido de la investigación, o como señala Aruguete (2011) “las consecuencias de esta carencia teórica van desde a utilización indistinta de los términos '*agenda setting*', '*priming*' y '*framing*', o la definición de '*framing*' como la extensión de un establecimiento de agenda" (p.70).

En este sentido, revisamos las principales definiciones al respecto planteadas en torno al concepto, dando una mirada a la idea inicial de Goffman, visitando los aportes de Entman, Tankard, Reese y Muñiz. Justificamos determinadas decisiones investigativas por el acoplamiento que tienen algunas definiciones

---

<sup>4</sup> En el original: “*while new technologies do seem promising and may possibly hold some effective solutions for the struggling news industry, traditional or legacy media will continue to play an important role in providing news to the interested consumer*”. Traducción del autor.

con teoría social o dato duro que aportaremos en la medida que sea pertinente. Por lo pronto, a modo de base estructural, nos parece muy apropiado el enfoque de Tankard (2001) que "propone una lista de once puntos focales para medir los encuadres noticiosos. Titulares, subtítulos, fotos, epígrafe, encabezado, selección y cita de fuentes, logos, estadísticas, gráficos, afirmaciones finales y párrafos" (Aruguete, 2011, p.74). Estos son los puntos focales que utilizamos para la construcción de los instrumentos de recolección de datos y análisis de las publicaciones de El Mercurio en torno a la actividad teatral durante los años 2015 y 2016.

Más adelante, en el apartado metodológico, veremos cómo se plasma esta alternativa en la construcción de los instrumentos y en el modo de organización de los datos, lo que nos ayudará a visualizar el comportamiento del medio como una estructura que tiende a repetir ciertos patrones a fin de solidificar posiciones de privilegio.

Retomaremos por tanto, la idea de principios del siglo XX, de que los medios de comunicación ejercen una gran influencia sobre el público, centrándose en "la posibilidad de que existan ciertas influencias más complejas que modifiquen las formas de pensar y concebir el mundo sociopolítico que elaboran los individuos, sin que ellos se percaten de dicha incidencia" (Freidenberg, 2004, p.8).

### 3.3. SIMULACROS Y MEDIOS

Esta idea se vincula estrechamente con la propuesta que hace Baudrillard (1978) en relación a la construcción de simulacros, especialmente cuando se refiere a los medios de comunicación: "Es preciso pensar los *mass-media* como si fueran, en la órbita externa, una especie de código genético que conduce a la mutación de lo real en hiperreal" (p.62). Como eje estructurador, entonces,



consideraremos que la construcción de una pauta tendrá como objetivo la construcción de una nueva realidad -o una hiperrealidad- respecto del objeto analizado, que en este caso será la actividad teatral. Esta nueva construcción, está condicionada por distintas variables pero, según lo indicado por Freindenberg (2004), la principal sería la práctica económica ya que "los medios de comunicación de masas son empresas privadas que sobreviven bajo la lógica de mercado" (p.2), proponiendo luego que los consumidores de los medios no hemos avanzado mucho respecto de la alegoría de la caverna que plantea Platón, pudiendo acceder a las sombras proyectadas en la pared de una realidad que no podemos alcanzar ni conocer directamente. Estas sombras, serían las que los medios permiten que conozcamos. Esto se liga a la noción bourdiana de campo, "entendido como un conjunto de instituciones y agentes artísticos, en pugna por la imposición de categorías de percepción y valoración, formas de reconocimiento y arbitraje del gusto en materia cultural" (Carvajal & Van Diest, 2009, p.74).

#### 3.4. DE BOURDIEU A LUHMANN EN LA ESTRUCTURA CONCEPTUAL

La introducción del universo bourdiano en el edificio teórico, la hacemos desde la perspectiva del concepto de ideología en Bourdieu, que se constituye a partir de la noción de *habitus* planteada por el sociólogo francés en diálogo con el *campo*, que

opera como concepto mediador que permite superar la oposición entre lo social objetivo y lo social subjetivo (...) [y que] puede definirse como el conjunto de estructuras mentales, de categorías de percepción, pensamiento y acción que constituyen el principio unificador de las diferentes prácticas. (Mayo & Ford, 2007, ¶16).

Este conjunto de estructuras y categorías, se relacionan con una práctica pedagógica que atribuiremos a los medios de comunicación, cuya “función es la de imponer un arbitrio cultural del grupo o clase dominante” (Mayo & Ford, 2007, ¶8), para contribuir a perpetuar los esquemas y relaciones de poder, es decir en la constitución de una ideología de la clase dominante. Según Bourdieu, en la interpretación que recogemos de Ariel Mayo y Myriam Ford, el sujeto dominado “internaliza los esquemas de percepción y acción que responden a los intereses materiales y simbólicos de los grupos o clases dominantes” (ibid, ¶8), lo que produce una concordancia entre estructuras objetivas y subjetivas, permitiendo el reconocimiento del entorno social y sus divisiones como asunto incuestionable.

Sobre esta interpretación, podemos hacer un giro en la mirada y verla como un mecanismo de intercambio entre distintas esferas del edificio social, que se encuentran en alguna fase de negociación. Esta forma de abordar la perspectiva bourdiana nos remite a una posición quizás más pragmática, pero desde la que se puede obtener un buen rendimiento en la interpretación de algunos objetos sociales. Si bien concordamos en la postura de atribuir una práctica pedagógica a los medios de comunicación, y por tanto a nuestro objeto de análisis en este caso, esta operación también se ejerce en forma dialéctica con otras instituciones, que indican y marcan rumbo; o dicho de otro modo, que crean un campo y un hábitus para El Mercurio.

La identificación de distintas instituciones que se relacionan en la creación de un pacto social, nos movió a revisar las ideas de Nicklas Luhmann, donde pensamos podíamos encontrar sustrato de discusión y soluciones teóricas. Esto se presentaba como una dificultad, dado que se ha extendido la idea de incompatibilidad entre los polos reflexivos de Luhmann y Bourdieu. Sin embargo, este intento no es una novedad y ha sido cumplido por otros investigadores con distintos grados de logro. Nos apoyaremos en las

observaciones del profesor Richard Pfeilstetter de la Universidad de Sevilla, expresadas en el artículo “Bourdieu y Luhmann. Diferencias, similitudes, sinergias” (2012) que tiene como propósito “justificar el uso complementario de las teorías de Bourdieu y Luhmann como un posible marco de referencia para la investigación social” (p.490).

Se recogen en dicho documento una serie de coincidencias de las categorías analíticas utilizadas por ambos autores, demostrando la compatibilidad y coherencia de sus estructuras. Para ello, cita a una serie de autores que se han ocupado del tema, reuniendo en una misma plataforma pensamientos que se encontraban dispersos. Es así que en el trabajo de Pfeilstetter se refleja el pensamiento de Bhon cuando afirma que “la principal similitud de Bourdieu y Luhmann es pensar en la sociedad como algo operativo, un flujo y no una entidad” (p.491). Más adelante, en esta misma lógica, nos hace ver los campos de Bourdieu y los sistemas sociales de Luhmann, como sistemas complejos no lineales, ya que se introducen los factores de tiempo e incertidumbre en uno y en otro.

En torno a los individuos, Pfeilstetter indica la preocupación de ambos autores por señalar la nueva jerarquía de la vida privada como fuente de reflexión. De una parte, Bourdieu apunta a la “flexibilidad de la vida profesional y privada, promocionada por las instituciones políticas y económicas (...) en el contexto de un sistema neoliberal capitalista que se está imponiendo en todas las esferas sociales” (p.494); lo que se complementa con que “‘el peso reflexivo del individuo moderno’ y el proceso de individualización es para Luhmann el aumento de la interpenetración entre el sistema social y el psicológico” (p. 494), generando nuevos momentos de exclusión e inclusión, o bien libertades y obligaciones.

En un plano de más de fondo, se nos hace ver que Luhmann y Bourdieu “subrayan que solo la objetivación del objeto continua y relevante para el

estudio, es realmente una aportación para un mayor conocimiento y para situar el conocimiento” (p.496).

El recuento de coincidencias entre Luhmann y Bourdieu que nos muestra Pfeilstetter, aquí arriba referido en aspectos puntuales, fue un factor que vino a validar una intuición teórica que utilizamos más adelante.

Desde este punto, la investigación nos llevó a buscar conceptos complementarios que permitieran cumplir los objetivos. Otros conceptos y miradas se fueron adhiriendo al edificio conceptual, los que intentamos mantener en las esferas de acción que estaban ya dibujadas. Es así como la aparición de la interpoiesis (Rebolledo, 2012) como concepto auxiliar, que nace a partir de una mirada crítica del trabajo de Luhmann, resultara clave para la descripción de nuestro objeto.

### 3.5. FUNCIÓN DE DIVERSIÓN DE LOS MEDIOS

Otra fuente del tejido conceptual se ancló en la pregunta en torno a los medios y su función social como portadores de un discurso no exento de carga ideológica. Nos pareció relevante destacar la idea de la función de diversión que se les atribuye, a modo de válvula de liberación. Si bien estas coordenadas han sido aplicadas principalmente en el análisis de discursos políticos y movimientos sociales, dentro de las tres funciones de los medios planteadas por Lasswell (*vigilancia, correlación y transmisión de la cultura*), también se entrega importancia a la obligación de entregar información respecto de la vida diaria de los ciudadanos. En esta misión se identifica un apartado dedicado a la "diversión" o "entretenimiento", comprendido como todo aquello que se pueda incluir en la dinámica del "tiempo libre" y cuya "utilidad sería la de reducir la tensión social" (Freidenberg, p.4). Por tanto debemos suponer que la construcción de realidad respecto de la actividad

teatral en El Mercurio, además de estar bajo condicionantes económicas, tenderá a comprenderse como un medio que reduce la tensión social, funcionando como un obturador que regula el paso de fricciones propias de una sociedad dinámica. Si aceptamos que la “hipótesis esencial en el desarrollo de idea de cultura es la de que el arte de un periodo está estrecha y necesariamente relacionado con el ‘modo de vida’ dominante” (Williams, p. 119), entonces la construcción del relato de diversión por parte del diario, se inserta en un discurso que responde a una estructura vinculada al poder. Por tanto, la mirada que daremos sobre el discurso que se desprende desde el ángulo de la diversión, de manera global la supondremos relacionada a una ideología que busca ser dominante. Sin hacer un análisis de discurso que transite por los detalles de cada una de las publicaciones, nos propusimos hacer una lectura del comportamiento del medio que nos convoca, de modo de encontrar algunos puntos articuladores de su discurso que se reiteren en el tiempo. De este modo, nos conectaremos con el “método desarrollado por Foucault para analizar las dinámicas ocultas del poder [que] se llama ‘análisis de discurso’” (Balme, 2013, p.195). Es así que nos propusimos observar un objeto cultural —el Teatro— a través de su representación en un soporte ideológico, en un ejercicio dialéctico que va a comprender el concepto “cultura” también de modo doble, como lo propone Eagleton (2017): en un “sentido artístico e intelectual [que] muy bien puede entrañar innovación” y “como valores, costumbres, creencias y prácticas simbólicas en virtud de los cuales viven hombres y mujeres” (p.7).

## 4. ENFOQUE METODOLÓGICO

### 4.1. ENFOQUE METODOLÓGICO

El enfoque de la investigación será de dominancia cualitativa (inductiva, interpretativa, iterativa y recurrente), con aspectos cuantitativos complementarios y, por tanto, puede definirse como mixta. Entenderemos como una investigación de matriz cualitativa, la que se define principalmente por tres aspectos (Bruhn, 2014, pp.426-427): en primer lugar, "los estudios se enfocan en el *significado*, a la vez como objeto de estudio y como concepto explicativo"; segundo, "las investigaciones cualitativas suelen asumir que la comunicación debe examinarse, hasta donde sea posible, en sus *contextos naturalistas*"; y por último es importante asumir a "los investigadores como *sujetos interpretativos*".

Profundizando en el primer punto, cuando señalamos que la investigación cualitativa se enfoca en el "*significado*, a la vez como un objeto de estudio y como un concepto explicativo [es porque] los seres humanos interpretan cada vez más su vida, así como los sucesos extraordinarios que experimentan, a través de las tecnologías de la comunicación como algo inherentemente significativo" (Op.Cit, p.426). Esta mirada resulta valiosa para el objeto de estudio que proponemos, dado que justamente nos estamos anclando a un medio de comunicación que ofrece un enfoque predeterminado respecto de una actividad social, influyendo en el significado que pueda tener esta actividad para sus receptores y productores.

## 4.2. TIPO DE INVESTIGACIÓN

Investigación de tipo descriptivo, con el objetivo de dar cuenta de la cobertura que entrega El Mercurio a la actividad teatral y cómo este medio se acopla con los representantes de dicha actividad. De este modo, "estudiaremos detalladamente un 'microcosmos' empírico a fin de corroborar las interferencias sobre el 'macrocosmos' "(Alexander y Giesen en Bruhn, 2014, p.429). Aún considerando que nos concentraremos en la identificación de características fundamentales que nos permitan describir nuestro objeto de estudio, se debe incorporar una fase interpretativa a partir de dicho levantamiento, ya que "los estudios cualitativos se distinguen por la ubicuidad de la interpretación a través de todo el proceso investigativo" (Op.Cit. p.427).

## 4.3. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN

En el desarrollo de una investigación cualitativa, Bruhn identifica como el tercer eje que a las *técnicas*, es decir "las herramientas concretas que usan los investigadores para interactuar con el campo y documentarlo" (Op.Cit. p.429). Las técnicas a utilizar para esta investigación serán: definición del universo, revisión de la muestra, extracción y operacionalización de conceptos, entrevistas semi estructuradas.

La extracción y operacionalización se hará a través de una grilla de ingreso de datos (ver adjuntos), basada en los puntos focales de Tankard, donde hemos agregado coordenadas de identificación que permitan situar la publicación. Los trece puntos que componen la grilla son: fecha y día de publicación; sección-cuerpo; página; titular; epígrafe; encabezado; estadísticas (si/no); gráficos (si/no); imagen fotográfica (si/no); cantidad de párrafos; sujeto de publicación; afirmaciones finales.

La instancia de recogida de información a través de entrevistas en profundidad serán aplicadas a dos segmentos intervinientes en este proceso. En primer lugar, se entrevistará a lo que Bruhn llama "fuentes bien posicionadas", es decir profesionales que trabajen para el medio mencionado. Como meta, nos propusimos entrevistar al menos a tres profesionales que trabajen para el área de espectáculos de El Mercurio y que deban hacerse cargo de la cobertura de la actividad teatral (crítico, periodista, editor), de modo de conocer de primera fuente cómo perciben su propio trabajo y las condicionantes de desarrollarlo en el medio referido.

El segundo grupo de entrevistados se centrará en los productores de las informaciones primarias, o las fuentes de los profesionales del diario. Nos referimos a productores o encargados de prensa de compañías o grupos de teatro que hayan tenido una relación frecuente con El Mercurio. Fueron realizadas dos entrevistas de este grupo, que nos puedan dar una mirada complementaria respecto del comportamiento de los profesionales de El Mercurio.

Como señala Bruhn, la principal "dificultad está en que las personas no siempre dicen lo que piensan ni piensan lo que dicen" (Op.Cit. p.433), por lo que los discursos que se contienen en las entrevistas hay que tomarlos como datos que deben ser analizados para que se conviertan en verdaderas fuentes de información.

#### **4.4. MUESTRA**

Como hemos adelantado, el corpus de la investigación se forma a partir de dos fuentes principales de información. La primera, de inspiración cuantitativa, corresponde al conjunto de recortes de publicaciones que hacen alusión a la actividad teatral y que hayan aparecido en El Mercurio, en los años 2015 y



2016. El universo al que nos enfrentamos es todas las publicaciones de El Mercurio referidas a la actividad teatral. La muestra la centraremos en aquellas publicaciones aparecidas en los 2015 y 2016. El universo, tras revisión exhaustiva de los años referidos, se encuentra en torno a los 1200 recortes, los que han sido categorizados en nueve apartados según su naturaleza. El cruce de los datos que se han recopilado, entregan información relevante del comportamiento que tiene El Mercurio respecto de su cobertura de la actividad teatral. La muestra se centrará en el análisis de las publicaciones que aparecen en el Cuerpo C - Espectáculos de El Mercurio, pues representan sobre 50% de las publicaciones que hace el diario en general, siendo representativa de las distintas estrategias que tiene el periódico para expresar su línea editorial. Otros datos recogidos durante la investigación, reafirman esta posición ya que es en este segmento donde se encuentran los profesionales con una vinculación más profunda con el diario. El cronista de espectáculos, Eduardo Miranda, trabaja desde hace 12 años en la sección; el crítico, Pedro Labra, colabora desde hace 20 años; y el editor, Mario Valle, aunque tiene menos tiempo en el cargo, se encuentra conectado con la línea editorial vigente en el diario. Los tres profesionales han sido entrevistados para esta investigación y, a través de una pauta semi estructurada, han aportado informaciones que permiten completar adecuadamente el mapa del comportamiento del medio. En paralelo, el cruce de datos de los recortes, nos permiten situar algunas entidades que tienen una vinculación permanente con El Mercurio. Completamos la caracterización del medio a través de entrevistas, también semi estructuradas, con representantes del GAM y de la Fundación Teatro a Mil, en función de que ambas instituciones mantienen cobertura permanente en El Mercurio, especialmente en la muestra sobre la que decidimos hacer el análisis investigativo.

#### 4.5. TÉCNICAS DE ANÁLISIS DE INFORMACIÓN

"El análisis de datos sigue siendo el talón de Aquiles de los estudios cualitativos de los medios" (Op.Cit. p.442), dado que muchas veces deben articular una serie de datos diferentes y que a veces se encuentran en conflicto, donde ya no son suficientes algunos patrones que pueden emerger de espirales interpretativas. Los análisis de estudios cualitativos son interpretaciones y reinterpretaciones respecto de un objeto de estudio, las que deben estar justificadas dentro del mismo trabajo pues "una de las principales características de las investigaciones cualitativas es que los conceptos y términos clave se articulan y definen como parte del proceso investigativo" (Ibid).

Pese a esta dominancia de estrategias cualitativas, adoptamos una postura pragmática respecto de la recolección de datos, especialmente en la fase de revisión y extracción de datos del corpus, pues una mirada de inspiración cuantitativa respecto del periodo y los documentos que lo componen, nos resultó muy útil a la hora de analizar resultados y compararlos con los datos que pudimos recoger en los contactos directos con informantes y entrevistados.

El primer paso en la interpretación de los datos será definir los conceptos y términos clave por los que se regirá la interpretación, marcando un primer filtro de parte del investigador sobre el objeto. "Usualmente, una investigación cualitativa identifica las subseries y las secuencias de datos que se relacionan temática o estructuralmente, y que pueden señalarse para su futuro análisis sistemático y comparativo" (Op.Cit. p.443), lo que relacionamos directamente en el primer abordaje que haremos sobre el universo, donde lo seccionaremos en ambas líneas (temática y estructural), de modo de tener una visión extendida y detallada de las prioridades editoriales. Para ello usamos, como hemos mencionado, muchas de las categorías propuestas por Tankard,

pero también agregamos algunas categorías apelando a la teoría anclada "que plantea que una teoría puede y debe fundamentarse en el campo de estudio mismo, es decir, generarse mediante la constante interacción de los actores sociales y las interacciones en cuestión" (Op.Cit. p.446). De este modo tomamos conceptos desde el *framing* y desde el teatro para incluirlos en la grilla de disección, sumándolos a los puntos focales tomados de Tankard.

Estos puntos centrales se enmarcan dentro de una mirada que podríamos llamar tradicional del análisis de datos cualitativo, "que se conforma de la retórica clásica, la hermenéutica y la semiótica" (Op.Cit. p.444).

Nuestro análisis será temático y narrativo, donde se cruzan sistemas y técnicas de los estudios literarios, la antropología y la sociología: "un tipo de análisis bastante común realiza una categorización iterativa y profunda de las entrevistas, notas de campo y de otros textos a partir de su 'contenido' (...) y su 'forma'" (Op.Cit p.445).

#### 4.6. TÉCNICAS DE RECOLECCIÓN DE DATOS

Objetivo de investigación	Técnica de recolección	Insumos
1) Caracterizar la cobertura vigente en El Mercurio en torno de la actividad teatral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión Documental</li> </ul>	Recortes de prensa años 2015 y 2016 relacionadas a actividad teatral.
2) Describir los factores que determinan las decisiones editoriales de El Mercurio en la cobertura de la actividad teatral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Revisión de muestra de análisis.</li> </ul>	Muestra seleccionada respecto de universo.
3) Conocer la opinión respecto de la cobertura que entrega El Mercurio de los profesionales asignados y de los profesionales de esta actividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas con informantes claves</li> </ul>	Conceptos emergentes clave de investigación. Transcripciones
4) ¿Cuál es la relación que se establece entre creadores y gestores teatrales activos y representativos, y El Mercurio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrevistas con informantes clave.</li> <li>• Análisis temático y narrativo, identificación de subseries y secuencias.</li> </ul>	Entrevistas con informantes clave, transcripciones, grabaciones de audio.

## 4.7. ESTRATEGIAS DE ANÁLISIS DE LA INFORMACIÓN

Objetivo de investigación	Técnica de análisis de información	Insumos
1) Caracterizar la cobertura vigente en El Mercurio en torno de la actividad teatral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Selección Conceptos emergentes.</li> <li>• Categorización de conceptos.</li> </ul>	1236 recortes de prensa años 2015 y 2016 relacionadas a actividad teatral, entendida como toda noticia, crónica, servicio informativo, entrevista y publicación relacionada al contexto institucional, que diera cuenta del fenómeno teatral.
2) Describir los factores que determinan las decisiones editoriales de El Mercurio en la cobertura de la actividad teatral.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Grilla de análisis (puntos clave Tankard y de teoría anclada). Categorización iterativa.</li> </ul>	Muestra seleccionada respecto de universo, de acuerdo a criterios basados en: <ul style="list-style-type: none"> <li>- la identificación del órgano principal dentro del medio.</li> <li>- debe contener todas las categorías de publicación.</li> <li>- sus agentes operadores deben tener un vínculo estrecho con el medio de comunicación.</li> </ul>
3) Conocer la opinión respecto de la cobertura que entrega El Mercurio de los profesionales asignados y de los profesionales de esta actividad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis temático y narrativo, identificación de subseries y secuencias.</li> </ul>	Corpus definido y seccionado. Conceptos emergentes clave de investigación.
4) ¿Cuál es la relación que se establece entre creadores y gestores teatrales activos y representativos, y El Mercurio?	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Análisis temático y narrativo, identificación de subseries y secuencias.</li> </ul>	Entrevistas con informantes clave, transcripciones, grabaciones de audio.

## 5. CARACTERIZACIÓN DE LA COBERTURA DE LA ACTIVIDAD TEATRAL DADA POR EL MERCURIO

### 5.1. CONSIDERACIONES GENERALES

Para aproximarnos al objeto de El Mercurio y revisar sus publicaciones destinadas a cubrir la actividad teatral, decidimos –como primera medida– recurrir a la misma base de datos que dispone el medio para su edición impresa con acceso libre a cualquier navegante de la red. Nos parece interesante destacar que el mismo medio se preocupe de desarrollar una herramienta virtual, que reproduzca de modo íntegro las publicaciones que se han hecho desde el año 2012. Este sitio, distinto a la versión digital del mismo periódico (EMOL), se configura como un repositorio de sus publicaciones, en una dirección que potencia la imagen de institución relevante en el mundo social y político. El Mercurio, como hemos señalado, ocupa un espacio importante de influencia política y cultural, generando e impulsando distintos movimientos que se encuentran dentro de un cierto marco de acciones identificadas con planteamientos del ala conservadora de la sociedad, donde se anclan desde ideas de identidad, hasta concepciones económicas y políticas. Después de observar largamente nuestro objeto, podemos decir que El Mercurio construye su propia imagen de institución necesaria en la constitución de la sociedad chilena; no en vano se ha ganado el apodo de "el decano" de los medios escritos, por la influencia que proyecta.

En función de esta investigación, la existencia de este repositorio virtual de las ediciones en papel, fue un gran punto de partida, facilitando la revisión completa de los años en que nos enfocamos.

Sin embargo, antes de entrar en la descripción de las publicaciones y el método utilizado para lograr ese fin, es bueno comprender -aunque sea

brevemente- cómo se ha armado la configuración actual del El Mercurio. Hablamos de un periódico centenario, fundado en 1900, que se ha mantenido bajo el control de la familia Edwards, relacionándose con las principales fortunas económicas y cúpulas militares y eclesiásticas, siendo además el diario madre de una familia de papel que cubre distintos públicos, donde se suman el vespertino La Segunda y el periódico de corte popular Las Últimas Noticias (LUN). El grado de influencia de la familia Edwards se complementa con la creación de algunas fundaciones (Paz Ciudadana, País Digital) donde los directorios se conforman cuidando equilibrios políticos que garanticen influencia transversal y, al mismo tiempo, sirven de fuente de información que luego se replica en los periódicos de la cadena. A diferencia de lo que ocurría hace un siglo, la importancia de la fortuna de la familia Edwards es menor en el concierto económico local, aunque aún mantienen negocios con destacados empresarios. Actualmente, el mayor activo de la familia Edwards es el capital simbólico y de influencia que entrega el control de su diario principal.

Este modo de operar, empieza a gestarse en la segunda mitad de la década de 1980, cuando gradualmente se van desprendiendo de acciones de bancos y empresas para concentrarse en el desarrollo del periódico como actividad central. Por lo mismo, es que nos detendremos en cómo se ha llegado a la fisonomía actual que tiene El Mercurio en general, antes de exponer el comportamiento del *decano* frente a la actividad teatral.

Si bien se encuentra documentado el domicilio ideológico del periódico, convirtiéndose en un factor de peso en el desenlace del gobierno de Allende y en el desarrollo de las políticas de la dictadura, se trata de una publicación que desea entregar –a lo menos– una apariencia de imparcialidad, cuestión relevante para mantener una posición influyente. Este equilibrio es complejo de sostener, pues requiere manejar distintos factores, que no solo se

encuentran ligados a la política interna del país, sino que también se ven influenciados por cambios sociales de orden global.

De esta manera, la fisonomía actual del diario puede rastrearse desde el asentamiento de la postmodernidad, en el mundo y en Chile, en la década de 1980, coincidiendo con la decisión familiar de concentrarse de forma prioritaria en el manejo del diario. Corresponde a la década, en la parcela local, en que la dictadura de Pinochet se va a desprender de buena parte de su poder, empujados por los distintos movimientos sociales, por un desgaste del ejercicio del poder, por la presión internacional, sus propios errores de conducción, y por un diseño de transición que entregaba muchas garantías.

Comprender el concepto de postmodernidad y cómo su instalación pudo efectivamente haber modificado ciertos comportamientos editoriales, es una tarea que tiene cierta complejidad, pues como señala Subercaseaux (2011):

El término 'postmoderno' ha sido utilizado de modo polivalente o de multiuso. Está presente en la academia y en los periódicos, en la crítica literaria o artística, y hasta en las crónicas políticas o sociales. Se lo encuentra en Europa, Estados Unidos y también, aunque en menor grado, en América Latina. Se utiliza para describir una película de Almodóvar, una novela de Bryce Echeñique, el periódico The Clinic, un determinado tipo de barba, la decoración de una pieza, postura epistemológica que privilegia la conciencia pragmática frente a la utópica, el comportamiento iconoclasta frente a las jerarquías, el corte de un traje, el estilo de un edificio o incluso, a veces, en el lenguaje cotidiano para referirse a una situación inusitada que produce desconcierto. (pp.275-276)

Sin embargo, esta capacidad del término de incrustarse en diversas esferas, da cuenta de la necesidad por describir fenómenos de reciente aparición y que no cabían en la concepción moderna de lo social.

Tenemos de este modo dos factores externos a la *institución* de El Mercurio – el asentamiento de lo postmoderno y el inicio de la transición– que delimitan



su comportamiento y fisonomía editorial, los que intentaremos circunscribir al terreno del sector que estamos analizando y sobre la muestra en la que estamos trabajando.

La dictadura trajo una serie de transformaciones en el ámbito cultural que se encuentran descritas por Subercaseaux (2011) y que se mantienen como una base sobre la que se sostiene al menos una parte importante de la actividad artística. Entre las modificaciones que llegaron a anclarse, podemos reconocer el “crecimiento e inflación de la cultura de masas”, “la concepción de la cultura como un bien económico, sujeto a los vaivenes de la oferta y la demanda”, “la emergencia de una postura de reivindicaciones y derechos de la mujer y de los pueblos originarios (...) generando prácticas culturales (sobre todo literarias) con una ‘causa’” (p.264) y el surgimiento de una sensibilidad postmoderna tiene coincidencias con el horizonte internacional.

Surgen o se consolidan en la primera mitad de los 80 las figuras de la transición en materia artística, aquellos artistas que ocuparán los cargos y los privilegios de la institucionalidad de la democracia post 90. Ramón Griffero, Marco Antonio de la Parra, Ictus y Claudio di Girólamo –en el plano teatral–, Nelly Richard, Carlos Leppe, Gonzalo Díaz. Y aunque no tenían una ventana de difusión en los medios oficiales, incluso medios como El Mercurio ya los mencionaba como opciones identificadas desde un margen creativo, más que desde la oposición política. Estos pequeños gestos le permitirán al diario adaptarse a los tiempos de transición, recogiendo ciertos conceptos artísticos que se irán consolidando en los años siguientes, tales como el “uso frecuente del pastiche, de la cita y de mímica de otros discursos y estilos culturales (...), uso irreverente e iconoclasta de tramas culturales anteriores (...), rescate y privilegio de la experiencia sensual de los textos culturales” (Op.Cit. p.271), entre otros puntos que configuran la nueva escena postmoderna. De alguna manera, este cambio cultural le acomoda a la configuración arquetípica de El

Mercurio pues “el horizonte post implicaría una negación de los discursos totalizantes y teleológicos de la historia” (Op.Cit. p. 273), lo que aleja de cierta forma la expresión artística de los bloques de resistencia que tienden a agruparse en la conocida dicotomía moderna postindustrial.

El final de la dictadura, entonces, encuentra al Mercurio en una fase ya avanzada de transición que le permite establecer una relación con el medio artístico que podemos calificar de fluida y hasta cordial.

Basta considerar algunos ejemplos del panorama cultural del último año del gobierno del presidente Aylwin, en 1993, para percatarse de los cambios ocurridos. Ese año, el pintor Guillermo Núñez inauguró una gigantesca y magistral exposición retrospectiva, que contó con el auspicio de El Mercurio. La exposición de Núñez incluyó la famosa serie de ‘Jaulas’ pertenecientes a una muestra que fue clausurada en la época de Pinochet, exhibición que le costó al pintor, literalmente, tortura y exilio. (Op.Cit p.282)

Esta adaptación del medio de comunicación a los nuevos tiempos se puede comprender por el carácter del público al que se quiere dirigir, que no es únicamente conservador (aunque tal vez sí en su mayoría), pero que sí es o quiere ser parte de la clase dominante. Y en esa perspectiva la posición de El Mercurio respecto de la actividad artística o cultural es relevante pues “la obra de arte adquiere sentido y reviste interés sólo para quien posee la cultura, es decir, el código según el cual está codificada” (Bourdieu, 2010:233). Cualquier ángulo que adoptemos para mirar la obligación que adquiere El Mercurio con sus lectores, nos lleva a ubicarlos en un círculo de elite, que por tanto debe manejar ciertos códigos culturales que al menos les permitan mantener su imagen de elite. Es en El Mercurio, aunque no exclusivamente ahí, donde se construye parte del relato identitario, entendiéndolo como el resultado del equilibrio de los polos político y cultural,

siendo “el caso de Chile, con un claro predominio de la lógica política” (Subercaseaux, 2011, p.287). Esta comprensión va en línea con los equilibrios que sostiene El Mercurio en su relato, donde hay claramente una dominancia de lo político, que tiene como complemento lo cultural, siempre orientado a definir y reflejar a la elite, a la porción dominante de la sociedad.

## 5.2. DESCRIPCIÓN DEL UNIVERSO

El Universo que convoca esta investigación está compuesto por dos elementos principales: la revisión bibliográfica y entrevistas a informantes clave. Por una parte se hizo una revisión bibliográfica, que la limitamos a la observación de todas las ediciones del periodo 2015-16, aspecto que describiremos primero pues fue la herramienta principal para la definición de un corpus y, por tanto, guía para definir las entrevistas que finalmente se realizaron.

La revisión bibliográfica que abarcó la presente investigación implicó la identificación y separación de todas las publicaciones efectuadas por El Mercurio en el periodo 2015-2016 que estuvieran relacionadas a la actividad teatral. Esto requirió definir un rango de posibilidades respecto de lo que entendemos como “actividad teatral”, que -ya hemos señalado- tiene áreas compartidas con otras actividades.

Por tanto, al hablar de la cobertura de la “actividad teatral”, nos referimos a toda noticia, crónica, servicio informativo, entrevista y publicación relacionada al contexto institucional, que diera cuenta del fenómeno teatral en su particularidad o bien en la delimitación social que pudiera implicarse, y donde fuera explícita la voluntad del periódico por la publicación de estos recortes. Con esto, dejamos fuera de nuestro análisis las inserciones (muchas veces productos de canjes o acuerdos) que hacen los espacios teatrales para promocionar sus espectáculos. La publicidad en su conjunto de la actividad

teatral, las relaciones contractuales o comerciales que puedan establecerse con El Mercurio, no son materia de esta investigación, por cuanto podrían no responder a la línea editorial del diario, idea que luego ratificaremos a la luz de los antecedentes recogidos.

Nos enfocamos en describir todos los recortes que dieran cuenta de la construcción de la actividad teatral que hace, consciente o no, El Mercurio hacia sus propios lectores.

Como elemento organizador, usamos una tabla Tankard de desglose, donde se ingresaron distintas coordenadas que nos permitieron hacer una descripción primera de aquello que El Mercurio nos presenta como panorama de la actividad teatral.

Como primer parámetro para la descripción, señalamos que dentro del periódico existen siete (7) secciones donde es posible encontrar noticias relacionadas a la actividad teatral, con distintas frecuencias de publicación (cuadro 1):

CUERPO	SECCIÓN	DÍA DE PUBLICACIÓN
CUERPO A	CULTURA	LUNES A DOMINGO
CUERPO C	ESPECTÁCULOS	LUNES A DOMINGO
ARTES Y LETRAS	-	DOMINGO
REVISTA WIKÉN	-	VIERNES
REVISTA YA	-	MARTES
REVISTA SÁBADO	-	SÁBADO
VIDA ACTUAL	-	SÁBADO

CUADRO 1: RESUMEN CUERPO/SECCIÓN CON EMERGENCIA DE PUBLICACIONES RELATIVAS A LA ACTIVIDAD TEATRAL

Del mismo modo, señalamos nueve (9) categorías que denominamos “sujeto de publicación”, donde eran posible de inscribir las publicaciones de acuerdo a la naturaleza de las mismas (cuadro 2):

DENOMINACIÓN SUJETO	DEFINICIÓN DE CONTENIDO
ACTUALIDAD TEATRAL	Agenda del sector, (estrenos y otros eventos) adelanto de obras, adelanto de cartelera y temporada
CARTELERA	Publicación de servicio con información mínima de horarios, precios, obras y salas
CRÍTICA	Espacio de opinión encargado a un especialista para que haga una valoración de obras en cartelera
ENTREVISTA	Pauta de preguntas extensa (sobre 10 párrafos de extensión) con una o más figuras relacionadas a la actividad teatral
INSTITUCIONALIDAD	Espacio de cobertura de cambios institucionales que afecten directa o indirectamente la actividad teatral
NOTA DE FESTIVAL	Publicación breve respecto de la actividad de un festival teatral
NOTA DE FIGURA	Publicación breve (uno a nueve párrafos) en torno a una figura ligada a la actividad teatral
NOTA DE OBRA	Publicación breve que promociona un espectáculo teatral
NOTA DE SALA	Publicación en torno a actividades de gestión de sala teatral

CUADRO 2: IDENTIFICACIÓN Y DEFINICIÓN DE CATEGORÍAS DE PUBLICACIÓN

Las coordenadas para organizar el material encontrado, tras el surgimiento de conceptos emergentes que completaron la perspectiva, se desglosaron en 13 columnas (cuadro 3):

<b>ORDINAL</b>	<b>COLUMNAS: COORDENADAS DE REGISTRO</b>
1	FECHA DE PUBLICACIÓN
2	CUERPO SECCIÓN
3	PÁGINA(S)
4	TITULAR
5	EPÍGRAFE
6	BAJADA DE TÍTULO
7	ENCABEZADO (1era FRASE)
8	ESTADÍSTICAS (SI/NO)
9	GRÁFICOS (SI/NO)
10	IMAGEN (SI/NO)
11	CANTIDAD DE PÁRRAFOS
12	SUJETO DE PUBLICACIÓN
13	AFIRMACIONES FINALES (ÚLTIMA FRASE)

CUADRO 3: RESUMEN COORDENADAS DE ORGANIZACIÓN PARA COLUMNAS DE LEVANTAMIENTO DE INFORMACIÓN

A estas columnas debimos agregar algunos indicadores específicos que separaran los datos ya entregados, en función de poder armar gráficos y tablas de datos, algunos de las cuales mostraremos más adelante. Estos indicadores dicen relación a la especificidad de la fecha (separar de columna día, mes) y algunos otros detalles que facilitarían la lectura, pero que no afectaban el fondo ni modificaban la recolección.

Se trabajó en dos fases con dos equipos de ayudantes de estudiantes de pregrado de la Escuela de Teatro de la Universidad Católica de Chile, gracias a un concurso convocado por la Vicerrectoría de esa casa de estudios. El primer

equipo (conformado por Emilia Larenas, Paula Jorquera y Gustavo Carrasco), rescató los datos correspondientes a 2016; mientras el segundo equipo (conformado por las estudiantes Paula Vásquez, Valeria Torres y el investigador Rodrigo Canales), levantaron los datos de las publicaciones de 2015. La revisión, corrección, organización final y cruce de datos, estuvo en manos del investigador, Rodrigo Canales. En total, la revisión bibliográfica comprendió siete meses de trabajo.

Se encontraron 1236 publicaciones relacionadas a la actividad teatral, de las que 679 corresponden al año 2015 y 557 al año 2016. Si bien la diferencia de publicaciones entre un año y otro fue factor de revisión, dada la dimensión entregada a la investigación —concentrada en los años 2015 y 2016—, no reunimos evidencia suficiente que nos permita afirmar que la cobertura que entrega El Mercurio a la actividad teatral vaya a la baja de manera sostenida; pese a esto, la percepción que hay al interior del equipo de trabajo de El Mercurio es que efectivamente han disminuido los recursos humanos y el espacio destinados a la sección, donde se han privilegiado las coberturas de los espectáculos masivos, aunque se hace referencia a épocas anteriores, con al menos 10 años de distancia. Volveremos sobre estas percepciones al desglosar las entrevistas entregadas por los participantes y en las conclusiones.

La proporción de los diferentes sujetos de publicación se mantuvo de un año al otro, lo que nos habla de la jerarquía y ordenamiento propio del medio. Las secciones son estables, los profesionales a cargo mantienen un vínculo prolongado con el diario, tienen tareas definidas y un rango de autonomía que los empodera en sus funciones. Cada uno de estos aspectos lo veremos en detalle en las siguientes páginas, los que se encuentran respaldados por los datos recogidos de la investigación, el análisis cuantitativo y cualitativo de ellos, y las entrevistas a los profesionales que trabajan en el diario y aquellas

realizadas a representantes de organizaciones ligadas a la actividad teatral que mantienen fuerte vínculo con El Mercurio.

La suma de los datos de la revisión bibliográfica y las entrevistas nos entregaron un Universo de investigación contundente. Las entrevistas fueron realizadas una vez visualizado el conjunto de datos entregados por la recopilación y sistematización de los recortes de la actividad teatral, por lo que a su vez funcionó como elemento validador del corpus elegido al poder triangular la información y modelar el objeto de investigación con arcos de profundidad. Para realizar las entrevistas se elaboró una pauta de preguntas (ver Anexos) tendientes a dibujar con claridad el perfil editorial del diario, contrastando respuestas de profesionales ligados al Mercurio con las de representantes de grupos de interés ligados al medio. En total se hicieron cinco entrevistas a informantes clave, a lo que se deben sumar algunos datos extraídos de la página del Centro Cultural GAM en su sección de transparencia, realizados por su departamento de estudios interno, los que ayudaron a contrastar determinados comportamientos del diario con la realidad del centro cultural y el acoplamiento (comunicacional) posible entre ambas instituciones. Los entrevistados fueron: Eduardo Miranda (cronista de teatro de El Mercurio); Mario Valle (editor de espectáculos de El Mercurio); Pedro Labra (crítico estable sección de espectáculos); Pamela López (directora de programación del Centro Cultural GAM); y Claudia Rojas (jefa de prensa Fundación Teatro a Mil). Todas las entrevistas, realizadas durante el primer semestre de 2018, se encuentran transcritas y pueden ser revisadas de modo íntegro en los anexos de esta entrega. Para extraer citas de los entrevistados, las transcripciones tienen numeración independiente de sus páginas para facilitar su consulta.

El conjunto de estos datos es lo que denominamos el Universo sobre el que estamos investigando.



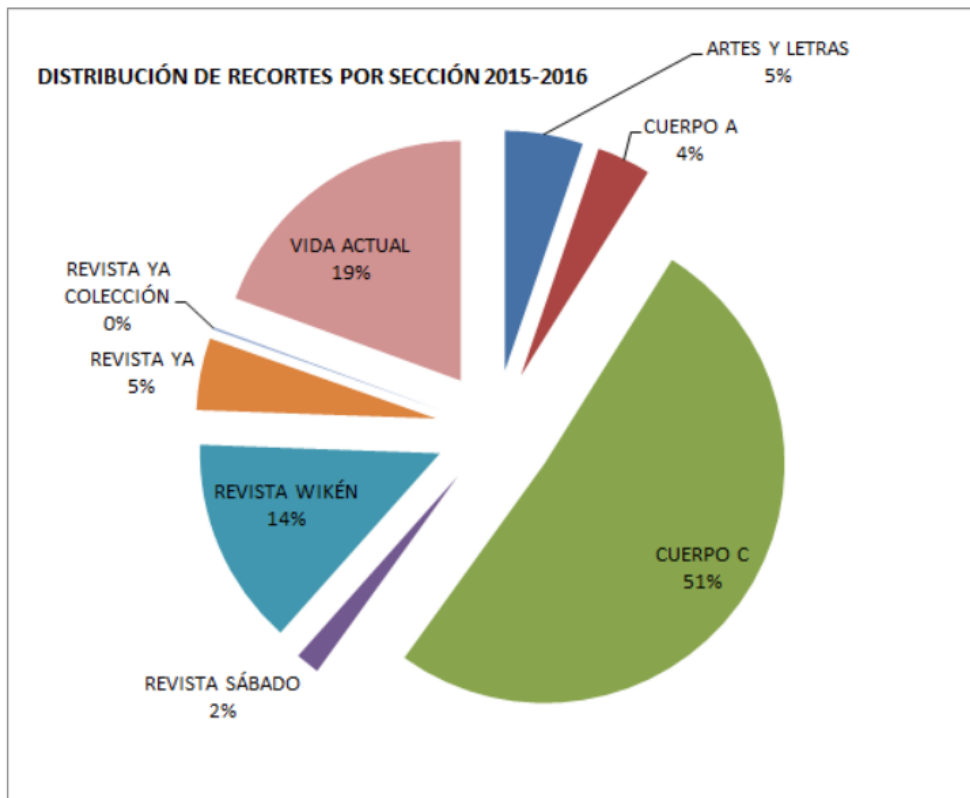
### 5.3. HALLAZGOS PRINCIPALES Y DATOS RELEVANTES

Un aspecto relevante que salió a flote, y que habíamos inicialmente considerado en una segunda línea, es la importancia simbólica del diario en el medio nacional, la que se mantiene pese a la ausencia de datos duros que reafirmen esa posición, según lo señalan los entrevistados. En otras palabras, sin poder comprobar la incidencia concreta que producen las publicaciones de El Mercurio, los grupos de interés asumen que el diario mantiene una importancia y fuerza simbólica relevante. Es un aspecto que retomaremos en este mismo capítulo.

Dentro de el Universo que conforma el total de publicaciones relacionadas a la actividad teatral en los años 2015 y 2016, sobre el 50 % de ellas fueron publicadas en el Cuerpo C. Del mismo modo, todas las tipologías que se tipificaron a lo largo de la investigación, se encuentran como parte de las publicaciones incluidas en el Cuerpo C. Si bien hay siete secciones o cuerpos de El Mercurio donde es posible encontrar noticias relacionadas a la actividad teatral, sólo en el Cuerpo C podemos encontrar una cobertura diaria. También el Cuerpo A publica de forma diaria, pero bajo el rótulo de “Cultura”, que se dedica principalmente a cubrir la actividad de ópera, música docta, determinadas actividades de artes visuales, la actividad institucional y en ocasiones literatura; en definitiva la incidencia del Cuerpo A en relación a la actividad teatral es menor (en torno al 4 %). En esta separación, se implica una distinción semántica que nos entrega una primera puerta de entrada al análisis de la posición ideológica respecto de la actividad.

En el cuadro siguiente (gráfico 1) vemos el comportamiento general de las publicaciones relacionadas a la actividad teatral durante los años comprendidos para esta investigación:

GRÁFICO 1: DISTRIBUCIÓN DE RECORTES SEGÚN SECCIÓN (ELABORACIÓN PROPIA)



Estas cifras se descomponen según lo indicado en la siguiente tabla (Tabla 1):

TABLA 1 (ELABORACIÓN PROPIA)

ARTES Y LETRAS	65
CUERPO A	45
CUERPO C	631
REVISTA SÁBADO	20
REVISTA WIKÉN	173
REVISTA YA	62
VIDA ACTUAL	240
<b>Total</b>	<b>1236</b>

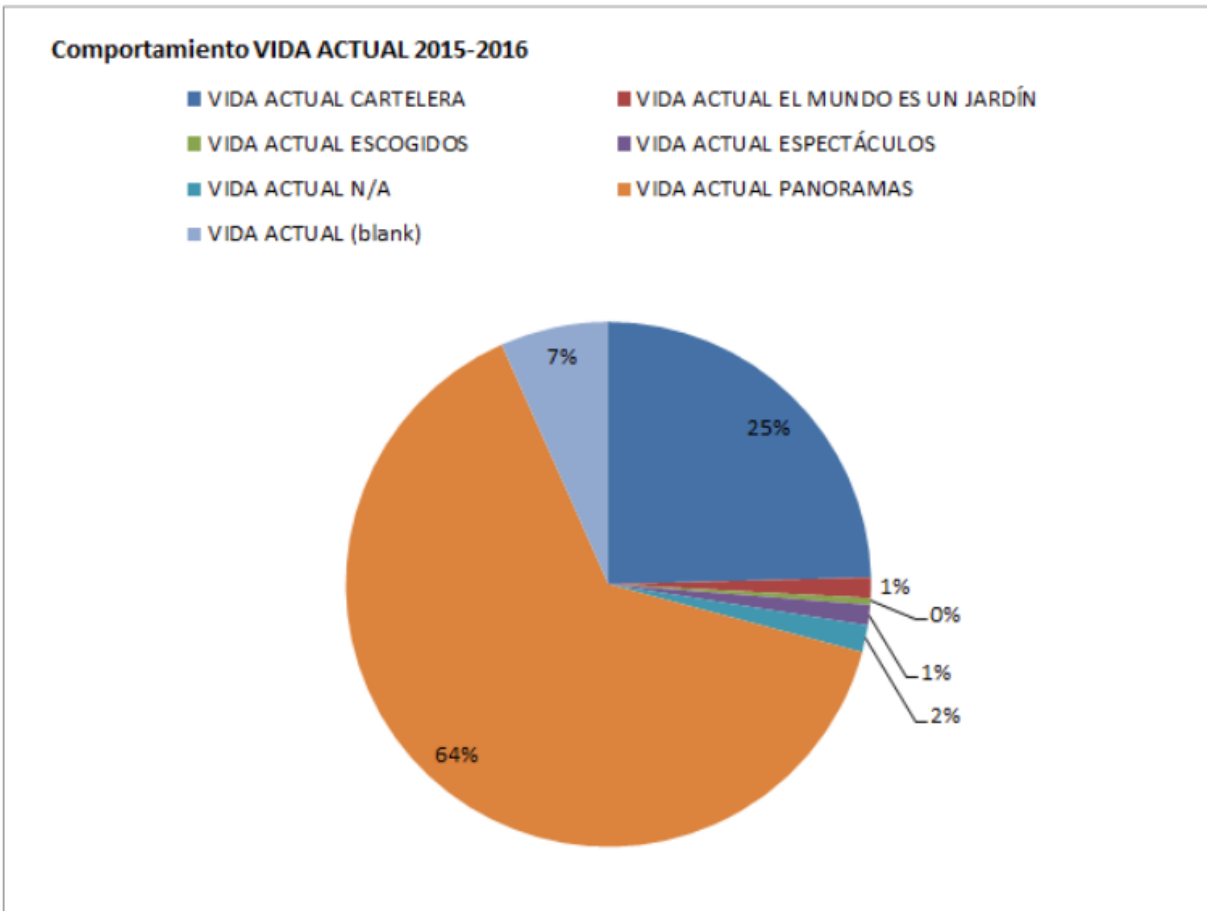
La distribución que se aprecia se mantiene estable comparando los dos años señalados, por lo no es posible generar un parámetro que nos permita diferenciar un año de otro.

Estas cifras muestran una tendencia dominante de la sección de Espectáculos –Cuerpo C–, lo que se explica en buena medida por la posibilidad de publicar diariamente y de inscribir la actividad teatral en el segmento de entretenimiento y ocio. Lo que se le ofrece al público es, por definición, alternativas de actividades que puedan realizar durante su tiempo libre, y no contenidos que puedan desarrollar el conocimiento acumulado. Se descarta, con este rótulo, la posibilidad epistemológica del teatro como actividad, idea que retomaremos luego, pero que de todas formas se encuentra generalizado y asumido desde hace ya largo tiempo por el sector y por los medios de comunicación.

Dentro del desglose, podemos indicar que revista Wikén y Vida Actual, con una frecuencia de publicación semanal, tienen un interesante número de publicaciones relacionadas a la actividad teatral.

Vida Actual representa el 19 % de las publicaciones del periodo, sin embargo debemos señalar que en un alto porcentaje se trata de publicaciones muy breves ancladas a la sección “Panoramas”, que se traduce en notas de un párrafo o a un destacado de cartelera que suele publicarse en la página 2. La sección Panoramas, como vemos, también se refiere a la generación de contenido que satisfaga de modo contundente la ocupación del tiempo libre por parte de los lectores. En el siguiente cuadro (gráfico 2) vemos la distribución de las publicaciones de Vida Actual en el periodo que nos concentramos:

GRÁFICO 2: DISTRIBUCIÓN DE RECORTES DE VIDA ACTUAL 2015-2016 (ELABORACIÓN PROPIA)



Estos porcentajes se descomponen de la siguiente forma (Tabla 2):

TABLA 2 (ELABORACIÓN PROPIA)

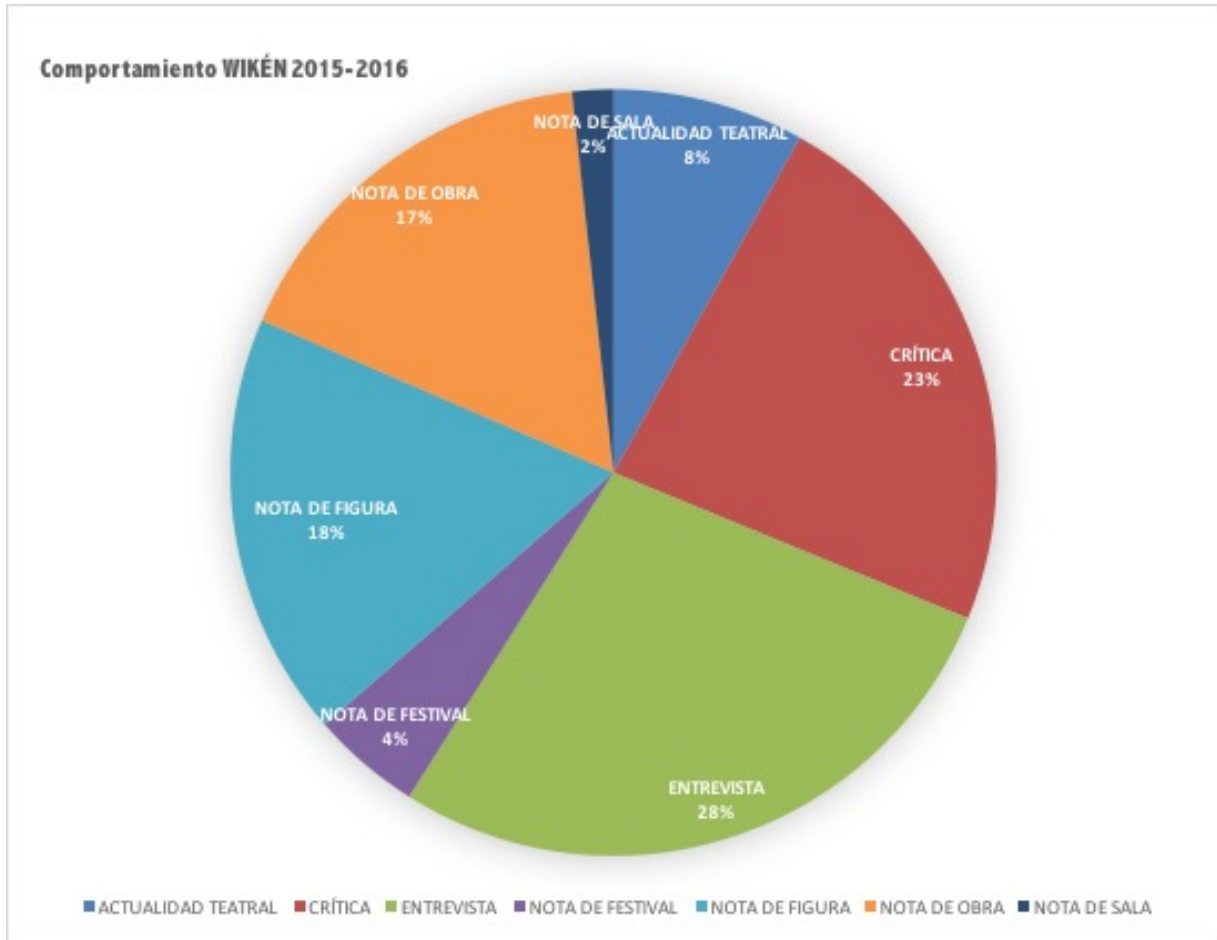
PANORAMAS	154
CARTELERA	59
SIN SECCIÓN (BLANK + N/A)	20
EL MUNDO ES UN JARDÍN	3
ESPECTÁCULOS	3
ESCOGIDOS	1
<b>Total</b>	<b>240</b>

Respecto de Wikén, con un 14 % de las apariciones, las publicaciones se distribuyen mayoritariamente en entrevistas a figuras (sobre 10 párrafos, 28 %), notas de figura (de diez o menos párrafos, 18 %) y las críticas de Andrea Jeftanovic (23 %), las que muchas veces comentan más de un objeto teatral como tronco estilístico. Desde cierta perspectiva, lo que ofrece Wikén es un contenido que intenta profundizar en algunos tópicos de la actividad teatral, conocer en profundidad a determinadas figuras. En ese sentido, es destacable el esfuerzo de la sección de crítica en la revista, pues promueve la visión de un tejido donde se encuentran coordinadas de demandas sociales y artísticas en un espacio que excede la crítica puramente orientadora del gusto, para acercarse al comentario cultural.

Con todo, el foco de la revista semanal está puesto en las entrevistas y notas de figuras, que suelen estar ancladas en la vida personal del entrevistado(a) y acompañadas de una producción fotográfica importante, ocupando entre ambas categorías casi la mitad de la cobertura entregada por la revista. Las figuras destacadas suelen ser actores o actrices reconocidos(as) con trayectorias en televisión o bien con dilatadas carreras en teatro. Ocasionalmente se escogen figuras que tengan una incidencia lateral en el oficio teatral, pero que carguen con una historia de vida potente. Esta línea editorial se enfoca en la construcción de un relato que permita al lector aproximarse a la intimidad del sujeto de entrevista, o al menos generar una ilusión de proximidad. Por tanto, el foco no se encuentra en la actividad teatral, su relación con la institución o el desarrollo de concepciones artísticas, por lo que difícilmente pueden interpretarse como una herramienta que permita ingresar a la actividad teatral en un imaginario de construcción de lo civil y lo social.

En el siguiente gráfico (gráfico 3), podemos ver la distribución total de las publicaciones que entrega Wikén en el periodo referido:

GRÁFICO 3: DISTRIBUCIÓN DE RECORTES REVISTA WIKÉN 2015-2016 (ELABORACIÓN PROPIA)



Porcentajes que se traducen de la siguiente forma:

TABLA 3 (ELABORACIÓN PROPIA)

<b>REVISTA WIKÉN</b>	<b>173</b>
ACTUALIDAD TEATRAL	14
CRÍTICA	40
ENTREVISTA	48
NOTA DE FESTIVAL	8
NOTA DE FIGURA	31
NOTA DE OBRA	29
NOTA DE SALA	3

Entre estas tres secciones (CUERPO C, VIDA ACTUAL Y WIKÉN), se reparte el 84% de las publicaciones relativas a la actividad teatral que entrega El Mercurio, y son representativos del comportamiento general del medio escrito. Dentro de este panorama, la sección de Espectáculos parece más representativa que los otros dos cuerpos, por cuanto contiene publicaciones de los diez tópicos identificados, por su carácter diario, por la permanencia de sus miembros y por el volumen de publicaciones. Pese a que en Cuerpo C la publicación de entrevistas es muy baja, en comparación especialmente a Wikén, hay una interesante cantidad de NOTAS DE FIGURA que podemos encontrar, lo que ayuda a construir una identidad editorial que tiene un foco en la figura separada de su fondo y resaltada a través de la inserción de historias vitales, muy en la línea de la construcción de un *star system* descrito tempranamente por la Escuela de Fráncfort (Horkheimer & Adorno, 1998).

#### 5.4. DEFINICIÓN Y DESCRIPCIÓN DEL CORPUS DE OBSERVACIÓN

La evidencia recogida en el rastreo de las publicaciones de la actividad teatral publicadas por El Mercurio en el periodo investigado, señala al Cuerpo C - Espectáculos como el principal órgano de comunicación que tiene el diario para esta materia.

Nos concentraremos entonces en los más de 600 recortes publicados en el Cuerpo C durante este periodo, que representan más de la mitad del total de publicaciones, como pudimos ver en los cuadros descriptivos. Profundizaremos a continuación en el funcionamiento de esta sección, haremos un desglose de sus publicaciones, describiremos su dinámica interna y la relación directa de sus integrantes con el medio. Para cumplir estas metas, incorporaremos aquí citas a las entrevistas realizadas a los principales agentes involucrados en la construcción de la sección. En suma, se presenta en este apartado una mirada

descriptiva del corpus que hemos definido.

En el siguiente esquema (gráfico 4) podemos apreciar el comportamiento de la sección en el periodo investigado:

GRÁFICO 4: DISTRIBUCIÓN DE RECORTES CUERPO C 2015-2016 (ELABORACIÓN PROPIA)

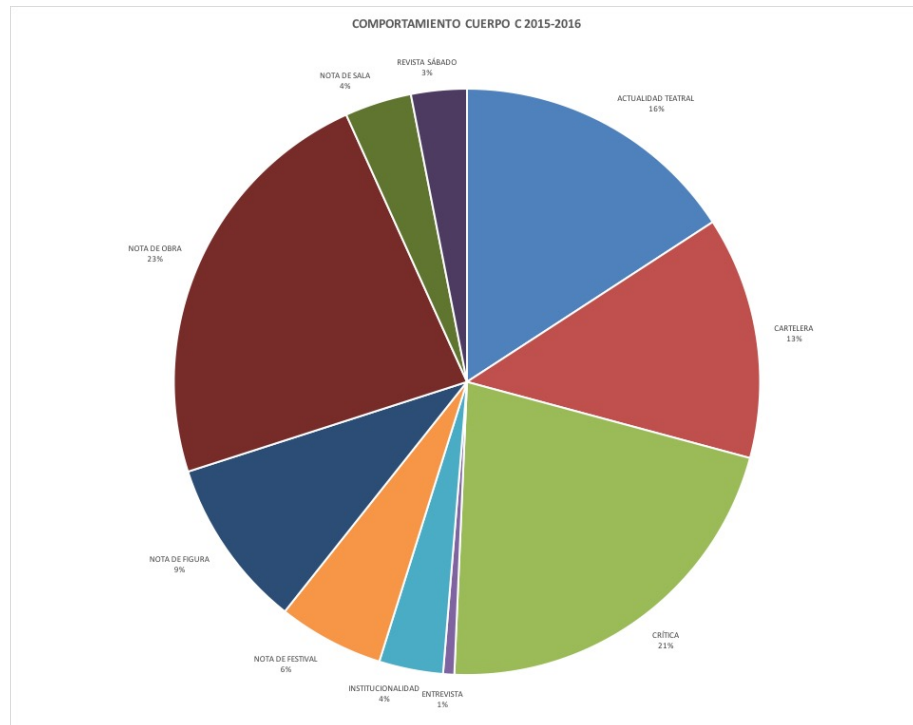


TABLA 4 (ELABORACIÓN PROPIA)

<b>CUERPO C</b>	<b>631</b>
<b>ACTUALIDAD TEATRAL</b>	<b>103</b>
<b>CARTELERA</b>	<b>87</b>
<b>CRÍTICA</b>	<b>140</b>
<b>ENTREVISTA</b>	<b>4</b>
<b>INSTITUCIONALIDAD</b>	<b>23</b>
<b>NOTA DE FESTIVAL</b>	<b>38</b>
<b>NOTA DE FIGURA</b>	<b>61</b>
<b>NOTA DE OBRA</b>	<b>151</b>
<b>NOTA DE SALA</b>	<b>24</b>



Podemos apreciar que el foco principal de las publicaciones de esta sección, se encuentra en la cobertura de una obra, lo que se divide en al menos dos factores a considerar y que son las dos tipologías dominantes: NOTA DE OBRA (151) y CRÍTICA (140). Estos dos elementos se gestionan principalmente desde el puesto editorial, pues es el punto de control natural establecido en la organización de las tareas.

La profundidad y el espacio entregado a estos recortes es un aspecto a analizar con un poco de calma, lo que nos invita a mirar primero la cantidad de párrafos dedicados. De los 151 recortes que componen el apartado de NOTA DE OBRA, casi un 76% de ellos (114 notas) se concentra en una extensión que va entre 4 y 7 párrafos, lo que podemos ver desglosado en la siguiente tabla (tabla 5):

TABLA 5 “NOTAS DE OBRAS”: PÁRRAFO POR NOTA (ELABORACIÓN PROPIA)

<b>NOTAS DE OBRA CUERPO C 2015-2016</b>		
<b>CANTIDAD DE PÁRRAFOS</b>	<b>CANTIDAD DE NOTAS PUBLICADAS</b>	<b>% REPRESENTADO</b>
1	11	7%
2	3	2%
3	6	4%
<b>4</b>	<b>27</b>	<b>18%</b>
<b>5</b>	<b>31</b>	<b>21%</b>
<b>6</b>	<b>32</b>	<b>21%</b>
<b>7</b>	<b>24</b>	<b>16%</b>
8	11	7%
9	2	1%
10	1	1%
11	1	1%
12	2	1%
<b>TOTAL:</b>	<b>151</b>	<b>100%</b>

En el caso de los recortes correspondientes a la tipología CRÍTICA publicados en el Cuerpo C, la cantidad de párrafos dedicados a este tópico presenta un rango mucho menor, el que va de entre 3 a 7 párrafos. Casi la mitad (46%) de las críticas publicadas en esta sección, tiene una extensión de 5 párrafos. Esto se puede explicar en buena parte porque el crítico de teatro del Cuerpo C es siempre el mismo profesional, Pedro Labra, siendo muy infrecuente que la labor la realice otra persona. El comportamiento detallado en relación a la cantidad de párrafos publicados, lo podemos apreciar en la siguiente tabla (tabla 6):

TABLA 6 “CRÍTICAS”: PÁRRAFO POR CRÍTICA (ELABORACIÓN PROPIA)

<b>CRÍTICAS CUERPO C 2015-2016</b>		
<b>CANTIDAD DE PÁRRAFOS</b>	<b>CANTIDAD DE CRÍTICAS PUBLICADAS</b>	<b>% REPRESENTADO</b>
3	5	4%
4	32	23%
<b>5</b>	<b>65</b>	<b>46%</b>
6	36	26%
7	2	1%
<b>TOTAL</b>	<b>140</b>	<b>100%</b>

Destinar este espacio, dentro del órgano de mayor difusión del diario y a los dos tipos de recortes que se dan con mayor frecuencia, es una cuestión que no podemos calificar de destacada, pues no implica un esfuerzo de parte del medio por relevar la actividad, sino que más bien se limita a entregar

determinadas orientaciones a su público respecto de que se encuentra presente en cartelera. Es justamente el concepto de “orientación” el que suele repetirse entre los encargados de la sección al hablar de su principal función o tarea.

Un punto a destacar dentro del apartado de estos recortes, es el hecho de que una importante mayoría de las publicaciones llegan al papel acompañadas de una imagen de ilustración. En relación a las publicaciones contenidas en el apartado de CRÍTICA, aparecidas en el Cuerpo C, el 62% (87 de 140) vienen acompañadas de al menos una imagen. Y en cuanto a las publicaciones respecto de NOTAS DE OBRA, el 97% (147 de 151) vienen acompañadas de una imagen. Entonces, si bien hay una intención general de orientar al lector de El Mercurio de manera más bien breve, se suele acompañar de una imagen que entrega el productor del espectáculo o bien ha sido una producción propia del diario. En palabras de Mario Valle, editor de la sección Espectáculos, “nuestras notas también tratan de ser orientadoras, en el sentido de contar qué tipo de dramaturgo es, qué trayectoria tiene, cuáles son los intérpretes, de qué trata la obra, también cumplimos una labor formativa en ese sentido” (p. 1). Esta descripción se encuentra en línea con lo que indica Eduardo Miranda cuando define sus prioridades, señalando que “mi trabajo, en ese sentido, de manera implícita —o en mi mente—, es el espectador. Cuando yo hago mi trabajo, cuando propongo una nota, en mi mente me va leer un espectador que va a comprar su entrada para ir a ese espectáculo del cual le estoy escribiendo” (p. 3).

La actividad teatral tiene una ponderación relevante dentro de la sección, pero no tanto pensando en la importancia de la actividad como en la utilidad que pueda presentarse para el público al que se dirigen. De ahí se explica la extensión acotada y el acompañamiento de imagen, lo que genera una sensación de totalidad en la información entregada.

Los límites que maneja la sección de Espectáculos se entienden desde la caracterización que hacen de sus lectores. Sin embargo, como dato no esperado, ninguno de los participantes de este estudio dice conocer datos objetivos que determinen el perfil del lector. “Aquí se echa de menos que se hagan más estudios respecto del perfil de nuestros lectores, nosotros tenemos una percepción y noción, y ha habido estudios muy esporádicos, pero se piensa que es un lector sobre 40 años, eso se supone del lector del Mercurio” (Valle, p. 2). La idea del lector del Mercurio, por tanto, parece estar alejada de las decisiones editoriales y se ancla en una percepción algo estereotipada que se repite entre los distintos actores que participan de esta relación. Desde el departamento de comunicaciones y prensa de la Fundación Teatro a Mil, “el público del Mercurio sigue siendo un público ABC1 C2, más o menos entre los 40 y 54 años, que es bien romántico del teatro o de las grandes compañías más emblemáticas” (Rojas, p.4), mientras que el Centro Cultural GAM “sabe que el segmento de lectores de El Mercurio, de La Tercera, del Clinic, La Cuarta o La Segunda, no es necesariamente el mismo. Uno intuye que en El Mercurio hay un lector un poco más conservador, quizás de más edad” (López, p.4).

La alianza que establece El Mercurio con las dos instituciones mencionadas no es aleatoria. Se trata de dos instituciones que mantienen una relación comercial formal con El Mercurio a través de la figura de *media partner*, lo que se maneja de forma independiente a la línea editorial. Es decir, no existe una relación directa entre la vía comercial, manejada por los departamentos comerciales, y las decisiones artísticas, curatoriales o editoriales de las partes. Sin embargo, que sean estas dos instituciones las llamadas a ocupar esta posición, nos habla de una relación antigua y de una identificación del público, ya que ambas plazas culturales son instituciones que aparecen de manera prioritaria en la cobertura periodística de El Mercurio, por sobre los otros espacios de artes escénicas.

En los años que tenemos reporte minucioso, el espacio directamente más veces mencionado es el Centro Cultural Gabriela Mistral GAM en 117 recortes, lo que representa el 9,5 % de todas las publicaciones. La Fundación Teatro a Mil, a través de sus marcas “Santiago a Mil”, “Stgo. A Mil”, “Stgo a mil” y “Teatro hoy”, aparece en 111 recortes (9 %). Más atrás, le sigue el Teatro UC, con 62 recortes (5 %). Sólo en estas tres organizaciones se distribuye el 23,5 % de la cobertura directa de la actividad teatral.

A esto se debieran sumar los recortes que se refieren a figuras relevadas a través de entrevistas y notas, que han tenido o tendrán prontamente alguna actividad en una de las salas mencionadas, sin que se las mencione directamente, datos que no han sido separadas en función de esta investigación pero que aún así es necesario consignar su existencia. De hecho, en los años que abarca esta investigación, el Festival Santiago a Mil es el único evento teatral que logra anotar una imagen central en la portada del diario, marcando una notoria diferencia con los otros centros mediadores (ver Recorte 1).

RECORTE 1: PORTADA Y DETALLE DEL 3 DE ENERO 2015 CON FOTO CENTRAL DEDICADA A APERTURA DE FESTIVAL STGO A MIL. FUENTE: IMPRESA.ELMERCURIO.COM



También es relevante señalar que el universo de recortes tiene una porción dedicada a “cartelera”, que es una tipología neutra en cuanto se entiende como un servicio puramente informativo que presta el diario. Pero incluso en ese apartado, hay salas que pueden entrar y salir del listado, pero siempre se contará con información respecto de las instituciones y salas mencionadas. Para completar el cuadro, debemos añadir que en los últimos cinco años ha crecido el número de intercambios entre estas instituciones teatrales, siendo frecuentes las alianzas –no libres de tensiones– entre la Fundación Teatro a Mil y el GAM, y con el Teatro UC, o de obras que se estrenan en un espacio y que luego tienen una segunda temporada en el otro espacio, especialmente de aquellas producciones que cuentan con financiamiento propio y no son de la parrilla programática de las instituciones. Hay, por decirlo de alguna forma, un sistema de relaciones vigorosas entre estos agentes, los que combinan sus recursos para establecer una suerte de dominancia, una tendencia que podríamos visualizar como de intención hegemónica. De ahí que resulta importante entender los recursos que puede disponer para ellos un medio relevante como El Mercurio.

Dentro del corpus al que nos estamos circunscribiendo, el Cuerpo C - Sección Espectáculos, la dominancia de las salas e instituciones mencionadas se mantiene en la misma línea de lo ya indicado, con una leve diferencia que se vuelca a favor de las marcas asociadas a la Fundación Teatro a Mil. Es así como sobre los 631 recortes aparecidos en el Cuerpo C, GAM aparece mencionado en 57 recortes (9 %); las marcas de Teatro a Mil aparece en 69 recortes (11 %); y Teatro UC sigue más atrás con 30 recortes (4,8 %). La suma de las tres instituciones con más cobertura alcanza casi al 25 % de todas las publicaciones aparecidas en el Cuerpo C. Si, en función de medir la preponderancia de estas organizaciones, restáramos del corpus el segmento de “cartelera” (87 recortes), la suma de las tres organizaciones con más publicaciones alcanza prácticamente el 29 % del total.

La relación virtuosa que se da en torno a las organizaciones con más publicaciones podemos vincularlo con lo que señala Eduardo Miranda en cuanto a que son espacios que cumplen determinados estándares de comodidad que son deseables para tener una grata experiencia:

¿Cómo definir lo que a nosotros nos parece atractivo? Figuras o intérpretes que sean notorios o notables en su trabajo propiamente tal, en términos del teatro. Y también respecto de las características del teatro, de su ubicación, del acceso, incluso que tenga estacionamiento, de la comodidad de la sala. Hay teatros que nos parecen más cómodos que otros, porque las experiencias que tenemos como espectador me indican que son más cómodos. (p.4).

Las variables para priorizar la cobertura de determinadas salas o espectáculos se da, entonces, por la comodidad de la sala y por la importancia de la o las figuras implicadas en el espectáculo. El concepto de comodidad se define de acuerdo a la experiencia que puede tener el espectador, los que se trasladan a la propia experiencia que tiene el reportero. En esta lógica, es difícil que una



sala tenga cobertura en El Mercurio si no cuenta con determinados servicios anexos que se supone el lector de El Mercurio también aprecia. Sobre este punto, sin embargo, Pedro Labra hace una salvedad ya que si se entera que “una obra que viene, que está montada en una cuestión horrible, con corrientes de aire, en tablonés llenos de grasa, yo voy. Si creo que vale la pena, si crea expectativa, por la categoría de sus participantes, del texto, los antecedentes de la compañía, yo voy. Yo he visto cosas en las partes más increíbles, a veces parado” (p.7). En el otro aspecto, al hablar de figuras relevantes se refieren a algunas características de la trayectoria de los participantes, que no son excluyentes entre sí. Por un lado se entrega valor a que alguno de los participantes de las obras sean conocidos a nivel popular, es decir que aparezcan en televisión o tengan carrera en cine que los transforme en personajes conocidos y, por tanto, atractivos. Pero también se valora de forma importante, quizás aún más, que los involucrados tengan una trayectoria artística notable, donde pesen premios, largas trayectorias, reconocimientos de pares.

Si es más popular, y con popular me refiero a la masividad y conocimiento del público, que puede ser más llamativo a la hora de poner en página... Si por ejemplo tengo un actor que está apareciendo en televisión y tiene un alto rating, y es protagonista de una obra, eso nos podría interesar -no por sí solo- para llevarlo a página, porque nos parece que al público le puede interesar (...) Tácitamente sabemos que si los premios nacionales hacen un trabajo, eso es importante. Si Alejandro Sieveking hace una obra, o se monta una obra de Radrigán o de Egon Wolf, personas que han sido notables, si se le hace un tributo a Ana González, personas que han sido importantes, lo podríamos llevar porque hay una calidad que está comprobada, por cuanto el propio mundo de la cultura lo ha reconocido. Es un certificado, un nombramiento. (Miranda, p.4)

La lógica del producto certificado, que podemos entender como una lógica de encuadre, de alguna manera se traduce en una certificación al público, una

promesa de calidad que predispone al lector de El Mercurio en su conversión a su faceta de espectador, donde sabe que el producto al cual ha sido expuesto viene garantizado tanto en su calidad artística como en sus servicios anexos de confort. Esto entrega una responsabilidad editorial al diario, pero de la misma forma limita su accionar y lo reduce a una parcela de posibilidades donde no va a caber toda la actividad teatral. Necesariamente se empieza a construir lo oficial, que es aquello que tiene un grado de validación, tanto por los pares artistas, las salas y los medios. En este equilibrio, El Mercurio tiene un rol relevante pues se suma a una lógica que impera entregando un nuevo certificado. Cada una de las partes, por tanto, se valida entre sí. Aquellas manifestaciones de la actividad teatral que no cuenten con una puerta de entrada por alguno de estos entes de validación, no logrará romper la barrera de la extra oficialidad.

En este sentido, el valor que le entregan al Mercurio las organizaciones teatrales, como el GAM y la Fundación Teatro a Mil es un gesto que también los ayuda a posicionarse como polos de poder. Para Claudia Rojas, “El Mercurio es un medio importante. Sigue siéndolo, su marca sigue siendo importante” (p. 5), mientras que para Pamela López:

El Mercurio tengo la sensación y percepción de que es el diario chileno más reconocido internacionalmente. No es lo mismo cuando le envías a alguien la nota del Mercurio que de otro medio. Tiene un prestigio y eso lo hace una vitrina relevante. (p.6).

Se constituye un panorama donde se comparten reputaciones y prestigios, validándose en un campo se encuentra en permanente negociación. Lo que se releva finalmente, es una versión de lo espectacular como mercancía, entendido como “el reverso del dinero: el equivalente general abstracto de todas las mercancías” (Debord, 2003, p.58).

Las coordenadas para destacar y publicar dentro de la sección “Espectáculos” de El Mercurio, responde correctamente a su denominación autoimpuesta, pues -como se ha descrito- está pensada en aquella persona que consume no sólo la obra teatral como producto artístico, sino que toda la experiencia que debe ser por cierto agradable y segura. Continuando con el pensamiento de Debord (2003):

El espectáculo es un dinero sólo para mirar; pues en él la totalidad del uso ya se ha convertido en la totalidad de la representación abstracta. El espectáculo no es solamente un servidor de la seudoutilidad, es ya, en sí mismo, el seudouso de la vida (p.59)

Esta porción de la actividad teatral incluida en la publicación, por fuerza deja una parte excluida de sus páginas. Y si bien desde El Mercurio tienden a pensar que la cobertura que dan abarca “toda la actividad teatral” (Miranda, p.3), pudimos establecer algunas variables que facilitaban o promovían su publicación, de las que ya hemos hablado más arriba. Al mismo tiempo pudimos conocer algunos conceptos que dificultan la aparición en el periódico, los que intentaremos desglosar y organizar en los párrafos siguientes.

Los lineamientos de El Mercurio en cuanto a las definiciones de aquello que es *publicable*, construyen una contracara que se puede especificar de manera más compleja que sólo vía operaciones de oposición.

De este modo, parecería una reducción poco precisa limitarnos a encontrar lo opuesto a aquello que sí es *publicable*. Aún así, hay cierta coincidencia entre los participantes de las relaciones, en que grupos con propuestas teatrales llamadas “emergentes” (de reciente aparición en el abanico de posibilidades y, generalmente, con poca experiencia acumulada), son difíciles de insertar en la agenda del periódico. Para Mario Valle “los que logran consolidarse tienen

más posibilidad de publicar, porque están haciendo cosas, están presentando, están variando” (p.5), radicando esa responsabilidad especialmente a las salas y programadores, por sobre los grupos y agentes productores. Pedro Labra, que se declara ajeno a las presiones de las salas, reconoce de todas formas que han existido episodios donde el factor de producción de las obras es determinante a la hora de entregarle cobertura, incluso de crítica:

En general yo soy bien soldado, si me mandan me mandan. A veces hay cosas que no me interesan, una vez me mandaron a ver un show de Stephan Kramer, el primer show público que hizo. Yo veo con agrado los musicales, porque es un área del teatro-empresa que exige un alto nivel de ejecución y un muy alto nivel de producción, entonces lo sigo para ver cómo ha evolucionado ese género. Y además se hacen en el Teatro Municipal de Las Condes que es una sala donde va el público lector del Mercurio. (p.6)

A través de lo recogido en esta investigación, podemos afirmar que el enfoque que hace El Mercurio de la actividad teatral está mediado por la relación institucional que se produce entre el diario y las salas u organizaciones, dejando en un segundo plano a los agentes productores para definir las prioridades de publicación.

Esta delimitación está incluso por sobre definiciones de contenido, las que los responsables del diario declaran que no se encuentran explícitas. Sin embargo, podemos afirmar que la institucionalización como premisa de publicación, es en si una forma de control del contenido, pues encuentra en el enlace una validación mutua de las decisiones.

Entonces, mientras el editor de la sección declara que “aquí no hay una planificación para perjudicar o beneficiar a alguien, básicamente nos guiamos por lo que es noticioso” (Valle, p.5), poniendo foco en criterios periodísticos para hacer su pauta, Eduardo Miranda añade que “no hay una pauta explícita.

Sabemos, y esto es por la experiencia propia de la gente que trabajamos ahí, que hay teatros que tienen una propuesta más dinámica, atractiva, en términos de propuesta artística” (p.4), lo que se complementa con la apreciación de Pedro Labra cuando señala que hay combinaciones que son obligatorias de cubrir: “si hay un Shakespeare con Claudia di Girolamo en el GAM, se hace, no hay ni que preguntarlo” (p.2). El cruce de estas percepciones las podemos contrastar con el comportamiento efectivo de las publicaciones y con la opinión que tienen las contrapartes respecto de los mismos puntos. Pero en este tejido complejo de relaciones, también es un factor relevante a considerar la identificación que tienen los profesionales de El Mercurio con la casa que los acoge. Es en este punto donde se reconoce que no existe una necesidad de explicitar determinadas pautas, porque estas simplemente se conocen. Mario Valle, el editor, lleva 30 años en el diario y ha pasado por prácticamente todas las secciones. Pedro Labra, que es un empleado externo al diario y desarrolla su labor desde su casa, lleva 20 años colaborando con El Mercurio. Y Eduardo Miranda, el *más nuevo*, tiene 12 años en el diario, donde entró a hacer su práctica, pero lee el diario desde que era niño y siempre quiso trabajar en él.

A mi nunca en todos estos años que llevo trabajando me han dicho ‘éste es nuestro público’ o me han hecho partícipe de algún estudio de audiencia o de lectoría. Por lo general los editores del diario de traspasan esto de alguna manera. Yo conozco la historia del diario, conozco el diario desde que soy estudiante de periodismo, desde que los profesores te cuentan que el diario está orientado a una elite, que tiene cierto formato, que está orientado a un público ABC1. En conversaciones informales en el diario también lo conversamos y se explicita de esa manera. (Miranda, p. 3)

Labra es más directo y más consciente respecto de la definición del diario frente a sus lectores:

El Mercurio es un diario de tradición, el segundo más antiguo de Chile. Y está muy orgulloso de eso y está muy orgulloso de ser leído por el sector ABC1 que tiene el poder de decisión y adquisitivo. Es una empresa de prestigio. (p.4).

Es relevante dar cuenta de la identificación que tiene el núcleo de profesionales de El Mercurio con sus casa pues en ese punto es donde se entiende el espíritu de la publicación, donde se comprende su historia y se mantiene y construye una suerte de tradición a la que apela la imagen del diario. Hay un funcionamiento familiar en el modo en que se ensamblan esta piezas, en el sentido de que hay lazos que se establecen desde el entendimiento profundo de los límites del diario y del público al que está dirigido; esta comprensión del mundo narrado se da sin la existencia de un protocolo estandarizado, se da de un modo natural entre los participantes. Labra lo resume de la siguiente forma:

Yo sé que el director del diario es Opus Dei (...) Entonces, por ejemplo, el tema del travestismo y la homosexualidad es problema. Ese sí es problema. Por ejemplo la compañía Los Quintana que hacen transformismo, por un tiempo fueron como mal visto, y yo decía que hay que escribir igual y se escribía. Pero lo tiraban escondido en la semana, jamás en el día domingo (pp.2-3)

Por tanto estamos frente a un funcionamiento que definiremos como “orgánico”, concepto emergente con el que queremos reflejar la identificación y/o comprensión pre existente en los profesionales que trabajan en la sección espectáculos con la línea editorial del diario que los cobija, y con el conocimiento del lector al cual están destinados. Esto no necesariamente significa que los periodistas a cargo compartan una visión ideológica o política con la actuación histórica del diario —cuestión que no fue

interés de esta investigación—, sino que la característica de las publicaciones para generar unidad y continuidad en el ejercicio de El Mercurio, se da de forma natural por cuanto son profesionales que comprenden su funcionamiento y se hacen parte del organismo.

En las páginas del diario deben encontrarse recomendaciones que sean fiables para los espectadores, donde los servicios anexos que hemos descrito sean parte de la propuesta programática. Aquí no caben coberturas -a pesar de algunas mínimas excepciones- a obras y espacios que no cuenten con una contraparte fuerte o un respaldo institucional, lo que —como hemos visto— configura el encuadre o *framing* principal este espacio del diario. Quedan fuera de las páginas de El Mercurio espectáculos que se entregan en espacios no acreditados, alejados de centros urbanos reconocidos por su actividad artística, donde sus intérpretes o gestores sean de escaso conocimiento entre el público. Estos espectáculos, por su parte, tampoco acceden a los espacios tradicionales pues, a su vez, serán difíciles de ofrecer a la prensa, especialmente al Mercurio. Por tanto se produce una suerte de interdependencia entre los programadores, los espacios y la prensa, que tiene características muy claras cuando se refiere al diario de la familia Edwards.

El escenario en que se producen y reproducen las informaciones que se promocionan en El Mercurio, nos hace pensar en un sistema de complejidad mayor pues compromete a partes independientes que compiten por un terreno de negociación.

## 6. FACTORES INCIDENTES EN DECISIONES EDITORIALES SOBRE EL CORPUS

En el presente capítulo entregaremos una comprensión clara y esquemática de los factores que inciden sobre las decisiones editoriales que afectan al corpus de la investigación. Con ello, daremos respuesta a uno de los principales objetivos de esta investigación, que se traduce en la comprensión de las operaciones que se generan al interior de El Mercurio que controlan su marco de mirada.

### 6.1. DIMENSIÓN INSTITUCIONAL

Como primera observación, debemos señalar que el funcionamiento de El Mercurio puede ser visto como un organismo o sistema abierto, que se relaciona con otros sistemas o grupos de interés de acuerdo a una escala de reputación que intenta ser equivalente entre los intervinientes. Esto se sustenta en las relaciones que se establecen entre los distintos agentes, que hemos descrito en el capítulo anterior.

Pero con la sola caracterización no se explican aún completamente los factores incidentes en la la editorial del segmento que comprende nuestro corpus de investigación. Hasta el momento la caracterización ha dado cuenta de las preferencias editoriales y cómo éstas dialogan con las contrapartes, siempre teniendo el foco último en el lector del diario que exige (o acostumbra a) disfrutar de determinados estándares, físicos y simbólicos. En esa construcción de realidad que se establece entre quienes publican y los agentes intermediarios que manejan los espectáculos, hemos señalado que generalmente quedan fuera los productores, creadores y artistas.

Emerge evidencia, entonces, que las organizaciones que adquieren cierta



complejidad, que logran legitimar sus agendas, mantienen ciertos estándares de comodidad y ocupan un espacio simbólico de prestigio, ejercen una influencia a veces determinante al momento de instalarse en el espacio de la agenda de Espectáculos de El Mercurio. Para ello, estas organizaciones han desarrollado algunas estrategias que permiten capturar el interés de los medios, adaptando ciertos tópicos de discurso en función del gusto tácito que cada uno tiene.

Al menos en el caso de El Mercurio, especificado aquí en el Cuerpo C y su sección de Espectáculos, es necesario decir que las estrategias utilizadas por los principales agentes intermediarios van más allá de las esferas que controlan de modo natural, como la construcción de la cartelera (escogiendo obras donde se alojen parámetros como la aparición de figuras con trayectoria), y las mejoras en las instalaciones destinadas a la comodidad sus visitantes.

## **6.2. ESPECTACULARIDAD E INTERNACIONALIZACIÓN**

También se reportan algunos procedimientos que se apoyan en la idea de construir una imagen de espectacularidad respecto del sector productivo teatral. En esa vía, El Mercurio recurre a internacionalizar la imagen de la actividad teatral. Es frecuente que se introduzcan reportes sobre teatro en Buenos Aires, Londres y Nueva York, principalmente. Las formas en que esta información llega a las páginas del diario son diversas.

Por un lado se encuentra la imagen que el mismo diario quiere construir de su cobertura. En ese sentido, el concepto de espectáculo es el que guía esta emergencia, especialmente en la cobertura que se le ha entregado a la ceremonia de entrega de premios Tony en Nueva York. Esta iniciativa la propone el cronista de teatro hace algunos años, al constatar que la sección

de Espectáculos entrega una cobertura privilegiada a las premiaciones de la industria cinematográfica (con fuerza en los Oscar y algunos festivales europeos), la televisión (especialmente la adscrita a las producciones *hollywoodenses*), y de la industria musical (donde encontramos instancias de carácter global, hispano parlantes y locales).

Empecé a insistir, para la cobertura de los Tony, pero por una cosa de competencia entre áreas. Si estamos dando cuenta de la televisión, la música y el cine en el extranjero, que llega acá, pero el teatro también llega acá. Y empecé a darle cobertura a los Tony, lo que implica ir un domingo al diario, hacer una nota y estar hasta tarde, implica un sacrificio pero un sacrificio que finalmente ve un fruto en el sentido de darle una cobertura a un premio importante tal cual se le da al cine, la música y la televisión. Nace desde ahí, nace desde el interés del reportero (Miranda, p.6)

La introducción regular de esta cobertura ha traído algunos efectos no contemplados. De cierto modo, el diario ahora se obliga a entregar cobertura a las versiones locales de las obras cuyos montajes han participado de la ceremonia internacional. Son cada vez más frecuentes, entonces, casos de producciones nacionales que montan obras premiadas o reconocidas en instancias internacionales y que son más factibles de promocionar. Al tratarse, además, de textos que tienen trayectoria en circuitos de alto volumen de producción, frecuentemente vienen asociados a elevados costos por conceptos de derechos, lo que de alguna manera determina ciertas decisiones al interior de los equipos creativos, como la necesaria incorporación de figuras reconocidas en el medio local, lo que —como hemos visto— genera una mayor visibilidad. De la misma forma, estas producciones intentan ocupar espacios validados —si es que no son producidas desde ahí— para su presentación, completando un cuadro propicio para su difusión. Todas estas determinantes, como vemos, necesitan de una capacidad financiera y de gestión que excede

la media local, lo que marca una línea divisoria para el ingreso a la cobertura.

La idea de internacionalización de la escena local, también se puede ver con algunas alternativas que ofrece la cartelera capitalina y que son miradas con atención desde El Mercurio. El Teatro Nescafé de las Artes destaca entre aquellos espacios que tienen aparición frecuente en el Cuerpo C, a pesar de que su programación es “por fecha”, es decir que presenta sus espectáculos de modo puntual. En ese escenario muchas veces se transmiten, en vivo y en alta definición, espectáculos desde Londres o Nueva York. Es decir, el público asiste a una proyección de un espectáculo en vivo que ha sido recientemente estrenado en alguna de las capitales señaladas. La coincidencia de horario entre Santiago y Nueva York, permite que en algunas ocasiones se transmita en directo. Estos eventos mediados, hasta hace poco tiempo imposibles de imaginar por la complejidad técnica que implican, cuentan con centímetros asegurados en las páginas del diario en buena medida porque contribuyen a la consolidación del imaginario internacional de la escena local.

Del mismo modo, el surgimiento en el plano local de determinadas iniciativas que tienen como modelo de referencia las ceremonias extranjeras (con uso de alfombra roja, presentaciones que incorporan el factor *glamour*), también han encontrado en El Mercurio un espacio de difusión, incluso si incorporan cuotas de extravagancia o sátira. Nos referimos al evento de *Los Contadores Auditores Awards*, que ha alcanzado su décima versión en el año 2018, transformándose en un evento de validación dentro del sector productivo teatral, seguido de una fiesta muy selecta y con un formato de presentación en la línea de la espectacularidad, pero que sólo se emparenta en lo formal con su par norteamericano, ya que es un evento organizado por una compañía teatral independiente que instala categorías de premiación desplazadas de toda formalidad. A modo de ejemplo, se premia —además de categorías tradicionales como “actor”, “actriz”, “dirección”, etc— al “mejor boleterero”,

“mejor reemplazo” y “mejor teñido”.

En su versión de 2016 de “Los Contadores Auditores Awards”, aparece en el Cuerpo C en la edición del jueves 7 de abril, acompañado de ocho pequeñas fotografías de figuras relevantes, una nota de siete párrafos —firmada por Eduardo Miranda—, titulada “El teatro independiente premiará a los favoritos de la temporada”. Desarrollado en Matucana 100 (espacio validado en el espectro), fue presentada por el diario como una ceremonia de premiación que intenta “imitar el brillo de la entrega de los Premios Oscar, la estructura de los Tony y la desfachatez de los MTV Video Music Awards” (ver Recorte 2). También es necesario destacar que la compañía Los Contadores Auditores es una excepción para El Mercurio dentro de las compañías emergentes, recibiendo una cobertura regular de sus estrenos.

RECORTE 2: NOTA APARECIDA EN CUERPO C, 7 DE ABRIL 2016. FUENTE: IMPRESA.ELMERCURIO.COM

**El teatro independiente premiará a los favoritos de la temporada**

La compañía Los Contadores Auditores lleva ocho años a cargo del reconocimiento que mañana tendrá una ceremonia en Matucana 100.

**EDUARDO MIRANDA**

La idea es imitar el brillo de la entrega de los Premios Oscar, la estructura de los Tony y la desfachatez de los MTV Video Music Awards. Siempre con un tono crítico, burlón y desde la mirada de la escena local. Se trata de Los Contadores Auditores Awards, una cómica premiación —con alfombra roja incluida— que desde hace ocho años reúne al mundo del teatro para reconocer a los favoritos de la temporada.

La idea fue creada por la compañía Los Contadores Auditores (“Safari para divorciadas”), integrada por los diseñadores y directores Juan Andrés Rivera y Felipe Olivares. “Queríamos mantener la esencia de esas premiaciones que siempre vimos por la tele, pero sumando la colaboración y la artesanía que tiene el teatro local. El resultado es una ceremonia de encuentro de todo un gremio”, cuenta Olivares.

La premiación nació en redes sociales y fue cobrando relevancia en la escena teatral. “De hecho, cada vez nos sorprende la convocatoria y las ganas que tienen todos de participar”, agrega Olivares sobre el evento que, por tercer año consecutivo, llegará al escenario principal de Matucana 100.

La ceremonia que se realizará mañana desde las 21 horas no solo reconoce a las mejores obras e interpretaciones del año, sino que también tiene premios tan insólitos como Mejor Técnico, Mejor Crítico o Mejor Escena XXX. “Queremos visibilizar al teatro en todas sus expresiones. Hay partes del teatro que siempre están en silencio y que trabajan detrás del escenario, escondidas. Esta es la instancia para reconocerlas”, cuenta Felipe Olivares.

¿Y qué se llevan los ganadores? Un premio que también es una humorada: La Palometa de Oro, una pequeña escudra que le hace honor a ese elemento que sostiene las escenografías en cualquier montaje teatral. Ojo, que aquí son los teatristas quienes votan mediante Facebook. Los Contadores Auditores se encargan de contar los votos, y junto al diseñador Rodrigo Lasl y la actriz Evelyn Ortiz producen el evento que concluye con una fiesta.

Entre los nominados de este año están Paola Volpato por “El amor de Fedra”; Alejandro Sieveking, por “Novela”; Patricia Rivadeneira y Claudia Celedón, por “Xuárez”, y Néstor Cantillana por “Demonios”, entre otros.

El evento funciona como si fuera una gran obra de teatro y, por lo tanto, hay que pagar una entrada de \$6.000 para acceder a la premiación y la fiesta.

**Alejandro Sieveking.** **Natalia Valdebenito.** **Paola Volpato.** **Néstor Cantillana.**

**Héctor Noguera.** **Patricia Rivadeneira.** **Los Contadores Auditores.** **Claudia Celedón.**

El interés del diario por la actividad de esta compañía se debe a la buena posición que ha logrado el grupo, siendo apadrinados por la Fundación Teatro a Mil y ocupando espacios que habitualmente pueden obtener cobertura del

diario. Además, distintos agentes destacan el interés profesional que hace el cronista de la sección, Eduardo Miranda, que intenta ingresar a la agenda del diario expresiones teatrales que no estén totalmente alineadas con la tradición, pero que sean suficientemente flexibles como para permitir un encuadre coherente. El caso lo explica correctamente Claudia Miranda, del área de comunicaciones de la Fundación Teatro a Mil:

Valoro mucho el trabajo y lo que ha hecho el Eduardo [Miranda], porque él es una persona que sí ve mucho teatro, que está donde está lo que está ocurriendo y que ha luchado por instalar varios temas. Me parece muy importante, por ejemplo, lo que él ha hecho con Los Contadores Auditores. Los Contadores Auditores ahora son un grupo muy conocido, tienen 10 años, tienen los premios, pero en algún momento fueron emergentes y creo que en El Mercurio les dieron un espacio, a pesar de que generalmente no cubren a grupos emergentes (p.2).

Entonces no basta que los grupos creadores tengan una propuesta llamativa, que algún encargado del diario se interese en su trabajo y que de alguna manera logren una alianza con un ente que los certifique, sino que además deben contener alguna forma que permita insertarlos en el discurso del diario. En ese sentido, la fiesta-premiación organizada por Los Contadores Auditores es un boleto de entrada a las páginas de El Mercurio.

En una línea de trabajo similar se encuentra Centro Mori, una de las salas con mayor cobertura por parte del diario, que ha creado ciclos de teatro familiar, fomentado producciones propias con textos probados (muchos extranjeros) y, en la última temporada, ha presentado su parrilla anual con un evento que tiene toques de fiesta donde resaltan a las figuras más populares que se subirán a su escenario.

La cobertura internacional que hace el diario también entra en alianza con otros factores editoriales. Buenos Aires es una de las plazas teatrales que

recibe cobertura destacada, respondiendo a una supuesta relación de los lectores del periódico con la capital de Argentina. Según Mario Valle Buenos Aires, Nueva York y Londres, “son plazas en que es más factible que llegue el público chileno. O sea, Argentina es el principal destino tanto laboral como turístico que tienen los chilenos” (p.4), premisa que los obliga a estar pendientes de lo que sucede ahí en todo ámbito. Uno de los efectos derivados de esta observación es la cobertura habitual que se hace de la cartelera transandina para días festivos como la Semana Santa.

Pero también se dan alianzas editoriales con espacios que mantienen una posición dominante en el contexto teatral chileno. Según Eduardo Miranda:

En el ejercicio del periodismo cuando alguien quiere promover una nota, pensando en el Nescafé de las Artes o en el Teatro Municipal de Las Condes, si ellos quieren darle exposición mediática a su contenido, a lo que están haciendo, a sus cosas internacionales, son esas mismas empresas los que nos invitan a ver el espectáculo afuera. Por ejemplo, cuando han tenido ciclos teatrales argentinos, me han invitado a ver las obras antes, ver la obra en Buenos Aires, hacerle una entrevista al actor, cosa que sale publicado. Ahí sí hay un acuerdo, pero es netamente periodístico y editorial (pp.7-8)

Un ejercicio similar realiza el Teatro Municipal de Las Condes, que organiza anualmente el Festival de Teatro Joven, donde solo participan obras emergentes ya estrenadas en la temporada habitual. El Festival lleva a la compañía ganadora a Europa, para ser presentada en el Festival Iberoamericano de Teatro de Cádiz. Para destacar esta iniciativa, ha sido frecuente que se invite a un periodista de la sección Espectáculos para cubrir la gira, y por tanto también se logra cobertura del evento que se realiza en Santiago. Esta alianza también es calificada como un vínculo editorial y no comercial.

Resulta evidente sin embargo, que este tipo de estrategias requiere de una alta disponibilidad de recursos destinados a la promoción de las piezas artísticas, provisión con la que cuentan contadas producciones en el contexto nacional. Por tanto aquí aplica un sesgo económico que se suma a un alineamiento editorial. Es cierto que no se paga directamente por aparecer en las páginas del diario, pero se invierten recursos –prohibitivos para la mayoría de las producciones nacionales– en generar un entorno del producto que sea compatible con el perfil del periódico.

El beneficio para El Mercurio radica en reforzar la idea internacional de su segmento, dentro de un contexto que parece estar en la esfera de sus lectores. Surge como evidencia el hecho de que el mencionado Festival de Teatro Joven, donde se destacan obras del circuito emergente, tiene interés para el diario por estar anclado al municipio de Las Condes, ocupando uno de los teatros mejor equipados de la plaza, en un barrio acomodado donde se concentra parte importante de sus lectores potenciales.

Surge aquí una visión, donde el sector teatral adquiere características de una representación de los objetos sociales y culturales bajo el prisma de un capitalismo tardío, donde se ha instalado "un capitalismo cultural que transforma sectores enteros de la vida en experiencias comercializadas" (Lipovetsky & Serroy, 2010, p.122). La mirada del sector teatral que nos entrega El Mercurio, con este agregado de espectacularidad y aires de internacionalización, es una propuesta de vivencia posible de ser adquirida por el lector del diario en la lógica del mercado de experiencias, ampliando la gama tradicional de productos teatrales.

### 6.3. RELACIONES PERSONALES: PORTADORES DE PODER

Existe aún otro factor que incide en las decisiones editoriales de El Mercurio, que surge como concepto emergente durante la tanda de entrevistas que acompañaron este trabajo. Pamela López, desde su posición en el GAM, identifica tres factores que influyen en la relación con los medios de comunicación: la esfera institucional, la oferta programática y las relaciones personales. Sobre las dos primeras ya hemos realizado un desglose de su comportamiento y de sus distintas aristas, lo que estaba dentro de los resultados esperados para esta investigación.

La esfera de las relaciones personales, sin embargo, no parecía un factor a considerar dentro de las posibilidades que se esperaban a encontrar. Según lo recogido en los distintos testimonios, la gestión y el acoplamiento a nivel personal entre gestores y cronistas es fundamental para lograr el éxito de las estrategias comunicacionales.

Dentro de este ámbito es relevante el dato de la estabilidad de los profesionales de El Mercurio en el área. Los gestores de los espacios y organizaciones del medio teatral también son un grupo de profesionales que mantiene cierta estabilidad en el tiempo. Por ejemplo, de los espacios con mayor cobertura por parte de El Mercurio como lo son GAM, Centro Mori y Teatro UC<sup>5</sup>, están todos encabezados por profesionales que llevan años en el circuito. Es un capital de trabajo valioso, el hecho de que el cronista de la sección espectáculos lleve 12 años y que el crítico extienda su colaboración ya por 20 años en el diario y 25 en la empresa. No se trata sólo de generar una identidad en la estructura de las publicaciones, sino que establecen vínculos

---

<sup>5</sup> A cargo de programación en Centro GAM se encuentra Pamela López desde el año 2016, donde llegó por concurso, pero antes estuvo a cargo del Teatro UC y suma cerca de 10 años en el área de gestión de proyectos vinculados a la escena. En el Teatro UC, actualmente se encuentra a cargo Verónica Tapia que ya tiene ocho años en la institución. Andrea Pérez de Castro se encuentra a cargo de la gestión de programación de Centro Mori desde su apertura en el año 2004.



con los participantes de la escena y, especialmente con los gestores, de manera de convertirse en parte del medio. Para Pedro Labra esto es un modo de operación normal cuando declara que “lo ideal es que el crítico haga sólo crítica, como pasa en todas partes del mundo, y se entienda con los administradores de sala, con los gestores, que es lo que yo he tratado de hacer” (p.8). En esa misma línea se muestra Pamela López, que entiende que el camino natural de la cobertura debe mantener un conducto regular, donde las ideas y los ángulos se discuten entre los profesionales asignados, manteniendo ciertas lealtades:

Eso funciona así, porque se establecen relaciones de confianza. Ahí creo que es esta la palabra principal, relaciones de confianza donde si prometes una nota a un periodista, entonces no la compartes con otro medio, relaciones de exclusividad, pactos de silencio sobre ciertos temas sobre los cuales acuerdas que salgan más adelante que tal vez no necesariamente me conviene que salga ahora. Y viceversa, muchas veces también ayudando a los periodistas que en contextos más sociales, informales, te preguntan, qué proyectos hay, qué podemos hacer juntos. A veces, cuando la relación de confianza es mucho mayor, te comentan las notas que están pensando hacer (p.3)

Entonces se abre una hoja donde aparecen con un rol importante las relaciones que se encuentran fuera de las directrices institucionales, que están regidas por contextos sociales, donde la informalidad de la información que se intercambia no es un impedimento para que se cierren algunos pactos; al contrario, estas instancias facilitan el intercambio de informaciones clave que se manejan luego en las relaciones formales entre las instituciones.

Esta descripción promueve una clausura de la operación presidida por los individuos responsables de guiar determinadas decisiones editoriales. Los extensos periodos que estas personas llevan en el ambiente y en cargos de responsabilidad editorial, permiten que las relaciones personales vayan adquiriendo mayor relevancia, lo que genera la aparición de vasos

comunicantes entre las organizaciones que componen este sistema. Las figuras a cargo entonces, empiezan a manejar una cuota de poder que comparten y negocian en nombre de una institución, pero que se atribuye en buena parte a la encarnación particular del poder.

Esta arista no estaba prevista como un factor que pudiera incidir en la cadena de decisión editorial, lo que modificó el centro de gravedad de la investigación. En este punto, la teoría del encuadre queda estrecha para dar cuenta de todos los elementos que giran en torno las incidencias efectivas sobre la editorial de El Mercurio en su sección Espectáculos. Tampoco podemos explicarnos completamente este mundo acudiendo a las conceptualizaciones de mundo que propone Bourdieu, las que se basan en estudios y análisis que se mueven en territorios de mayor complejidad editorial, donde las definiciones políticas de los medios se asumen con más naturalidad, pero sobre todo donde existe un abanico de periódicos y tipos de teatro que se identifican con corrientes filosóficas e ideológicas y que encuentran sus puntos de contacto de modo orgánico. La mirada de Luhmann difícilmente puede ayudarnos a detallar de manera descriptiva y crítica la relación que se establece con El Mercurio, pues la condición autopoietica de las organizaciones, no permite explicar el sistema con los individuos dentro de la cadena; del mismo modo, tampoco nos permitiría dar una respuesta satisfactoria al intercambio y alimentación que se produce entre un organismo y otro, y las áreas que comparten a pesar de la autonomía de sus gestiones.

En el siguiente capítulo haremos una propuesta de lectura de esta relación que se basa en la *interpoiesis*, concepto que instala el matemático chileno Rolando Rebolledo (2013) y que, desde nuestra perspectiva, permite dar respuesta y un marco lógico de comprensión a lo que hemos descrito hasta ahora.

## 7. RELACIÓN ENTRE EL MERCURIO Y EL SECTOR TEATRAL: PROPUESTA INTERPOIÉTICA PARA SU DESCRIPCIÓN

Como hemos visto en los capítulos anteriores, la generación y publicación de contenidos relacionados a la actividad teatral en El Mercurio depende de factores internos y externos a la organización, pero que influyen en las directrices editoriales.

### 7.1. DIMENSIONES INTERNAS

Entre los factores internos que hemos detectado, se encuentra el posicionamiento del periódico en un segmento de público que, sin ser explícito, se encuentra interiorizado y asumido por los agentes a cargo, donde operan factores de clase: el periódico está dirigido a un lector acomodado económicamente, que supera los 40 años de edad y que se mueve preferentemente en un sector de la ciudad.

Esto se enlaza además con un segundo punto relevante, que también pertenece al ámbito interno, que es la historia del diario, entroncado en una raíz de segmento dominante, preferentemente conservador en lo político, pero –al menos en la cobertura de la actividad teatral– abierto a una creación que maneje cierta libertad sin ser disruptiva. Esto se puede constatar en la forma en que se presentan las temáticas más conflictivas para el diario, ya sea moderando los aspectos de choque o bien desplazando las publicaciones a días con menor lectoría.

En tercer lugar, este cuadro también nos plantea la necesidad del diario por asegurar un determinado estatus de sus publicaciones en el sector, haciendo una diferencia entre alta cultura y baja cultura, lo que se materializa en un

doble filtro; El Mercurio primero hace una diferencia entre las secciones que publica y su denominación: así el apartado CULTURA (cuerpo A) se incluyen noticias de música docta, artes visuales, ópera, institucionalidad; en el apartado ARTES y LETRAS se incluye literatura, ensayo y ocasionalmente teatro; y en ESPECTÁCULOS (Cuerpo C) se cubre televisión, música popular, cine y teatro. Es decir, la actividad teatral es ubicada en la categoría de industria, lo que se emparenta a la cultura popular o de masas —por su transversalidad en el público objetivo— o la baja cultura —en el sentido del proceso industrial al cual se pretende adscribir. Esta categoría que enmarca al grueso de la actividad teatral en el medio de comunicación que nos aboca, sin embargo, es cuestionada por los periodistas y colaboradores de El Mercurio entrevistados para este trabajo, que señalan en general que el teatro debiera estar anclado a la etiqueta de cultura más que de espectáculo. Con todo, tras la observación de nuestro objeto, creemos que esta diferencia de opinión interna es artificial e irrelevante. Artificial por cuanto no hay realmente una extensión medible entre lo que denominamos alta y baja cultura, si aceptamos la idea de encontrarnos inscritos en un sistema postmoderno donde rige el modelo de *Industria Cultural* (Horkheimer & Adorno, 1998), en el que se esfuma la distancia entre un espacio y otro. Y la declaramos irrelevante por cuanto todo el periódico, incluso el segmento de “Cultura” hace un tratamiento que no alcanza profundidad temática, por lo que en ningún momento se hace un cuestionamiento del objeto cultural, sino más bien se cumple un rol de difusión e informativo. Sin embargo, esta autodenominación sí genera rendimiento interpretativo, ya que orienta a los lectores y marca los énfasis de quienes trabajan en el desarrollo de contenidos, aunque sea sólo por el efecto que genera la denominación.

## 7.2. ESPECTACULARIDAD, INDUSTRIA Y ENTORNO

A partir de esta tercera observación, se logra configurar una construcción de la actividad teatral que quiere resaltar los aspectos espectaculares, los que se pueden entender desde los ejes propuestos por Adorno y Horkheimer en la IC: cultura de masas en desmedro de cultura popular, concentración centros de producción vs. multiplicación de polos de recepción, construcción de celebridad (*star system*) que puedan reproducir el modelo en el ideario de la individualidad, apoyado en los avances técnicos y el modelo de circulación del dinero a través de un mercado más o menos liberado.

Estas coordenadas, por cierto, se encuentran dentro de las descripciones que hemos hecho de las publicaciones del diario, pero creemos apresurado incrustarlo únicamente en el marco conceptual de la IC, pues la propuesta nacida de la Escuela de Fráncfort es una comprensión de mundo y funcionamiento que se ha extendido más allá de los medios de comunicación y que los involucra como parte de un conjunto social que ha evolucionado en esa línea. Por lo demás, hacer una lectura en este sentido, nos llevaría a discutir una vez más las coordenadas de la postmodernidad y sus consecuencias extendidas en todo el funcionamiento social, sin que ello nos ayude realmente a clarificar la pregunta central de este trabajo, que apunta a develar las operaciones que inciden en la cobertura de la actividad teatral que hace un determinado medio. Sin embargo, como hemos visto, el contexto de la postmodernidad aparece como un marco lógico de relaciones, donde la IC se constituye como telón de fondo junto a las propuestas de Baudrillard, Bourdieu, Lipovetsky, Luhmann, Ossandón y Subercaseaux, entre otros autores que ya hemos referido.

En una siguiente capa de lectura de El Mercurio, vemos que se pone en marcha un segundo filtro en torno a la actividad teatral, realizando una segmentación que pretende responder a un esquema de elite cultural, disponiendo

determinadas garantías al espectador –en su mayoría tácitas– que avalan (o construyen) una supuesta calidad de los espectáculos. Como hemos visto en la descripción del comportamiento editorial, se establecen algunas garantías mínimas que le devuelven al “espectáculo teatro” un carácter distintivo, tendiente a entregar una sensación *glamorosa* de la actividad, sumando un conjunto de comodidades anexas –usualmente relacionadas al nivel de la capacidad instalada de los espacios– o destacando características especiales de las obras –estándar de producción–, o sus intérpretes –explotando la imagen de estrella–, intentando transferir al lector una experiencia diferente y, por tanto, exclusiva.

En esta operación de reposicionamiento de la actividad teatral, que vuelve a imprimirle un manto especial pero manteniéndola en la zona de superficialidad y entretención que se incrusta en la denominación de la sección *Espectáculos*, se establece el contacto más sólido –tal vez el único– con el destinatario final del producto: el lector, a su vez el público. Si bien el público se encuentra declarado como prioridad en el enfoque del medio, el énfasis en las noticias relativas a la actividad teatral se concentra en las operaciones que permiten otorgarle una determinada categoría social, más que en la apreciación de un objeto artístico.

Supuestamente este segundo objetivo debiera cumplirse a través del brazo especializado que constituye la crítica, la que se encuentra reducida a pocos párrafos y que escasamente alcanza a dar cuenta de manera integral del espectáculo escénico y su relación con el espectador, siendo nuestra percepción coincidente con la que expresa Rodríguez-Plaza (2011) en el sentido de un descuido (o al menos un desplazamiento a un discreto segundo plano) en torno a los aspectos materiales del teatro –como lo son la escenografía, luz, vestuario, movimiento, etc–, y reforzando los comentarios en torno a las estructuras más conocidas, como el texto, la dirección y las

actuaciones.

Esta capa de lectura que se estructura en El Mercurio respecto de la actividad teatral, se sostienen a su vez en el fuerte tejido que ha logrado tensar con otras instituciones que se han plegado a un ideario similar, por lo que trabajan destacando determinados elementos en el contacto con el público, que suelen tocar las mismas zonas descritas.

### **7.3. INTERPOIESIS: INTERCAMBIO, RETRIBUCIÓN Y AGENCIA**

Si vemos a El Mercurio como una institución que mantiene una posición de referencia entre los medios y que ejerce una influencia documentada en todas las áreas sobre las que opera, podemos vernos tentados a describir esta empresa como un sistema en si mismo, ya que se constituye como un centro de poder que mantiene cierto dominio de su entorno, logrando controlar las potenciales amenazas. Sin embargo, esta investigación muestra con claridad que la organización El Mercurio mantiene esta sensación de agencia y poder — al menos en el área de la cobertura de la actividad teatral—, en la medida que logra coordinar y alinearse con otras instituciones con las que intercambia cuotas de prestigio e influencia.

Este impedimento por catalogar a El Mercurio como un sistema cerrado, de modo de poder comprender su funcionamiento de manera completa, así como tampoco podemos inscribirlo como un sistema abierto pues sigue patrones que se establecen de modo tácito —como una serie de normas de comportamiento no escritas que mantienen la identidad externa y la cohesión interna—, lo que implica un dilema conceptual.

En este punto, nos parece pertinente traer y aplicar el concepto de interpoiesis que propone el profesor Rolando Rebolledo a partir del estudio y cuestionamiento en torno a la propuesta de Luhmann. Rebolledo plantea que

si “en el sistema principal no se puede concebir la *auto-organización o autopoiesis* (como sí sería posible de proponerla en un sistema cerrado), pues su organización interna dependerá de su relación con el medio, de los diversos intercambios (energía, masa, información) que entre ambos se produzcan” (2012, pp.49-50) entonces nos encontramos frente a una relación *interpoiética*.

En este caso, proponemos ver a El Mercurio –en cuanto su cobertura de la actividad teatral– como una organización que depende de la relación con el medio, desde donde escoge otras organizaciones y agentes para fortalecer su posición. Desde esta perspectiva, podemos afirmar que El Mercurio mantiene una posición de dominancia porque es capaz de mayoritariamente escoger las relaciones y los términos que requiere establecer para producir los diversos intercambios a los que se refiere el profesor Rebolledo.

Esta posición ocupada por la organización El Mercurio, que tiende a un intercambio de información controlado, responde también a mantener dentro de ciertos límites tolerables la *entropía* del proceso, lo que se traduce en bajos niveles de desorden en el intercambio (Reyes, 2014). Esto implica, desde un punto de vista teórico, que todo intercambio de información se produce arrojando altos niveles de energía útil. Un ejemplo de ello, se puede ver con claridad en la relación que se establece entre El Mercurio y el Festival Santiago a Mil, donde el medio escrito es *media partner* del evento, donde se han producido ciertos roces en la relación cuando el festival exige al medio que cubra determinados espectáculos con un enfoque y un tiempo dispuestos desde la programación (Miranda). Esto ha producido pequeños quiebres entre los interlocutores que se han resuelto con la imposición de El Mercurio de su posición, fortaleciendo la posibilidad de controlar la *entropía* del proceso, en función de lo que es útil para El Mercurio. Al mismo tiempo, el interés por cubrir el festival radica en el fortalecimiento de una imagen que entrega El



Mercurio a sus lectores.

Lo que nos pasa con Santiago a Mil es que efectivamente logra llenar una gran cantidad de espacios, logra invitar una gran cantidad de creadores internacionales para que el espectador chileno vea esos espectáculos internacionales que muchas veces son de reconocida calidad en términos de documento, se les han hecho notas en el extranjero. Hay algo que nos dice esto es bueno porque salió publicado en otros diarios, la crítica dice en el extranjero esto es bueno. En mi trabajo yo le creo a lo que dice el crítico del Ney York Times o The Guardian, le creo (Miranda, p.4)

En este conjunto de interacciones que se da entre El Mercurio y los distintos grupos de interés de los que está rodeado, nos muestran de forma consistente que las condiciones se encuentran fijadas desde la posición ocupada por el medio escrito, que a su vez se apoya en la transferencia de reputación que logra extraer, muchas veces de forma indirecta, de los propios interlocutores. A modo de devolución, El Mercurio entrega –junto con la cobertura periodística–, elementos de prestigio que son necesarios para la supervivencia y posicionamiento de estas entidades. El juego de subsidios de información, reputación y prestigio mantiene un equilibrio que configura el proceso de reorganización o *negentropía*, inseparable del concepto de *entropía*, donde es interesante observar que este ciclo contiene “una doble realidad [que] es precisamente la que explica el desarrollo del organismo y sus constantes transformaciones a la vez que su unidad organizacional” (Reyes, 2014, p.78).

Esta relación dual de ambos polos se instala en la base del entendimiento *interpoiético*, por lo que es necesaria de ubicar en el mapa conceptual de la interpretación que proponemos. En de la elaboración *interopiética*, las transformaciones de los organismos se conciben en relación al y dependientes

del entorno, pues se establecen puentes entre los conceptos de estructura y organización, “donde ambas nociones se encuentran íntimamente ligadas a modo de equilibrio dinámico” (Reyes, 2014, p.90).

Del mismo modo, la noción de *interpoiesis* aplicada sobre distintos sistemas, tiende a “disolver la pregunta por la identidad de los sistemas” (Op.Cit, p.93), lo que permite adaptar el modelo a distintos planos de realidad, donde en la práctica, los problemas identitarios se ven en constante redefinición.

Si bien hemos situado a nuestro objeto El Mercurio como la organización que ordena las relaciones con su entorno, mostrando un fuerte nivel de agencia, las negociaciones con los otros grupos producen tensiones ocasionales que, por lo observado, generalmente se resuelven respetando las premisas de El Mercurio; pero el estado actual de las relaciones, no garantiza que el flujo de poder se mantenga en el futuro. También hemos mencionado que el grado de influencia de la prensa escrita ha ido en baja, cuestión que ha podido sortear la publicación aplicando filtros en distintos niveles de la relación, donde podemos identificar cuatro acciones:

- a) apelando al prestigio que devuelve la publicación de papel
- b) estableciendo alianzas con los centros mediadores para intercambiar flujos reputacionales
- c) incrustando personajes clave en las arterias de flujo de información
- d) replicando modelos extranjeros como forma de validación interna

Todas estas operaciones implican en su accionar un intercambio con el entorno, accediendo a una zona de negociación donde es posible que los equilibrios cambien en el corto o mediano plazo, dado que el peso de la

publicación enfrenta problemas derivados, principalmente, del cambio de soporte por la migración tecnológica y la configuración de un nuevo paradigma de recepción que aún está en formación.

Efectivamente, entre los mismos centros mediadores existe una percepción a la baja del grado de influencia que tienen las publicaciones impresas. En ese sentido, que El Mercurio mantenga separadas sus empresas de papel y soporte virtual, con equipos editoriales distintos, parece hoy una debilidad que debieran solucionar en el corto plazo. Recordemos que la versión digital de El Mercurio, EMOL, fue una empresa creada en el año 2001 destinada a enfrentar con éxito la nueva era tecnológica. Si en un inicio pudo parecer una decisión acertada, de manera de especializar a un conjunto de profesionales en un área naciente, hoy parece un obstáculo para conservar una posición de ventaja, obligando a los interlocutores a dialogar con grupos distintos.

Otra debilidad presente se encuentra en el deterioro, lento pero sostenido, del equipo de periodistas de Espectáculos, del espacio que ocupan y de los servicios que entregan. Desde el año 2018, por ejemplo, han dejado de publicar las carteleras de cine y teatro entendidas como servicio, al verse siempre en conflicto con la liquidez de la información<sup>6</sup> y, por tanto, la imposibilidad de proporcionar entregas fiables. Aquí también opera una decisión del entorno, donde el servicio que significaba la publicación en El Mercurio ya no parece indispensable para contactar a sus públicos. También a modo de ejemplo, aunque el equipo a cargo de teatro se ha mantenido relativamente estable, la disminución de centímetros aparece como una condicionante de la cobertura que se entrega y de la profundidad que esta

---

<sup>6</sup> Los problemas se presentaban, principalmente en el cine, al momento de publicar información de horarios que luego se cambiaban por parte de los centros de exhibición. En teatro, ya hacía al menos dos años que asumían una imposibilidad de publicar una cartelera completa de la actividad, dada la ramificación de salas y estilos de producción. Con todo, el mayor problema fue el propio desinterés de los beneficiados que sienten más apropiado publicar su actividad en plataformas virtuales con más y mejor control.

alcance. Por tanto —según el testimonio de los involucrados—, el número de publicaciones tiene una curva descendente en el tiempo, a consecuencia del debilitamiento estructural, lo que va mermando la influencia del medio.

Todas estas observaciones se ubican en torno a las expresiones concretas del objeto de interés, lo que refuerza nuestra idea de tratarlo a través de las conceptualizaciones generadas a partir de la *interpoiesis*, ya que esta se “propone no sólo comenzar el análisis desde la condición material del universo sino que además sostiene la necesidad de trabajar con los sistemas siempre en función de nivel de realidad” (Reyes, 2014, p.99).

En ese entendido, el nivel de realidad para la El Mercurio en general, es un campo complejo sobre el que se deben mantener atentos. Es un hecho que el entorno vive un momento de cambio, al menos en lo que se refiere a la actividad teatral pero que podemos visualizar en otros campos, donde las comunicaciones con los distintos públicos tienen nuevos entendimientos a partir de la introducción de las plataformas de redes sociales, que permiten contactos particularizados con los grupos que se pretenden alcanzar. Uno de los cambios en el entorno que más atención demanda, se da justamente en el público que se encuentra fuertemente condicionado por “una revolución tecnológica, sobre todo en el campo de las comunicaciones y de las interacciones sociales, que es profundamente relevante para el consumo cultural” (Ibacache, 2012, p.16).

Por lo observado, El Mercurio tiende a anclarse en estrategias previas a la concepción de un público que empieza a responder y responderá a nuevas lógicas de consumo y comunicación. Su relación con este cambio se basa en la transferencia que se hace a través de los agentes mediadores que se encuentran más avanzados en este campo, aprovechando la transferencia de conocimiento de la que se pueden beneficiar, de un modo que parece más espontáneo que planificado. Cualquiera sea el caso, esta mecánica se entiende

y ocupa un espacio dentro del desarrollo de los distintos organismos que componen el sistema, desde la perspectiva *interpoiética*, donde las transferencias de energía e información suceden de modo constante y compensando aspectos entre los intervinientes. La pregunta que se abre es, si en el futuro, El Mercurio podrá mantener el centro de gravedad de este intercambio a su favor o cederá su posición de influencia y su nivel de agencia.

En el siguiente capítulo y final, dentro de las conclusiones, abordaremos esta pregunta y otras interrogantes que emergen tras observar y enmarcar nuestro objeto. La lógica de funcionamiento de la cobertura de la actividad teatral que hace El Mercurio actualmente parece estar bastante clara, habiendo cruzado las distintas variables que la componen y entregando una forma de comprenderla que nos permite situarla en una dimensión teórica que tiende a aplicarse de forma coherente sobre el objeto y sus relaciones.

## 8. CONCLUSIONES: RELACIONES, TENSIONES, COLABORACIONES Y NEGOCIACIONES

### 8.1. DISCUSIÓN

El mapa de relaciones que se establecen a partir de la descripción y comprensión de la cobertura de la actividad teatral que realiza El Mercurio, nos sitúa en un campo social definido.

Tal como se había adelantado en la hipótesis de trabajo, e independiente de las intenciones que tenga el equipo de trabajo a cargo de las publicaciones, El Mercurio habla desde y para un segmento que se ubica en una coordenada de dominancia. La cobertura se hace preferentemente y con énfasis en un espacio demográfico y social coincidente con el ideario tácito que mantiene la publicación. Este ideario se encuentra bien asumido tanto por el equipo de trabajo interno del diario, como por las organizaciones externas con los que el diario establece redes.

Hemos dado cuenta en estas páginas, de las relaciones que se encuentran privilegiadas en la edición impresa de El Mercurio, las que no sólo se producen por la necesidad de satisfacer las demandas del lector de la publicación, sino que se respaldan en los posibles intercambios y flujos de reputación que se puedan obtener de dicha relación. Estos intercambios, sin duda, obedecen también a la valoración artística de las obras que acceden a El Mercurio; pero esta valoración artística se encuentra fuertemente ligada al intercambio de valor simbólico que se genere en la operación. Lo mismo sucede con los centros de producción y exhibición que mayoritariamente llegan a la edición impresa, que tienen un estándar que permite albergar espectáculos que sean técnicamente de avanzada para el medio criollo. En la misma línea, todos los trabajos que tengan una posibilidad de internacionalizar la imagen del

periódico, responden a la misma lógica de intercambio de reputación. Esta configuración se adscribe a la interpretación del concepto de *campo* (Bourdieu) que hacen Carvajal y Van Diest (2009), cuando lo definen como un entramado de

Instituciones y agentes artísticos, en pugna por la imposición de categorías de percepción y valoración, formas de reconocimiento y arbitraje del gusto en materia cultural. Así, cuando hablamos de teatro, no hablamos sólo de obras y teatristas, sino de las condiciones de producción, circulación y percepción de una práctica artística anclada en un territorio de contiendas, alianzas y negociaciones. (p.74)

Las operaciones se producen dentro de este campo, proponemos verlas en un esquema *interpoiético* de interpretación, donde los sistemas de los agentes e instituciones se definen abiertos y el factor humano —es decir las personas encargadas de portar la información— son vitales para la comprensión y viabilidad de los intercambios. En ese sentido, hemos mencionado que el posicionamiento que hace el diario de sus profesionales dentro del campo de la producción y difusión teatral, tiene un sentido estratégico para obtener rendimiento de las operaciones de intercambio, y mantener una posición de privilegio en el contexto de la prensa nacional.

Pero las estrategias y prácticas de El Mercurio parecen, actualmente, quedar en una lógica de desfase, ancladas a una estructura que empieza a deteriorarse. De cierta forma, El Mercurio se ve atrapado por la imagen que ha construido de sí mismo frente a una sociedad —o a un sector de la sociedad, para ser más precisos— donde sólo fue capaz de edificarse con una comprensión de mundo que responde a estructuras patronales muy arraigadas en el inicio de la era industrial en Chile; estructuras que de alguna manera

fueron salvadas de la extinción, o al menos de un quiebre y cambio de rumbo, con la dictadura.

La primera relación social de El Mercurio es con la elite de la sociedad chilena, lugar desde donde nace desde un punto de vista histórico, y al que le escribe desde su platea. El lector de El Mercurio, hasta el día de hoy se encuentra identificado con la esfera dominante de la construcción social. Por tanto, y desde lo planteado en estas páginas, los primeros intercambios *interpoiéticos* de El Mercurio se dan con un segmento social y cultural definido como la elite chilena, siendo en su inicio un objeto subsidiario de la cúpula dominante, para pasar paulatinamente a ser parte de la definición indentitaria de los lectores de modo individual y como sector. Es inevitable que los traspasos de energía se vayan modificando en el tiempo, modifiquen a los organismos que los realizan, o una combinación de ambos factores a los que se deben sumar los intercambios *interpoiéticos* que se realizan con otros organismos de la sociedad, por lo que es plausible ver un cierto desgaste estructural.

Dentro de ese supuesto, la clase dominante en Chile ha tenido transformaciones en su modo de presentarse y en los discursos que establece, respondiendo a una estética y a una ética que produce niveles de consenso dentro de las comunidades, adecuándose a sus épocas. Pero no ha sido quebrada en su lógica de mantención y reproducción de castas de poder, las que responden a la segregación de la población, generación de alianzas y lealtades, centros de protección elitista y otros mecanismos que sirven para sostener medianamente inalterable las estructuras de poder. Un ejemplo de ello se ve en el manejo de la educación, como herramienta que filtra y mantiene separadas las altas y bajas esferas, como lo demostrara Zimmerman en 2013 cuando concluye “que el 50% de los cargos más altos en las empresas chilenas lo ocupan ex alumnos de sólo nueve colegios de elite” (en Guzmán, 2018, ¶3).



Los medios de comunicación en Chile responden mayoritariamente a estas mecánicas, especialmente El Mercurio, ya que carga con una tradición centenaria de la que son concientes los agentes y operadores de la empresa. Y en el caso del diario de la familia Edwards, podemos apreciar que —en las operaciones de interpoiesis—, el papel impreso devuelve certificados de estatus a sus destinatarios. Es, para el mismo diario, la principal moneda de cambio que puede ofrecer a sus contrapartes.

## 8.2. CONCLUSIONES

Aceptar la idea de que El Mercurio trabaja en función de definir y definirse en función de una clase determinada, que ocupa una zona geográfica acotada, que cuenta con recursos y comodidades que deben replicarse en sus espacios transitorios y que nutre y construye al menos parte de su prestigio con lo que el diario le puede ofrecer, nos conduce a interpretar su cobertura de la actividad teatral como una parte de un engranaje más complejo pero a la vez más evidente.

Esta idea nos permite visualizar con más claridad y dotar de coherencia a las estrategias relacionales que mantiene El Mercurio con los otros miembros de la escena teatral. Es comprensible que la mayor parte de las relaciones directas se den con instituciones que también le deban o tributen a la jerarquía. Y lo que devuelve El Mercurio, a cada una de ellas, es una validación explícita de estos organismos frente a la capa dominante. Estos intercambios se mantienen en el tiempo por muchas razones, inscritas en marcos de equilibrios difíciles de romper en estructuras sociales altamente verticalizadas, pero donde es habitual que la elite incluya la actividad artística y el campo de la producción de bienes culturales dentro de sus definiciones, pues “el establecimiento histórico de una ‘jerarquía cultural’ fue central para la formación de

elite” (Khan, 2012, p.367)<sup>7</sup>.

Parece un hecho que la relación que establece El Mercurio con la actividad teatral no busca devolver afluencia de público a los espectáculos (ninguna de las partes involucradas en la relación fue capaz de mencionar este punto como una garantía), ni tiene como primera tarea hacer una divulgación de la actividad artística teatral en el contexto nacional, o relevar los logros y dificultades de una institucionalidad cada vez más compleja. Por lo mismo, es comprensible que los interlocutores principales del periódico se ubiquen atrás de los creadores, principalmente en el anillo de la gestión y producción, donde hemos visto que se privilegian instituciones que sean capaces de responder y devolver categorías esperadas por la elite a la que accede el periódico.

Este campo de negociaciones ocurre en un ambiente de poca diversidad, pues no existe un abanico similar al utilizado por Bourdieu (2010) para su estudio de prensa y crítica, donde logra analizar e identificar las líneas editoriales respecto de los distintos públicos a los que responde. En Chile existen dos grandes conglomerados de prensa escrita –El Mercurio y Copesa– (Mönckeberg) que disputan el mismo segmento de público, es decir que aspiran a representar a la capa dominante de la sociedad, siendo El Mercurio el de mayor tradición. Por tanto, la relación que puedan establecer los distintos centros culturales con los medios escritos en Chile, especialmente con El Mercurio, se encuentran condicionados a la capacidad que tengan de ofrecer una programación que contenga ciertas categorías sociales: que sean aptos para ser consumidos por la elite y que puedan devolver lo que Kahn (2012) denomina *jerarquía cultural*.

Entonces, el problema –por ejemplo– que identifican los interlocutores que

---

<sup>7</sup> En el original: “The historical establishment of a “cultural hierarchy” was central to elite formation, with highbrow art on one end of the spectrum and mass, lowbrow on the other”. Traducción del autor.

entrevistamos para realizar este trabajo, en cuanto a la resistencia de El Mercurio por dar cabida a teatro “joven” o “emergente”, en realidad responde a la imposibilidad que tienen estos espectáculos de ofrecer la categoría social que el diario se obliga a entregar a sus lectores para la construcción de su imagen de elite. Mismo fenómeno que explica por qué la mayor parte de la actividad teatral de los centros culturales de la periferia de la ciudad, no ingresa a la pauta del diario.

Para ambos ejemplos existen excepciones —la compañía Los Contadores Auditores que mencionamos más arriba y los espectáculos fuera del anillo oriente de la capital que se presentan bajo el cartel del Festival Santiago a Mil—, que los profesionales del diario se apuran en mencionar para demostrar que mueven su cobertura donde esté la *noticia* y lo que sea *artísticamente valioso*. Sin embargo, ambas categorías se encuentran previamente sometidas al examen tácito que mide la devolución, o el ejercicio *interpoiético*, que puede obtenerse de la posible cobertura.

### 8.3. LIMITACIONES Y PROYECCIONES

En el trayecto que implicó la realización de este trabajo, se hicieron más densas algunas zonas de análisis e interpretación en la medida que aparecieron conceptos emergentes. Así, la incorporación protagónica del *espectáculo*, los *campos* y la *interpoiesis*, en un marco conceptual que se abrió hasta la IC, nos ofreció un mejor rendimiento a la hora de entender el comportamiento de El Mercurio en la cobertura que ofrece de la actividad teatral. Este enfoque, en algunos grados desviado de la planificación original, nos permitió efectivamente dar respuesta a las preguntas de investigación de una forma —a nuestro entender— amplia, lo que implica una comprensión que es capaz de construir una estructura de interpretación, ubicando a nuestro

objeto de estudio en una línea histórica, social y cultural que responde (y debe responder) a determinados patrones. De forma indirecta, esta línea de análisis nos permitió definir el segmento de público al que apela El Mercurio, que, suponemos, no debiera ser muy distinto en sus otros cuerpos sectoriales.

Sin embargo, debemos señalar como limitación que haber tomado este rumbo investigativo, nos impidió hacer un análisis de discurso a fondo. Las palabras utilizadas en la descripción de la actividad teatral, los patrones que pueden dibujarse de ese análisis, es algo que se mantiene en deuda. Esta decisión apuntó a tratar de identificar los factores que estructuran las relaciones e intercambios que hace el periódico, por lo que nos enfocamos en describir e interpretar los procedimientos por sobre la materialización de las acciones. Por otro lado, la estructura de El Mercurio que mantiene siete secciones donde se entrega cobertura a la actividad teatral, en una suerte de compartimentación, hace que cada uno de los segmentos tenga una definición de estilo particular. Un análisis de términos más frecuentes y reincidentes, nos podría haber ayudado a caracterizar las diferencias que existen al interior del diario. Una opción de esta naturaleza nos entregaría datos y conclusiones valiosas sin duda, pero pensamos que no responderían de la mejor forma a los objetivos que habíamos planteado en función de identificar los factores que inciden en la cobertura que entrega El Mercurio a la actividad teatral. Creemos que esta tarea, de concentrarse en los discursos elaborados desde el diario, la dejamos pendiente y puede representar un flanco de crítica para este trabajo. Al mismo tiempo, es una variante de investigación que puede sumarse a la fase estructural que presentamos aquí, en una siguiente etapa, lo que completaría el retrato del comportamiento del medio en materia de cobertura teatral.

En la misma línea, sería óptimo hacer crecer esta investigación en el tiempo incorporando una mirada de la cobertura de la actividad teatral en otras

épocas y, con esos datos, hacer análisis comparativos. Muy interesante sería ver la cobertura entregada durante la explosión de compañías independientes en la década de 1960; durante el periodo de dictadura que a su vez puede dividirse en al menos dos fases distinguibles (1973-1980 y 1981-1988); o durante la década de 1990 y la fase de recuperación democrática o transición. Creemos que el comportamiento de El Mercurio, como lo hemos visto en estas páginas, refleja en cada caso la posición y construcción de la clase dominante, siendo la actividad artística un campo de observación y discusión de mucha riqueza. Esta aspiración de carácter longitudinal excede por mucho la esfera que pudimos abarcar en el presente reporte, tanto por los objetivos planteados como por la capacidad y tiempos que se disponían, pero se encadena en la línea de proyecciones posibles a partir de este trabajo.

Otro factor relevante, que por la dimensión que implica también queda fuera de esta presentación, se produce en los últimos años para la definición de El Mercurio en todas las materias, y también en términos de actividad cultural, con la aparición de La Tercera, una competencia fuerte y decidida a disputar el sector. Desde la reconversión del diario tras la compra por el grupo Saieh, La Tercera ha hecho un esfuerzo por competir el espacio simbólico que ocupa El Mercurio en el imaginario nacional. Han destinado recursos a todas las áreas, reforzando también su labor de espectáculos donde se aloja la cobertura a la actividad teatral. Sería muy interesante hacer un estudio comparado de ambos medios bajo la premisa estructural que proponemos aquí.

En última instancia, creemos que sería estimulante ver en detalle la fase de reconversión de impreso a la era digital que vive El Mercurio. Si bien hay algunos puntos que se han tocado en estas páginas, es un proceso que se encuentra en marcha y tiene características dinámicas. No se encontraba dentro de nuestros objetivos iniciales, pero dado el esquema de la empresa,

donde mantiene en cuerdas separadas sus filiales impresas y digitales de El Mercurio, se incluyeron algunos problemas que se reportaron en la fase de entrevistas y que influyen en la cobertura de la actividad. En este momento, el factor digital es un punto ciego de la edición impresa de El Mercurio y representa un problema para los interlocutores, teniendo en cuenta la duplicación de esfuerzos a los que se ven obligados los gestores para abarcar ambas plataformas. Aún no se transforma en un problema de primer orden para el diario, pues todavía se hace pesar el prestigio de la edición de papel. Del mismo modo, pudimos observar que por el momento El Mercurio utiliza a sus interlocutores como organismos transicionales, es decir que subsidian la deficiencia del diario en materia digital a través de sus propias plataformas. Este factor, aunque aún no aparece como decisivo, se hace presente como un beneficio indirecto que obtiene El Mercurio al relacionarse con los organismos con los que mantiene vínculo, lo que en el futuro será parte relevante en la ecuación *interpoiética*. Por el momento, se mantiene como un factor que el diario exige de forma tácita para dar llegada al público cautivo de la publicación, en el intercambio de prestigio que ya hemos referido. Con todo, este equilibrio puede ir variando en el tiempo y con ello desplazando la posición dominante de El Mercurio. La aparición de nuevas tecnologías de la comunicación deben ser adoptadas de forma coherente y orgánica por los medios tradicionales, de modo de asegurar continuidad en sus posiciones. Hasta el momento, El Mercurio parece estar en deuda en esta materia, aunque tiene conciencia de su importancia, tal vez amarrado por la estructura de la empresa, por lo que se abre una posibilidad de estudio y observación muy prometedora. El peso que tenga esta materia en la configuración futura de la influencia y posición de El Mercurio en el campo social y cultural, puede ser el objeto de una investigación complementaria a esta.

Si estamos en condiciones de hacer estas observaciones y proyecciones, es

gracias a las conclusiones y datos que pudimos extraer del trabajo central que nos ocupa. Estamos conscientes que se trata de un trabajo exploratorio en un área poco documentada, pero sobre un objeto que ha despertado mucho interés y sobre el que se abren diversas hipótesis. Creemos que el trabajo que estamos presentando aquí, se constituye como un aporte en el área de estudio, por la amplitud de los datos recopilados, la novedad del ángulo disciplinar y por la incorporación de conceptos interpretativos que nos permiten observar aspectos estructurales. Pero también consideramos un aporte el abrir nuevas posibilidades de investigación y discusión en torno al objeto El Mercurio, que es una empresa que ha entroncado su propia historia a la historia del país, convirtiéndose en un factor relevante de las definiciones identitaria. Por lo mismo es que consideramos, en términos generales, haber acertado con la elección del objeto y con el enfoque final de la reflexión. Esperamos que para el lector, estas páginas hayan también sumado a su visión.

Finalmente, me permito tomar una idea planteada por Natalia Reyes, en el sentido de que este trabajo se concibe a sí mismo como un sistema abierto, por tanto disponible para ser re elaborado e insertado en distintas operaciones *interpoiéticas* de interpretación de la realidad, lo que debe considerarse como una invitación a la discusión.

## 9. REFERENCIAS

- Aguirre, I. (2010). *La dramaturgia chilena de la generación universitaria*. En M. de la Luz Hurtado (Coord.)
- *Chile Actúa, teatro chileno, tiempos de gloria (1949-1969) desde la fotografía de René Combeau*. Programa de Investigación y Archivos de la Escena Teatral UC, pp.122-127.
- Aruguete, N. (2011). Framing. La perspectiva de las noticias. En *La Trama de la comunicación* 15. pp.67-80.
- Balme, C. (2013). *Introducción a los estudios teatrales*. Chile. Frontera Sur Ediciones.
- Baudrillard, J. (1978). *Cultura y simulacro*. España: Kairós.
- Bourdieu, P. (2010). *El sentido social del gusto*. Argentina: Siglo Veintiuno Editores
- Bourdieu, P. (2016) [1era Ed. 1979]. *La distinción*. (lbook). Barcelona: Penguin Random House.
- Bruhn Jensen, K. (2014). *La comunicación y los medios*. México: FCE.
- Carvajal, F. & Van Diest, C. (2009). *Nomadismos y Ensamblajes. Compañías Teatrales en Chile 1990-2008*. Chile: Cuarto Propio.
- Chyi, I. & Chadha, M. (2012). News on new devices. Is multi-platform news consumption a reality? En *Journalism Practice*. Recuperado de <http://web.b.ebscohost.com.pucdechile.idm.oclc.org/ehost/pdfviewer/pdfviewer?vid=1&sid=c5894ea4-9d6f-4073-baee-34bac1d3101b%40sessionmgr101>
- Chyi, I. (2018). Una revisión de la apuesta de los diarios en la digitalización y las implicaciones para el futuro. Conferencia reseñada en *La Nación* (agosto). Recuperado de <https://www.lanacion.com.ar/2163526-los-diarios-papel-son-futuro-segun-experta>
- CNCA-INE (2014). *Mapeo de las industrias creativas en Chile. Caracterización y dimensionamiento*. Santiago: Autor.
- Debord, G. (2003) [1era Ed. 1967]. *La sociedad del espectáculo*. España: Pre-Textos.
- Eagleton, T. (2017) [1era Ed. 2016]. *Cultura*. Barcelona: Taurus-PRHGE



- Freidenberg, F. (2004). *Los medios de comunicación de masas: ¿también son actores?*. Selected Works of Flavia Freidenberg. España: Universidad de Salamanca. pp.1-18.
- Guzmán, J.A. (2018). Cómo la elite nos hace creer que triunfa porque es inteligente y trabajadora [Exclusivo en línea]. *CIPER*. Recuperado de <https://ciperchile.cl/2018/07/17/como-la-elite-nos-hace-creer-que-triunfa-porque-es-inteligente-y-trabajadora/>
- Horkheimer, M. & Adorno, T. (1998) La industria cultural. Ilustración como engaño de masas. En *La dialéctica de la Ilustración* (3a ed. pp. 165-212). Valladolid: Editorial Trotta.
- Hurtado, M.L. (1997). *Teatro chileno y modernidad. Identidad y crisis social*. Irvine, USA: Ediciones Gestos.
- Hurtado, M.L. (2010). Teatro Chileno 1810-2010: a contrapelo o al impulso de la historia. *Revista Mapocho, Dibam* [edición conmemorativa Bicentenario de la República, 1º semestre]. pp. 429-457.
- Ibacache, J. (2012). *Entrevista. Observatorio Cultural, Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, Gobierno de Chile* [Extraído de [www.observatoriocultural.gob.cl](http://www.observatoriocultural.gob.cl) mayo, 2018]
- Kahn, S. (2012). The sociology of elites. *Annual Review of Sociology*, 38, pp.361-377. <http://www.jstor.org/stable/23254600>
- Lipovetsky, G & Serroy, J. (2010). *La cultura mundo. Respuesta a una sociedad desorientada*. Barcelona: Editorial Anagrama.
- Martínez, D. (2013). *Aporte de las teatralidades a la trama cultural de Chile colonial*. En Revista Apuntes n°137, Escuela de Teatro Pontificia Universidad Católica de Chile. pp.79-97
- Mattelart, T. (mayo 2017). *La transformación de la circulación de las noticias en la era digital: de los mitos a las realidades*. En M.C. Bravo (moderadora), 11ª Escuela Chile Francia, Universidad de Chile y Embajada de Francia. Conferencia llevada a cabo en Santiago de Chile.
- Mayo, A. & Ford, M. (2007). *El concepto de ideología en Althusser y Bourdieu: aportes para su discusión desde una perspectiva marxista*. Ponencia presentada en las IV Jornadas de Jóvenes Investigadores. Instituto de Investigaciones Gino Germani, Facultad de Ciencias Sociales, Universidad de Buenos Aires. Buenos Aires. Recuperado de <https://www.academica.org/000-024/200>

- Mönckeberg, M.O. (2016) [1era ed. 2009]. *Los magnates de la prensa*. Chile: Penguin Random House.
- Ossandón, C. (mayo 2017). *La prensa periódica: un decir que es más que su decir*. En M.C. Bravo (Coord.), 11ª Escuela Chile Francia, Universidad de Chile y Embajada de Francia. Conferencia llevada a cabo en Santiago de Chile.
- Piña, J.A. (2009). *Historia del teatro en Chile: 1890-1940*. Santiago: RIL editores.
- Pfeilstetter, R. (2012). Bourdieu y Luhmann. Diferencias, similitudes, sinergias. En Revista Internacional de Sociología (RIS) Vol.70, N°3. Rescatado de <http://revintsociologia.revistas.csic.es/index.php/revintsociologia/article/view/470/491>
- Pradenas, L. (2006). *Teatro en Chile. Huellas y trayectorias*. Siglos XVI-XX. Chile: LOM.
- Rebolledo, R. (2012). *Interpoiesis e interdisciplina*. En Haye, A. y Rojas C. (Eds.) Actas Seminario Interdisciplina en la UC celebrado en Santiago de Chile el día 14 de Diciembre de 2011 (pp.48-54). Vicerrectoría de Investigación, Pontificia Universidad Católica de Chile. Chile: Facultad de Ciencias Sociales. Facultad de Filosofía.
- Rebolledo, R. (2012-2013). *Complejidad y azar*. En Cuadernos de Filosofía n°30-31. pp.79-97. Chile: Departamento de Filosofía, Universidad de Concepción.
- Reyes, N. (2014). *Autopoiesis e Interpoiesis. Dos propuestas sistémicas opuestas para el estudio de la realidad*. Tesis del programa de Magíster, Universidad de Concepción, Chile.
- Rodríguez-Plaza (2011). *Crítica teatral y medios. El caso Beckett y Godot*. Chile: Frontera Sur Ediciones
- Silverstone, R. (2010). *La moral de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Amorrortu.
- Subercaseaux, B. (2011). *Historia de las ideas y de la cultura en Chile Vol.III*. Chile: Editorial Universitaria.
- Williams, R. (2001) [1era Ed.1980]. *Cultura y Sociedad*. Buenos Aires: Nueva Visión.

ANEXOS

Hemos dividido los anexos en dos apartados de diferente dimensión. En el primero, se pone a disposición del lector una transcripción íntegra de las entrevistas, de modo que pueda cotejar y enriquecer su lectura. Más abajo se exponen las condiciones de uso de este material. En el segundo apartado, que muestra la base de datos utilizada, optamos por generar una imagen que expone los primeros veinte (20) registros de la tabla y las veinte (20) columnas. Ingresar en este escrito toda la base de datos –con más de 1200 registros– nos pareció un volumen excesivo y de escaso aporte a la lectura general. La muestra disponible da cuenta de las categorías utilizadas, y permite hacerse una idea clara del tamaño de la base de datos que se manejó para la construcción de la investigación.

#### **A. ENTREVISTAS**

En el siguiente apartado se encuentra la transcripción de las entrevistas realizadas para este trabajo. Cada una de ellas está precedida por dos documentos; el primero, es una copia del consentimiento informado firmado, cuyo original está en el dossier de investigación que conserva el investigador responsable de estas páginas; el segundo documento que antecede cada transcripción, es la pauta de preguntas que guió cada una de las entrevista, entendiéndose que se usó una metodología semi estructurada, lo que permitía profundizar en determinadas líneas emergentes. Cada transcripción tiene una numeración independiente en las páginas para facilitar la búsqueda y encuentro de los textos citados, de acuerdo al sistema usado. Esta numeración particular se encuentra entre corchetes en la última línea de cada página, de modo de mantener al mismo tiempo la numeración de este documento, que sigue el canon regular. No se encuentra autorizado el uso de estas entrevistas para otros trabajos académicos o publicaciones, sin el consentimiento expreso y por escrito del responsable de estas investigación y del entrevistado.

## ENTREVISTA A EDUARDO MIRANDA (CONSENTIMIENTO INFORMADO)

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

La entrevista entregada a Rodrigo Canales es exclusivamente para uso académico, en el marco del programa de estudios que sigue de Magíster en Comunicación Social en la Universidad de Chile.

Toda la información contenida en la entrevista es de carácter confidencial, pudiendo ser utilizada para el trabajo de la tesis titulada "REPRESENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TEATRAL EN EL DIARIO EL MERCURIO (2015-2016)".

La entrevista, o parte de ella, sólo podrá publicarse o incluirse dentro del trabajo de tesis final, lo que es aceptado por el entrevistado a través del presente consentimiento.

El entrevistado declara conocer los objetivos de la entrevista y su finalidad.



MARIO VALLE  
Editor Nacional Espectáculos - El Mercurio  
abril-2018

## ENTREVISTA A EDUARDO MIRANDA (PAUTA DE PREGUNTAS)

1. Primero, para el registro: ¿cuántos años llevas en El Mercurio y en qué secciones te desempeñas? ¿Cuáles son tus principales tareas? ¿Tienes alguna meta de publicación que te solicita el medio?
2. ¿Cuántos profesionales se encuentran en la misma área? ¿Cómo es la relación que hay con equipos de otras secciones?
3. ¿Hay alguna posición editorial explícita que tenga El Mercurio respecto del tipo de público al que llega o al que pretende llegar?
4. Según tu experiencia y los años que llevas en el medio: ¿cómo definirías la actividad teatral que cubre El Mercurio?
5. Hemos observado que El Mercurio entrega cobertura privilegiada a determinadas salas, como Teatro MORI (en sus distintas salas), GAM, seguido de Teatro UC. En un segundo peldaño encontramos a M100, Teatro Municipal de Las Condes, Nescafé de las Artes, Teatro del Puente, Finis Terra. Más atrás van salas como L90, CEAT, La Memoria. También resulta llamativa la cobertura que se entrega a las actividades de la Fundación Teatro a Mil, especialmente su Festival Santiago a Mil, muy por sobre lo que se entrega a festivales como Santiago Off o Entepola. En todos estos casos, las diferencias se producen tanto en la cobertura de los espacios y sus programaciones, como en recortes respecto de sus obras o de las figuras que destacan en ellas. ¿Existen pautas editoriales (p. ej: comerciales o artísticas, demográficas o de segmentación de público) que influyen en la entrega de esta cobertura? ¿Son explícitas estas pautas, se dan de forma tácita, se acuerdan al interior del equipo?
6. Del mismo modo, es observable hay una cobertura importante a determinadas obras, que se ven destacadas en distintos segmentos, que se acompañan de críticas oportunas, entrevistas. Muchas de ellas son producciones que están ancladas a los espacios mencionados arriba, pero además destacan las producciones argentinas, con un despliegue relevante de parte del medio. Desde el punto de vista editorial, ¿cuál es la razón de este comportamiento?
7. Desde tu experiencia, ¿qué grado de influencia tienen las publicaciones que se hacen en El Mercurio sobre la percepción que hay sobre las obras en cartelera y su taquilla?
8. Por último, desde tu posición: ¿crees que hay una construcción consciente de una determinada realidad de la actividad teatral adecuada a la impronta del diario?

ENTREVISTA A **EDUARDO MIRANDA (EM)**  
PERIODISTA - CRONISTA DE TEATRO  
EL MERCURIO - CUERPO C ESPECTÁCULOS  
LUGAR: BIBLIOGAM  
29.03.2018

**RC:** Estamos con Eduardo Miranda, periodista de El Mercurio. Ya sabes de qué se trata esta investigación. ¿Tienes alguna duda?

**EM:** Ninguna.

**RC:** Bien, aquí necesito recoger información que me permita completar el panorama de la línea editorial del diario en torno a la actividad teatral. Me concentro en el Cuerpo C porque ahí están sobre el 50% de las publicaciones en torno a la actividad teatral y porque contiene todas las categorías que mantiene el diario. Para el registro, necesito saber cuántos años llevas en El Diario, cuáles son tus tareas principales.

**EM:** Ok, ¿cuánto tiempo llevo en el diario? Llevo 12 años en El Mercurio, entré a hacer la práctica, a la sección Espectáculos que es donde trabajo. Me ha tocado escribir en distintas secciones: crónica (nacional), economía y negocios, cuerpo A (cultura), Wikén. Mis principal tarea es proponer contenido de artes escénicas para la sección de Espectáculos. Yo soy el periodista de teatro de la sección de Espectáculos de El Mercurio. Independiente que cubro otras áreas de pronto en Espectáculo, pero mi principal tarea es proponer contenido para el área de teatro. Ese contenido tiene que ver con entrevistas, notas, artículos que engloben otras obras, que hablen de la actualidad teatral, que se adelanten a la actualidad teatral, que anuncien obras y, no solo eso, sino que también hacer producciones fotográficas, que es la suma de personajes reconocibles e invitarlos a hacer una sesión para generar un contenido más diverso, desde otro ángulo. También ayudar a otros periodistas, practicantes. También, aunque no lo tenemos pauteado pero se ha dado, me dedico a generar contenido de artes escénicas no sólo desde lo artístico sino que también desde lo institucional, desde espacios hasta la muerte de figuras, hacer notas necrológicas también las hago yo.

**RC:** ¿Tienes alguna meta de publicación mensual? ¿Alguna petición estipulada formal o tácita desde tu jefatura?

**EM:** Ninguna. Pero tácitamente yo debiera tener una nota diaria, porque trabajo en una sección de cobertura diaria. Entonces, ya que me lo preguntas, yo debiera proponer

notas o contenido distinto de forma diaria. Independiente de si esa nota va o no va. Pero yo debiera mandar una pauta diaria. Pero no hay una meta en que mi jefe me diga o yo me diga, esta es mi meta semanal. Yo, de competitivo, lo mido, pero nadie me lo pide ni nadie me lo exige. Llevo un conteo de mis publicaciones de forma personal.

**RC:** Entonces tu sabes la relación que hay entre las propuestas que haces y lo que efectivamente llega al papel.

**EM:** Si. Sin tener el número en la mano, lo que yo creo que propongo, todo llega a publicarse finalmente. Porque sé más o menos por donde va lo que se podría publicar o lo que no. Todo llega al papel de lo que propongo, sin embargo cuando te digo que vendo una pauta diaria, esa pauta no siempre es distinta. Si propuse una nota ayer y esa nota no fue en la edición de hoy por problemas de espacio, por ejemplo, yo vuelvo a vender esa nota para la edición mañana. Insisto con ella.

**RC:** ¿Cuántos profesionales trabajan en el área?

**EM:** En la sección de Espectáculos trabajamos, a ver, somos 8 periodistas con contratos, y siempre hay un par de colaboradores o practicantes. Somos 10 personas.

**RC:** ¿Eso cuenta a la crítica?

**EM:** No, porque el crítico de la sección de Espectáculos -que es Pedro Labra-, no es alguien que esté contratado por el diario, él envía su trabajo. Pero sí, somos 12 personas los que trabajamos en Espectáculos, pero somos 8 los que tenemos un vínculo laboral con el diario.

**RC:** ¿Cómo consideras esta dotación para la sección respecto de otros medios nacionales?

**EM:** Tengo dos respuestas. Una es lo que yo quisiera y otra respecto de lo que es. Respecto de la realidad yo creo que es una buena dotación para la cobertura de espectáculos. Somos 8, tenemos un editor, una coordinadora, pero para la sección que yo escribo cubrimos música, cine, televisión, teatro y otras plataformas como cable. Creo que con esas cuatro o cinco áreas, tenemos una buena dotación. Por mi parte, me encantaría que se hiciera una cobertura mucho mayor, ojalá que un diario pudiera dar cuenta de todo lo que se hace, todo lo que se produce, todo lo que genera interés. En ese sentido, en el ámbito de lo que yo quisiera, creo que es poco. Cuando yo entré



al diario, éramos cerca de 18 periodistas, la sección era mucho más grande en términos de páginas. Cuando yo entré a trabajar, por ejemplo un día domingo, se podía tener 5 o 6 páginas. Hoy estamos con 3 o 4. Un día sábado podíamos tener hasta 10 páginas, hoy tenemos 1. Eso ha mermado, porque también ha mermado el formato físico, el papel, se ha producido para todas las áreas.

**RC:** ¿No hay un traspaso de contenidos hacia la plataforma digital?

**EM:** La forma de trabajo del diario es distinta, son dos equipos de trabajo. Uno trabaja para el diario de papel y otro para la plataforma on line. Trabajamos de manera separada y no complementaria. El equipo de EMOL puede tomar los contenidos y llevarlos, pero está en la libertad de ellos. Eso escapa de mi responsabilidad, es por separado, lo mismo que de otras secciones. Lo que se publica de teatro en revista el Sábado o en Vida Actual, depende de cada una de la coordinación de cada una de esas áreas. No hay un traspaso porque no hay un trabajo coordinado.

**RC:** ¿Hay alguna posición editorial explícita dentro del diario respecto del tipo de público al cual ustedes quieren llegar? ¿Tienen definido el tipo de lector al cual apuntan?

**EM:** Así como el día a día que estemos recordándolo, no. A mi nunca en todos estos años que llevo trabajando me han dicho 'éste es nuestro público' o me han hecho partícipe de algún estudio de audiencia o de lectoría. Por lo general los editores del diario de traspasan esto de alguna manera. Yo conozco la historia del diario, conozco el diario desde que soy estudiante de periodismo, desde que los profesores te cuentan que el diario está orientado a una elite, que tiene cierto formato, que está orientado a un público ABC1. En conversaciones informales en el diario también lo conversamos y se explicita de esa manera, pero así como que me hayan dicho este es un estudio que hemos hecho y sabemos que llegamos a este público, en lo formal nunca lo he recibido. Lo que sí, y en cuanto a mi trabajo, mi primera editora me dijo que nosotros cubríamos efectivamente para el público que compraba su entrada, o que nosotros hacíamos nuestro trabajo para el público que compraba su entrada. No para instituciones ni nada, sino para el público que compra las entrada. Por tanto hay que tener una visión en torno a lo que ese público quiere saber, hay que adelantarse a la cartelera, quiere saber lo que se viene, quiere informarse y complementar su contenido en el sentido de que si quiero ir a ver una obra, tener una entrevista de ese actor o actriz que participa en la obra. Y no solamente eso, sino que generar contenido de servicio que es saber dónde son la funciones, cuánto valen, donde va a ser, etc. Por lo tanto estamos orientados desde ese lugar, desde ese momento, a un público que

compra la entrada. Mi trabajo, en ese sentido, de manera implícita -o en mi mente-, es el espectador. Cuando yo hago mi trabajo, cuando propongo una nota, en mi mente me va leer un espectador que va a comprar su entrada para ir a ese espectáculo del cual le estoy escribiendo.

**RC:** Con todos los años que llevas en el diario ¿cómo definirías la actividad teatral que cubre El Mercurio?

**EM:** Yo la defino... uf. Es que lo primero que se me viene a la mente con esa pregunta es: toda. Toda la actividad teatral que implique... no, no solamente que implique un pago de entrada, porque también cubrimos actividad que no paga entrada. Pero no es toda. Es toda la actividad teatral de la que podemos dar cuenta, pero también la actividad internacional porque también hacemos notas internacionales. Si a mi me toca viajar a algún país voy a ver teatro, también escribo para el lector que viaja el fin de semana largo a Buenos Aires o a EEUU, damos cuenta de la actividad teatral que ocurre en las plazas más importantes. Estoy pensando en NY, Londres y Buenos Aires. Las plazas teatrales de las cuales tenemos referencias de que los lectores van. Entonces es eso: la definiría como toda. Cuando yo me siento a pensar lo que le voy a ofrecer a mi editor para la semana, hago un barrido de todo lo que tengo a disposición, mental o laboralmente, en mails en correos o en agenda, de todo lo que puedo presentar. Supongo que se me escapará algo de lo que no tengo registro, algún teatro nuevo o alguna sala que no sea propiamente una sala, que sea teatro aficionado, porque incluso al teatro aficionado le damos cobertura. Entonces ante esa pregunta, lo que pienso es toda, toda actividad teatral tiene cabida en las páginas del diario. Pero eso no es posible en la medida que no estoy publicando todos los días todo lo que está pasando, siempre hay un sesgo que te lo da el espacio físico en el cual estoy escribiendo, ese es el límite, el espacio físico donde estoy escribiendo.

**RC:** Vimos que El Mercurio entrega una cobertura privilegiada a algunas salas, como Teatro Mori, GAM, teatro UC, en segundo escalón está Teatro Municipal de Las Condes y Nescafé de las Artes, Teatro del Puente, Matucana 100 y Finis Terra. Más atrás, el CEAT, La Memoria (cuando existía como tal). También nos llama la atención la cobertura que se le entrega a actividades de la fundación teatro a mil, especialmente al festiva, que está muy por sobre otros festivales que ocupan el la misma franja de tiempo. En todos esos casos la cobertura es mayor tanto de los espectáculos como de las entrevistas. ¿Existen pautas editoriales (artísticas, comerciales, por segmentación de público) que influyen en la entrega de esta cobertura? ¿Son pautas explícitas, se conversan al interior del equipo o se dan a través del tiempo?

**EM:** No hay una pauta explícita. Sabemos, y esto es por la experiencia propia de la gente que trabajamos ahí, que hay teatros que tienen una propuesta más dinámica, atractiva, en términos de propuesta artística. ¿Cómo definir lo que a nosotros nos parece atractivo? Figuras o intérpretes que sean notorios o notables en su trabajo propiamente tal, en términos del teatro. Y también respecto de las características del teatro, de su ubicación, del acceso, incluso que tenga estacionamiento, de la comodidad de la sala. Hay teatros que nos parecen más cómodos que otros, porque las experiencias que tenemos como espectador me indican que son más cómodos. Mi experiencia como espectador, que es lo que utilizo para proponer las notas, es decir 'en este teatro se produce más teatro, hay una propuesta más dinámica, y en este festival hay una propuesta más dinámica desde el punto de vista cultural y artístico'. Si es más popular, y con popular me refiero a la masividad y conocimiento del público, que puede ser más llamativo a la hora de poner en página. Si por ejemplo tengo un actor que está apareciendo en televisión y tiene un alto rating, y es protagonista de una obra, eso nos podría interesar (no por sí solo) para llevarlo a página, porque nos parece que al público le puede interesar. Si es una teleserie vista o una película muy bien vista, estoy pensando en figuras como Paulina García. Si es que Paulina García, que ganó el Oso de Plata, que ha tenido muy buenas críticas por su película Gloria, decide hacer una obra de teatro, nos parece un personaje llamativo, porque culturalmente es importante, por tanto lo que ella haga nos parece atractivo para ponerla en página. Por lo tanto no existe una pauta de decir que estas son nuestras figuras, este es un listado de figuras que nos parece importante. Tácitamente sabemos que si los premios nacionales hacen un trabajo, eso es importante. Si Alejandro Sieveking hace una obra, o se monta una obra de Radrigán o de Egon Wolf, personas que han sido notables, si se le hace un tributo a Ana González, personas que han sido importantes, lo podríamos llevar porque hay una calidad que está comprobada, por cuanto el propio mundo de la cultura lo ha reconocido. Es un certificado, un nombramiento. Entonces no existe un listado de figuras, lo tenemos de manera tácita desde lo popular, desde lo conocido, desde lo reconocido, no existe una pauta fija. ¿Por qué nos fijamos en el Festival Santiago a Mil? Porque es un festival reconocido, muy convocante en términos de espectadores, es un festival que permanece en la cartelera durante tres semanas, recorre lugares, tiene un alcance a los espectadores, por tanto se le considera como el festival más importante de las tablas hoy en día. Sin desmerecer la trayectoria de Entepola, sin desmerecer lo que ha hecho Santiago Off en términos de ofrecer una alternativa. Lo que nos pasa con Santiago a Mil es que efectivamente logra llenar una gran cantidad de espacios, logra invitar una gran cantidad de creadores internacionales para que el espectador chileno vea esos espectáculos internacionales que muchas veces son de reconocida calidad en términos de documento, se les han hecho notas en el extranjero. Hay algo que nos dice esto es

bueno porque salió publicado en otros diarios, la crítica dice en el extranjero esto es bueno. En mi trabajo yo le creo a lo que dice el crítico del Ney York Times o The Guardian, le creo. Entonces no existe la pauta. Sabemos que en ciertos teatro hay una dinámica y convocan en la medida que van generando su cartelera porque sin dinámicas, porque son interesantes. Ese interés también aplica a mi experiencia como espectador. Las figuras que cubrimos tiene que ver con lo que te explico, con el aporte que han hecho a la cultura y el aporte que han hecho al consumo popular. Y los festivales tiene que ver con el alcance, con la masividad que tengan, con la llegada que tengan a los espectadores. Es una lógica que no está explicitada ni listada en ningún momento.

**RC:** Me dijiste que tu trabajo es en función del espectador. Ahora agregas tomas en cuenta tu experiencia como espectador. Eres un espectador.

**EM:** Trato de ponerme en esa perspectiva la mayor parte del tiempo. No escribo poniéndome en el rol del artista porque no lo soy, soy espectador ante todo. Tengo la empatía con el artista en el momento en que conversamos de sus motivaciones, de sus inspiraciones, de lo que quiere transmitir su obra. No solamente eso, sino también de lo que quiere reflexionar el artista en torno al momento que estamos viviendo. Las entrevistas no sólo están enfocadas a la creación artística, sino también al momento que estamos viviendo, como está el teatro hoy en día, como está el país hoy en día, esas expresiones también están puestas en los artículos. Pero siempre desde una lectura teñida desde mi experiencia como espectador.

**RC:** ¿Conversan de la experiencia como espectador con el editor actual? ¿Se nutren mutuamente?

**EM:** Sí, conversamos bastante, desde un nivel profesional y también desde un nivel de la amistad, de la informalidad. Hacemos comentarios de lo que fuimos a ver el fin de semana o de lo que vimos durante la semana, o si fuimos a ver una obra juntos. Lo comentamos, desde la apreciación personal hasta la profesional. Algunas veces la apreciación personal traspasa hasta la profesional. Es decir, fui a ver una obra, qué bien actúa esta niña, hagámosle una nota, perfecto, hagámosle una entrevista, un artículo. Eso pasa y es como permeable, lo conversamos todo el tiempo. Mi editor, por tiempo y porque tiene que cubrir otras áreas, ve menos teatro que yo. El tiene sus gustos, yo obviamente tengo los míos. Supongo que eso también permea en la cobertura. Hay cosas que considero, como espectador, más llamativa, más importante, y aunque no me lo planteo, supongo que permea hacia la cobertura que doy al área.

**RC:** ¿Te ha pasado al revés también, que has cubierto obras o espectáculos que tal vez desde tu posición como espectador no sean un aporte para el campo, pero que aparecen como petición interna del diario?

**EM:** Sí, me ha pasado. No sé si tengo un ejemplo específico ahora, pero sí me han solicitado darle cobertura a un espectáculo teatral, ligado a alguna institución que yo considero que esa institución no tiene que ver mucho con el arte escénico, pero que hacen una creación escénica a fin de cuentas, y la he tenido que cubrir con la misma atención que cubro otros espectáculos que creo que sí lo merecen. Me ha pasado. Si me lo piden, lo tengo que hacer, si mi jefe o el jefe de mi jefe está pidiendo algo, lo tengo que hacer, eso se hace. Hay una verticalidad que opera, pero no de manera permanente, porque efectivamente el director del diario, o el editor va a ver una obra y le parece buena, llega y pregunta si le hemos hecho nota a esta obra o persona. Cuando se ha hecho nota, no pasa nada, pero si no se le ha hecho uno atiende ese gusto, esa solicitud, ese consejo.

**RC:** ¿Es frecuente esa operación?

**EM:** Nada frecuente. Una vez al año, una vez cada dos años.

**RC:** Me hablaste de la cobertura que se le da a lo que sucede en NY, Londres, Buenos Aires. Se cubren los Tony, los Olivier, la cartelera de Buenos Aires. A veces coincide que alguna de las obras mencionadas, luego aterrizan en Chile y vuelven a darle cobertura, una suerte de línea de apoyo generando un ambiente propicio para su llegada. ¿Ustedes manejan esa información desde antes?

**EM:** El ejercicio de la cobertura teatral es mucho más artesanal de lo que se imagina. Yo hago una propuesta de mi trabajo, y digo yo porque si bien se sabe que yo soy el periodista de teatro del diario, se confía en mi criterio, se descansa en mi labor profesional, es mucho más artesanal y menos pauteada. Es temperamental e intuitiva de lo que se puede imaginar. Por ejemplo, Juan Antonio Muñoz, que le gusta mucho Shakespeare y es editor del diario, está en una posición en la que dijo voy a abrir un espacio sobre Shakespeare todos los días a raíz de los 400 años. De la misma manera, la sugerencia de un reportero de teatro, como yo, también permea ciertas cosas. Por ejemplo, yo soy fanático de Harold Pinter, y si muere Pinter, le propongo a mi editor que hagamos una nota a dos páginas de la noticia. Mi editor en ese momento me dijo, ok llevémoslo a dos páginas por una insistencia de este reportero. El diario, como la sección de espectáculos, le ha dado cobertura desde acá y a veces desde allá, a los Oscar, a los premios Grammy o a los Emmy, que son de televisión. Cuando

yo llegué, dije todas las secciones le dan cobertura a premios internacionales, por qué teatro no. Empecé a insistir, para la cobertura de los Tony, pero por una cosa de competencia entre áreas. Si estamos dando cuenta de la televisión, la música y el cine en el extranjero, que llega acá, pero el teatro también llega acá. Y empecé a darle cobertura a los Tony, lo que implica ir un domingo al diario, hacer una nota y estar hasta tarde, implica un sacrificio pero un sacrificio que finalmente ve un fruto en el sentido de darle una cobertura a un premio importante tal cual se le da al cine, la música y la televisión. Nace desde ahí, nace desde el interés del reportero. Es posible abrir un espacio para hacerlo, démosle. Dada esa cobertura que le damos año a año los premios Tony, que es una cobertura que hacemos mirando la premiación por cable, por televisión. Como el teatro en NY es una plaza tan importante, tan prolífica, que hemos mirado históricamente, desde Arthur Miller y toda la serie de figuras norteamericanas que hacen teatro, la miramos con especial atención porque efectivamente nos hemos dado cuenta -o me he dado cuenta-, que hay algunas obras de algunos autores que efectivamente llegan a la escena local. El hecho de poder cubrir una premiación como los Tony, es parte de un antecedente que podemos darle. De repente se han dado coincidencias, que efectivamente las obras que se presentan acá justo han sido premiadas ese año por los Tony y es parte de la *chispeza* del reportero, mía, de decir que las ganadoras de los premios Tony este año se van a presentarse en la cartelera, porque fue un año que coincidió. Pero es por la atención que le he prestado al reporte, una cosa de sumar. Pero ese es el interés de darle un espacio a las premiaciones en el extranjero, saber que es una plaza importante, saber que esa plaza puede nutrir la cartelera local, ya sea con la creación que se haga acá, o bien por alguna obra que venga a presentarse.

**RC:** Y respecto del teatro argentino, es curioso ver que haya ido un reportero a Buenos Aires, habló de varias obras, destacó una y dos meses después esa obra anuncia que viene a Chile, se publican dos o tres notas al respecto. La obra llega, y uno ve que en la suma esa obra tiene más notas que cualquier ejercicio local, y extendido en el tiempo. Se puede observar este fenómeno, una vez al año. Me pregunté si estaban satisfaciendo la necesidad de un lector promedio del Mercurio, pero me dices que no hay una idea del lector.

**EM:** Explícita no hay. Pero hay una idea implícita, por eso te digo que cuando nadie me dio la idea del lector del diario. La fui acuñando desde la universidad, de lo que los profesores analizan, lo que ellos han acuñado de los medios. La voy sumando a mi experiencia propia trabajando en el diario, excepto una editora que me dijo que apuntamos al espectador que paga una entrada. No existe la formalidad de decir 'este es el lector'. Supongo que todos sabemos que El Mercurio apunta a un público ABC1,

que es un diario de elite, pero que al mismo tiempo es un diario transversal que llegará a distintos tipos de lectores. Aspira a ser un diario de cobertura nacional y a ser el diario más importante de Chile. Eso lo tengo en retina y en la mente. Yo quería trabajar en El Mercurio porque era el diario más importante de Chile, quería ser periodista de teatro en el diario más importante de Chile. Si le damos cobertura a una figura como Darín, es porque nos parecía que Darín es una figura importante, el teatro donde se presentaba era cómodo, uno de los más cómodos de la plaza capitalina y, pese a lo caras de las entradas, se vendieron todas las butacas. Todo eso, en conjunto, generaba un fenómeno, cosa que no se da mucho en teatro, el teatro no compite con Madona o Lady Gaga, como fenómeno planetario. Por lo tanto, a mi que me gusta hacer partícipe al teatro como a la altura de los otros fenómenos, entonces, vino Darín, que es una figura conocida a nivel planetario, que agota entradas pese al precio, se configura el fenómeno como espectáculo y por lo tanto se le da la cobertura en esa dimensión. Pero no hay una intención detrás, de decir que Darín le va a gustar a nuestro público o algo así. Tiene que ver con la calidad del espectáculo, del renombre, de la figuración, etc. Ok, hay que darle seguimiento y tratarlo como fenómeno. Nos ha pasado lo mismo con otras figuras, por ejemplo, Jean Luc Councoult de la Pequeña Gigante, es un fenómeno masivo, sacó a la gente a la calle, un director más o menos excéntrico, en un festival importante, entonces se configura el fenómeno del espectáculo, o de lo que uno entiende por espectáculo. Por lo tanto hay que darle cierta cobertura y seguir este fenómeno. Y quizás otras creaciones no logran ese impacto acá, no es que se quiera poner en desmedro el teatro local, pero también influye la calidad de lo que se está haciendo, el contenido, pero también el fenómeno esencial del periodismo que es darle cobertura a un fenómeno de lo que está ocurriendo.

**RC:** ¿No hay relaciones contractuales que operen? El Mercurio tiene un Club que tiene una tarjeta que permite acceder a descuentos para ciertos teatros o espectáculos. O acuerdos de media partner, que toman otros segmentos del diario, ¿no hay influencia para determinar la cobertura?

**EM:** Influye en cierta medida. Desde el área comercial nunca nos ha pedido darle cobertura a determinado espectáculo. Las áreas funcionan con total libertad. La libertad de que yo pueda proponer algo desde mi experiencia como reportero y como espectador. Lo comercial nunca nos ha presionado. Más bien, pasa cuando se establecen estas relaciones de media partner, la presión viene desde las propias instituciones, como Santiago a Mil, vienen desde afuera esas presiones o peticiones. Desde el área comercial no hay una influencia ahí. Hay, por ejemplo, en el ejercicio del periodismo cuando alguien quiere promover una nota, pensando en el Nescafé de las

Artes o en el Teatro Municipal de Las Condes, si ellos quieren darle exposición mediática a su contenido, a lo que están haciendo, a sus cosas internacionales, son esas mismas empresas los que nos invitan a ver el espectáculo afuera. Por ejemplo, cuando han tenido ciclos teatrales argentinos, me han invitado a ver las obras antes, ver la obra en Buenos Aires, hacerle una entrevista al actor, cosa que sale publicado. Ahí sí hay un acuerdo, pero es netamente periodístico y editorial. Es como 'yo te invito a ver la obra, para que hagas alguna nota y tengas la exclusiva de la entrevista'. Porque el periodismo siempre intenta adelantare, entonces ahí se establece un vínculo que no es comercial sino más bien editorial. Ahí hacemos una nota que quizás no teníamos contemplada hacer. O si el Festival de Las Condes tiene un ciclo de teatro joven, y la obra ganadora va a Cadiz y te dicen este año queremos que acompañes a la obra ganadora al Festival de Cadiz, para que veas la experiencia de cómo es, también se da un vínculo no comercial sino editorial. Y ahí tenemos la oportunidad de adelantarnos y poder contar desde un lugar privilegiado lo que se está haciendo. Acompañamos la obra chilena que fue a Cadiz, le hacemos una nota allá que no teníamos prevista o que de otra manera no hubiéramos podido hacer. Pasa lo mismo con el Festival Santiago a Mil de los que hemos sido media partner, efectivamente ellos hacen la exigencia de que como somos media partner publiquemos esto, o publiquemos esta otra cosa. Es eso básicamente.

**RC:** Sí, Santiago a Mil destaca con llamados a portada, incluso con una foto central, lo que es muy poco habitual en el teatro.

**EM:** Sí, porque nos parece un festival importante, masivo, con una presencia importante durante un mes, que lleva a la gente a la calle, que trae figuras importantes. Ese dinamismo nos parece importante. Y ese llamado [a portada] es también por insistencia, que le digo a mi editor oye esto es bueno, va a salir la gente a la calle, puede ser una buena foto, que va desde lo estético, porque efectivamente el diario es periodismo, entonces quiere dar cuenta de un fenómeno. Si a mi se me ocurre como periodista ir a seguir el Santiago a Mil que parte hoy en la noche, y eso se convierte en una foto masiva, con gente afuera de la moneda, que es un lugar importante o gente en la calle; y coincide, que es estéticamente posible, que el diario estuvo ahí, se transforma netamente en un ejercicio periodístico de dar cuenta de un fenómeno, como lo de Darín.

**RC:** Desde tu experiencia, qué grado de influencia tienen las publicaciones del Mercurio sobre la percepción que hay de las obras que están en cartelera y en la taquilla que puedan tener.



**EM:** Me da la impresión de que es buena, de que una buena nota publicada puede generar más venta de entradas. Tengo esa impresión, no tengo las herramientas para comprobarlo, pero tengo la impresión de que eso influye en el público. Con las redes sociales uno puede tener acceso a ese tipo de cosas. Conversando con los encargados de comunicaciones de algunos teatros, he sabido que efectivamente me dicen 'ah, hiciste nota, nos fue súper bien y este fin de semana'. Pero es una retribución que tengo desde los encargados de sala, desde el escenario. Pero yo constatar, preguntarle al señor oiga usted viene a la obra porque lo leyó en El Mercurio, no lo he percibido. Pero de la conversa con la gente de los teatros, sí me han dicho que salió la nota, hemos vendido un poco más de entradas, se estuvo vendiendo, qué sé yo. O cuando haces una nota por ejemplo, de Amparo Noguera que salió elegida como mejor actriz de teatro y justo está en una obra, entonces se nos agotó gracias a esta nota. Esa es la única percepción que tengo desde el público, desde las salas tengo una devolución de oye salió una nota muchas gracias, nos hace súper bien, esa es la otra percepción que tengo, cuando la nota es buena, cuando la nota más bien promueve. También me ha tocado hacer notas de actividad teatral, cuando digo por ejemplo que Paulina García y Jaime Lorca no van a trabajar más juntos, que están más o menos peleados, que efectivamente Paulina García no salió a saludar al público, yo estoy ahí y hago una nota porque me parece una mala educación que la actriz que está todo el mundo esperando no salga a saludar, hago la nota en que digo Paulina García y Jaime Lorca están peleados, no van a trabajar más. Y ahí recibí efectivamente un llamado de los actores diciendo oye lo que estás haciendo nos está perjudicando. O sea la reacción siempre se recibe. No puedo decir que no sé lo que pasa con las notas, siempre hay un reacción, cuando yo publico siempre hay una reacción, desde el teatro o desde el público, porque si nos hemos equivocado en dar un precio o en dar una dirección llaman. Por eso el trabajo que uno hace debe ser riguroso. Pero siempre hay una reacción, desde el teatro, un agradecimiento, o un enojo. Ahora más con redes sociales, los teatro replican las notas. Antes hace 7 u 8 años no pasaba esto.

**RC:** Ustedes entregan una imagen de lo que sucede en el teatro ¿Tu crees que esa imagen de una determinada realidad de la actividad teatral que está adecuada a la impronta general de El Mercurio?

**EM:** Yo creo que sí, yo creo que se adecua a la línea editorial del diario porque sale publicado. A mi nunca me ha pasado que una nota me hayan dicho bájala o eso no va. Por términos de contenido. Por términos de espacio, claro, esa es la gran dificultad que tengo como trabajador de un diario. El espacio, el formato físico de la página, y porque efectivamente puede haber hechos más noticiosos que otros, porque esto es periodismo. Si de repente ocurre un hecho noticioso importante, muere alguien, pasa

alguna cosa y se quita el espacio, efectivamente una nota de teatro puede bajarse. Pero se guarda por lo general, se guarda y se publica al día siguiente o en dos días más. por ejemplo, extremo, año 2010 tengo para publicar una nota de cómo se viene la cartelera, y el 27 de febrero viene el terremoto y se tienen que cambiar todas las páginas y es una nota que se baja. Es un ejemplo extremo, pero si se muere Juan Gabriel o Bowie, hay que hacer espacio y se baja la nota de teatro. Pero nunca me han bajado una nota por contenido ni por orientación, por lo general tengo esa libertad para hablar de los distintos temas. Porque el teatro tiene eso, la naturaleza de lo que yo cubro tiene esa carga de reflexión y de dar cuenta de lo que está pasando en el país, la carga que le da el propio artista. Yo no puedo obviar esas cosas, por lo tanto la cobertura de teatro tiene esa libertad para decir esto es lo que vamos a llevar en página. Pero ese contenido nunca me han dicho, cámbialo, sácalo o bájalo. Por lo tanto yo creo que todo lo que sale publicado va en la línea un poco de lo que es El Mercurio propiamente tal, al menos en el teatro. Como te digo, es un trabajo artesanal donde no tenemos una pauta rigurosa de lo que se cubre. Yo propongo por voluntad propia siete temas a la semana, ahí con mi editor vemos qué nota es más llamativa, cuál va ir un domingo o un viernes cuando el diario tiene más circulación. También se decide el tamaño, vamos a decidir eso con el editor, haciéndolo conjugar con las otras áreas, música, cine y televisión, que en general son más masivos, tienen mayor alcance que el teatro. El teatro siempre lamentablemente sale perdiendo. Por eso la cobertura tiene que ver con la insistencia del reportero, con lo hincha pelotas que uno puede ser con el editor, con lo taimado que uno se pone, con el *escandalillo* que uno pueda hacer, que hago como que me enojo. Es un puzzle: por un lado están los factores teatrales de lo que estás cubriendo, pero por otro lado estás inserto en una sección con la que también tienes que convivir con otros temas, competidores que son fuerte en términos de contenido y alcance. Como es un diario, el trabajo es diario. Por eso la pauta es tan dinámica, una nota que puede estar pensada para el domingo puede que finalmente no vaya le domingo por alguna contingencia. Por lo tanto, si tu me dices que esa pauta es consecuente, yo creo que sí es coherente con lo que es el diario en sí. Porque se trata de de dar presencia a lo que ocurre en convivencia con otras notas de la actualidad. Tiene un lugar dentro de los otros espacios. Esa es mi visión.

**RC:** ¿Hay cosas que dejarías fuera a priori, desde lo teatral, por no ir en el perfil del diario?

**EM:** Es que no ha tocado. No sé, pienso puros ejemplos extremos. Si hubiera una obra que promoviera la pedofilia no la llevaría, por una cosa mía, porque también siento que

tengo una responsabilidad como comunicador. No llevaría cosas que atenten contra otras personas.

**RC:** Hablo de cosas más simples, por ejemplo, hay zonas que El Mercurio parece no cubrir. Los centros culturales de San Joaquín (bien activo), no vemos en el diario lo que pasa ahí. O hay mucha actividad promovida desde el Consejo [CNCA] que vinculan teatro y educación, pero en comunas más bien marginales. En términos geográficos está más desde el centro hacia el oriente y no entra en esta construcción lo que pasa fuera de esas fronteras.

**EM:** Entra pero es menor, mucho menor. Es menos visible. Igual lo que la sección de espectáculos trata de dar cuenta es de un espectáculo, en la medida que es un estreno, es un hecho novedoso en sí. Lo que implica que tenga calidad y que es un obra de teatro profesional. Si la obra se reestrena en San Joaquín, eso queda fuera de la vida de la cobertura. Cuando una obra está bien cubierta, yo anuncio que la obra se va a hacer. Luego, viene una entrevista al director o al actor, luego viene la crítica y listo Esa sería la vida de la cobertura de una obra. Eventualmente esas tres partes se les podría sumar una cuarta cuando hacemos una nota de 'agenda', es decir estas siete obras hoy día están en la cartelera y hablan del conflicto del Estado en la araucanía. Y eso sería una cuarta nota que la agrupa dentro de un fenómeno. Por tanto lo que se hace en algunos otros teatro o centros culturales que están en la periferia o en sectores menos visibles, poniente, sur, norte de la capital, no han sido parte de ese fenómenos periodístico llevada al teatro. Me pasa básicamente con Entepola, que se desarrolla en Pudahuel y en Lo Prado, le damos cobertura en enero y ahí está apareciendo. Se hace siempre y cuando esa obra genere el interés periodístico. Quizás son los programadores los que no han hecho algo ahí, porque no somos nosotros los que hacemos la programación si no que damos cuenta de lo que sucede. Si efectivamente aparece un festival de teatro que se llama Juan Radrigán y llega a Huechuraba y tiene contenidos importantes y suma a una serie de personas conocidas y populares en el mundo teatral, y hacen una obra nueva, tienen una cartelera por 30 días, por lo general se le da cobertura a esa creación. Quizás no en las tres notas, pero una o dos. Pero en cuanto ese fenómeno teatral sea susceptible de reportear y publicar, lo cubrimos. no hay una intención ni un sesgo desde lo geográfico. Estoy pensando en el último Santiago a Mil, partió más bien de comunas periféricas y no en el centro. Y el recorrido que me pegué fue por esas comunas, Independencia, Renca y lo publiqué así. Pasa lo mismo en regiones, que encuentro que las pierdo de vista por un asunto geográfico. Ahí mi trabajo se pierde, estoy poniendo la nota de los premios Tony pero no cubro lo que está pasando en el teatro Regional del Maule o en el de O'Higgins. El fenómeno periodístico se pierde por la geografía, no me transmiten por la

tele lo que está pasando y ahí me pierdo de mi norte como periodista. En ese sentido también tiene que ver con lo que ponen en cartelera en esa sala, que en general es algo que ya se ha visto acá. Yo supongo y espero que lo natural es que una obra viaje, pero no pasa el fenómeno periodístico de está pasando algo nuevo. Si hay un Festival de Teatros Regionales, eso se puede incluir, pero no es más que una o dos notas al año.

## ENTREVISTA A PAMELA LÓPEZ (CONSENTIMIENTO INFORMADO)

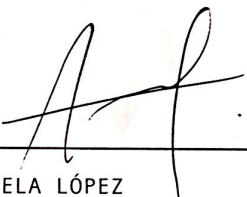
## CONSENTIMIENTO INFORMADO

La entrevista entregada a Rodrigo Canales es exclusivamente para uso académico, en el marco del programa de estudios que sigue de Magíster en Comunicación Social en la Universidad de Chile.

Toda la información contenida en la entrevista es de carácter confidencial, pudiendo ser utilizada para el trabajo de la tesis titulada "REPRESENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TEATRAL EN EL DIARIO EL MERCURIO (2015-2016)".

La entrevista, o parte de ella, sólo podrá publicarse o incluirse dentro del trabajo de tesis final, lo que es aceptado por el entrevistado a través del presente consentimiento.

La entrevistada declara conocer los objetivos de la entrevista y su finalidad.



---

PAMELA LÓPEZ  
Directora Programación - Centro Cultural GAM  
abril-2018

## ENTREVISTA A PAMELA LÓPEZ (PAUTA DE PREGUNTAS)

1. Primero, para el registro: ¿cuántos años llevas relacionada al GAM y qué función desempeñas? ¿Cuáles son tus principales tareas?
2. ¿Cómo es la relación que hay con la prensa en general?
3. Y en ese contexto ¿cómo describirías la relación que mantienen con El Mercurio en particular?
4. Según tu experiencia: ¿cómo definirías la actividad teatral que cubre El Mercurio?
5. Hemos observado que El Mercurio entrega cobertura privilegiada a determinadas salas o eventos y a las obras y figuras que se presentan ahí. Una de las salas con mayor frecuencia de cobertura es el GAM. ¿Qué tan importante es para el GAM esta ventana de difusión que entrega El Mercurio?
5. Desde el GAM, ¿han reflexionado respecto de la coincidencia de público que tienen sus actividades con El Mercurio?
7. Desde tu experiencia, ¿qué grado de influencia tienen las publicaciones que se hacen en El Mercurio sobre la percepción que hay sobre las obras en cartelera y su rendimiento en taquilla?
8. ¿Crees que hay una construcción deliberada de una determinada realidad de la actividad teatral adecuada a la impronta del diario?
9. ¿En cuánto contribuye la relación que ustedes mantienen con El Mercurio en función de esa construcción?

ENTREVISTA A **PAMELA LÓPEZ (PL)**  
DIRECTORA DE PROGRAMACIÓN Y AUDIENCIAS  
CENTRO CULTURAL GAM  
LUGAR: OFICINAS GAM  
09.04.2018

**RC:** Estoy con Pamela López, directora de programación y audiencias de Centro Cultural Gabriela Mistral, GAM. Esta entrevista es para chequear cierta información que he levantado respecto del comportamiento editorial de El Mercurio respecto de la actividad teatral.

**PL:** Para contextualizar las respuestas que te doy, ¿te hablo como directora de Centro GAM o te hablo con las experiencias que he tenido con El Mercurio desde soloteatro, Teatro UC?

**RC:** Por eso te escogí, porque has tenido distintas experiencias con El Mercurio, desde distintos lugares y GAM tiene un lugar de privilegio en las páginas del Mercurio. Entonces vamos a tratar de delimitar la política editorial del diario respecto del teatro. Entonces, primero, para el registro, ¿cuántos años llevas relacionada al GAM? ¿Qué función desempeñas y cuáles son las tareas principales?

**PL:** Ok, llevo dos años vinculada al GAM. Mi rol es ser la directora de programación y audiencias y mi función principal es todo lo que implique la responsabilidad programática del espacio, en todos los géneros programáticos que el espacio acoge y en todos los tipos de actividades que el espacio acoge, vale decir no solo las que son directamente artísticas o programáticas, en términos de contenido de teatro, danza, si no también todas aquellas que tienen que ver con formación de audiencias, mediación, educación, biblio gam, espacios abiertos... y también darle el visto bueno a las actividades comerciales, que no las gestiono yo, pero deben pasar por mi aprobación previa.

**RC:** ¿Es para tener una unidad de la imagen?

**PL:** Es para tener una visión unitaria de los contenidos que alguien debe llevar, por una parte, y para proteger y ser el responsable de cualquier tipo de contenido que se da en el Centro Cultural. Porque las personas que lo utilizan y cohabitan en él, no necesariamente tienen un conocimiento depurado de cuál es la modalidad de ingreso de esa actividad al espacio. Ellos vienen y hacen un actividad en GAM. Y eso puede ser Santiago a Mil, Santiago Off, un arriendo comercial, una producción GAM, una coproducción GAM, una compañía que entró por convocatoria, alguien que está pasando por el GAM y se le ocurrió hacer una performance en la nave central. Todo eso es parte del imaginario para los públicos de lo que es el GAM, en cuanto está físicamente acotado en el espacio de GAM.

**RC:** Para poder tener el objeto más definido. ¿Tienes alguna noción concreta de cuánto espacio ocupa el teatro en la programación del GAM?

**PL:** Sí, lo tengo. Te lo puedo decir exactamente, toda esta información la puedes recoger del sitio web de GAM, en la parte de abajo donde dice transparencia, están todos los reportes anuales y encuestas de caracterización de público. Igual veámoslo ahora. En el 2017, de un total de alrededor de un millón y medio de visitas anuales al edificio, a funciones en sala (que es la mayoría del teatro se concentra en sala), hubo 678 funciones de artes escénicas, de las cuales 374 son de teatro y 47 de teatro familiar. Anexo a eso se articulan funciones que son fuera de sala, en espacios abiertos, circo, funciones al aire libre, teatro lambe lambe.

**RC:** ¿Y cuánto crees que es el peso simbólico de lo que es el teatro en los públicos del GAM?

**PL:** Es mucho mayor a que las otras artes escénicas, primero porque es mayor en cantidad en términos de programación; segundo porque es mayor también en la cantidad de públicos que recibimos. Por ejemplo, de nuestro público total de artes escénicas, que responden a 74.255 espectadores anuales, casi el 55% o más corresponde a teatro. Eso es de nuestra oferta en sala. Ahora, está vinculado a una mayor oferta programática. Ahora, independiente si es primero el huevo o la gallina, o la oferta o la demanda, se da que mayoritariamente lo



que presentamos es teatro en el campo de las artes escénicas y que la mayor cantidad de público tiene que ver con esa disciplina.

**RC:** ¿Me puedes hablar un poco de la relación en general que tienen con la prensa?

**PL:** Eso tiene que ver con varios roles. Hay roles mucho más institucionales y tienen que ver con lo que acá establecemos como media partner, que en nuestro caso es El Mercurio. Hay un plano primero que es el institucional, hay un plano que tiene que ver con la articulación oferta-contenido, y hay una tercera esfera que tiene que ver con relaciones personales. Si uno lo viera en círculos concéntricos, del más lejano al más cercano, sería institucional, oferta programática y relaciones personales. Antes que se me olvide, el GAM utiliza un esquema de promoción que divide el marketing programático y el marketing institucional, comunicaciones desde el punto de vista del marketing. Volviendo a mis visiones: hay un plano que es institucional que tiene que ver en cómo los media partner, o cómo El Mercurio en este caso, te apoyan institucionalmente en darte visibilidad como espacio y en articular estrategias conjuntas que tengan que ver con formular alianzas donde no necesariamente esté involucrada la programación. Y es una estrategia diferente porque, dentro del diario El Mercurio, esa no es una estrategia que ingresó por los periodistas, ahí uno ingresa o por marketing o por los clubes de beneficios, el área comercial del Mercurio. Eso tiene que ver con una relación de media partner que está establecida en términos de visibilidad conjunta y delineamiento de acciones, pero que no está vinculada a programación. O sea, ser un media partner del Mercurio no necesariamente involucra que yo esté forzada a liberarle mis contenidos al Mercurio, que tenga exclusividad con ellos en cuanto a los temas, a los contenidos, a las notas a la gestión que tenga de prensa. Son áreas escindidas, yo puedo estar perfectamente vendiéndole una exclusiva a la tercera, aún si El Mercurio es mi media partner. Si al Mercurio le va a interesar que yo tenga la tarjeta de descuento en club de lectores en boletería y que probablemente ese sea el mejor descuento que ofrezca en términos de estrategia de precios.

**RC:** Y la devolución del Mercurio consiste en...

**PL:** La devolución consiste en difusión que se genera en sus soportes estratégicos, revista específica del club de lectores, y también de cierto canje de visibilidad en el diario con calugas, insertos publicitarios, en cierto parámetro que ellos definen en determinado número de centímetros, columnas, página izquierda o derecha, color o blanco y negro. Y también un descuento relevante como media partner si tu quisieras comprar. Pero en general son estrategias que tienen que ver con rangos institucionales. Luego hay una instancia que la denominé más de contenido o programática, que tiene que ver con la gestión de prensa que se hace con El Mercurio y otros medios con el fin de promover, difundir y visibilizar proyectos GAM, artísticos o institucionales. No sólo de las obras, sino también de gestión. Eso es un trabajo que tiene que ver con otras áreas en El Mercurio, en este caso se aborda con Eduardo Miranda, en particular, que es el periodista a cargo de teatro, pero no sólo con él, a veces con Maureen Lenon, antes a veces con Agustín Letelier. Maureen ve más la sección cultura, Eduardo en el cuerpo C, Agustín más que ver con la crítica o Pedro Labra directamente. Con los distintos profesionales se van ofertando los contenidos de pauta.

**RC:** ¿Con el editor no?

**PL:** En algunos casos específicos sí, cuando son cosas muy grandes, una nota gigante. Pero en general se ve directamente con las personas que articulan las notas y ahí pasamos al punto número tres que son las relaciones más personales, donde yo creo que hay en general un lazo estrecho los periodistas de la institución, en este caso los periodistas de GAM -o en otros casos la directora de comunicaciones, o en mi caso la directora de programación-, que son relaciones más profundas con los periodistas que articulan los contenidos en los diarios. Eso funciona así, porque se establecen relaciones de confianza. Ahí creo que es está la palabra principal, relaciones de confianza donde si prometes una nota a un periodista, entonces no la compartes con otro medio, relaciones de exclusividad, pactos de silencio sobre ciertos temas sobre los cuales acuerdas que salgan más adelante que tal vez no necesariamente me conviene que salga ahora. Y viceversa, muchas veces también ayudando a los periodistas que en contextos más sociales, informales, te preguntan, qué proyectos hay, qué podemos hacer juntos. A veces, cuando la relación de confianza es mucho mayor, te comentan las notas que están pensando hacer y

te preguntan 'oye, quizás ustedes tengan algo que ofrecer en este contexto'. Entonces creo que son tres relaciones que dependiendo de la organización la pueden llevar personas distintas o las pueden llevar la misma persona. Por ejemplo, en el Teatro UC, independiente que había el apoyo de varios periodistas, yo era quien llevaba el control de esas tres aristas. Llevaba la parte institucional, veía la parte de contenido (pese a no ser la directora de contenido, pero las visualizaba en conjunto), y veía también la gestión uno a uno porque tengo en particular una relación de confianza y de amistad con Eduardo, que trabaja en El Mercurio. Así como la tengo con Pedro Bahamondes de La Tercera, o sea hay vínculos de relaciones más estrechas con ciertos periodistas que te permiten tratar en algunas ocasiones sin pasar a llevar las decisiones de cada uno. En ese contexto hay un margen que es de respeto para articular cosas en conjunto.

**RC:** ¿Y la relación con El Mercurio? ¿Cómo fluye? Me has dado algunas luces, es muy importante la relación de confianza que tienen con el cronista principal, con algunos otros profesionales, pero si me puedes explicar la dinámica que tienen, acuerdos tácitos o explícitos...

**PL:** Yo creo que en la dinámica depende de cómo se configure una nota, pero siempre nace de la estrategia de alguna de las partes. Por ejemplo, hay ocasiones en que El Mercurio tiene una estrategia de notas en que ellos quieren levantar un tema, te invento: los celulares y el teatro. Entonces ellos nos llaman y establecen la nota que quieren hacer, nos preguntan si tenemos algo que decir, algún contenido con el que podamos aportar. Gestión directa. Al revés es lo mismo. Es muy importante cuando me preguntabas por qué no ir directo al editor, en lo personal lo veo como una traición en la relación que tenemos con los periodistas del Mercurio. Hay un pacto de cuál es el camino para hacer las cosas, donde yo me imagino e intuyo que al periodista le molestaría que yo me lo saltara y le fuera a vender un tema directamente al editor. El mecanismo que entiendo que es: tu conversas con el periodista, el periodista perfila la nota que quiere hacer y se la presenta a los editores en las reuniones de pauta. Y sobre la base de eso, se negocian las condiciones -que es aparte de los contenidos-, como qué día va a salir, color o blanco y negro, sección, página izquierda o derecha, día de la semana o fin de semana, porque uno también maneja cuáles son los días que tienen mayor índice de lectoría. Es una negociación. Cuando la

relación viene desde GAM hacia El Mercurio -y ocurría lo mismo en la UC-, tiendo a pensar que es más o menos similar cuando uno piensa en el segmento que tiene y en el segmento de público al que le quiere hablar. Uno sabe que el segmento de lectores de El Mercurio, de La Tercera, del Clinic, La Cuarta o La Segunda, no es necesariamente el mismo. Uno intuye que en El Mercurio hay un lector un poco más conservador, quizás de más edad, mientras que en La Tercera uno tiende a pensar que son lectores un poco más jóvenes, o un poco más innovadores.

**RC:** ¿Por qué hablas de intuir y no saber respecto de lectoría y segmentación de público?

**PL:** Uno le puede pedir esos datos a los diarios. Creo que internamente ellos tienen datos que tal vez no explicitan, porque quizás no son las cifras que esperan. De todas maneras los datos que se manejan hasta el 2013 coinciden con la impresión que uno tiene del diario. Nos seguimos manejando con esas premisas. Ellos te abren los números desde el Club de Lectores, que vienen desde el departamento de marketing, en relación a los suscriptores. Pero no así en la parte programática.

**RC:** En nuestra revisión que abarcó 2015 y 2016, donde el teatro se radica fundamenta en el Cuerpo C, donde aparece privilegiadamente GAM, Centro MORI, más abajo teatro UC, TMLC y Nescafé de las Artes.

**PL:** Eso coincide con que tenemos más oferta. Mori, al final son diez salas donde programan. Lo mismo en GAM, donde tenemos mucha oferta programática. Las Condes y Nescafé tienen temporadas muy cortas, son fechas y la UC hace una parrilla anual que va dosificando.

**RC:** Y según tu experiencia, ¿cuál es la construcción de la actividad teatral que hace El Mercurio?

**PL:** Yo creo que El Mercurio está muy interesado en cubrir obras de teatro. Tiendo a pensar que tienen interés de cubrir las obras que se están dando, los estrenos, contar un poco más sobre lo que se viene. Perfiles que tienen que con obras de teatro en el sentido de actores, dramaturgos, directores. Siento que en

menor medida genera notas sobre teatro. Siento que eso es más de La Tercera, donde uno encuentra notas sobre la crisis de las salas en Chile, la circulación de las obras, etc, que son temas sectoriales. Tiendo a pensar que al Mercurio le interesan más los temas programáticos que sectoriales, que le llaman la atención los temas sectoriales en la medida que puede anunciar cosas programáticas. Por ejemplo, al Mercurio le interesa cubrir la Noche de los Teatro y la Red de Salas, en la medida en que la Noche de los Teatros le articule una nota que diga cuál es la programación que se va a ofrecer ese día. Versus La Tercera, que estratégicamente tiraría una nota sobre las salas y los subsidios. Siento que La Tercera tiene una visión más sectorial, más política.

**RC:** ¿Y se puede dar vuelta esa operación y decir que El Mercurio tiene una visión más apolítica?

**PL:** No sé, porque parece algo negativo, como si hubiera una carencia en El Mercurio. Tiene más que ver con la línea editorial, con el desarrollo de contenidos que ellos privilegian, que tiene que ver con lo programático. Son intuiciones que tienen que ver en a quién le vendería una nota y por qué. También sé que El Mercurio le interesan más los temas colectivos que individuales, a menos que el tema individual sea muy relevante. Hay un dicho que usamos en ocasiones con Eduardo [Miranda]: 'dos son coincidencia y tres son tendencia'. Por ejemplo al Mercurio no le voy a vender una nota de 'La conquista' de Ma. José Contreras, le voy a vender en una estrategia con otras salas de teatro, entonces le digo que está esta obra que habla de tecnología y la puedes juntar con otra obra que está en el Teatro del Lago que también habla de tecnología y así gano yo porque tengo un espacio más grande en una nota mayor, donde se aborde el tema de 'Los teatros se cuadran con las tecnologías'. Ir construyendo relatos, más que algo específico, excepto que eso específico ellos lo consideren demasiado importante, como fue el caso de 'Sayonara', siguiendo el ejemplo de las tecnologías. Ahí había algo que le interesa al mercurio como contenido individual, porque es una obra internacional, que tiene una narrativa especial, porque hay un androide en escena. Uno va entendiendo esa dimensión de cómo se arma la cobertura teatral. Hay ciertos actores que El Mercurio probablemente va a querer llevar solos, por la relevancia y el peso. Eso ocurre con figuras como Bélgica Castro, Alejandro Sieveking, probablemente Claudia di Girólamo, Amparo Noguera. Hay

figuras que articulan una nota en sí misma. Contrariamente a lo que pasa con directores o dramaturgo más jóvenes o más nuevos, va a ser más difícil conseguir una nota sólo para ellos y sería mejor reunirlos en un concepto como 'Las nuevas plumas de la cartelera este semestre'...

**RC:** Armando un micro relato

**PL:** Claro. A veces ese relato te lo arma el diario y a veces tú se lo ofertas al diario. A veces se lo ofertas al diario y te pueden decir que no y *contraofertar*.

**RC:** ¿Qué tan importante es para GAM tener esta ventana de difusión que entrega El Mercurio?

**PL:** Es relevante porque es un diario que tiene amplia circulación, gran cantidad de lectores, es un diario que -sobre todo ahora que estamos en un plan de internacionalización de GAM-, El Mercurio tengo la sensación y percepción de que es el diario chileno más reconocido internacionalmente. No es lo mismo cuando le envías a alguien la nota del Mercurio que de otro medio. Tiene un prestigio y eso lo hace una vitrina relevante.

**RC:** Y en el apartado crítica, ¿qué tan importante es que los critiquen bien o mal? Porque la crítica del cuerpo C es particularmente binaria.

**PL:** Yo pienso que, tengo la duda en general como gestora, si es que la crítica tiene una influencia real en términos de la cantidad de público que asiste a una función. Creo que es más claro el output positivo, o sea que una buena crítica te puede acarrear algunas personas más, no sé si es tan equitativo el parámetro inverso con una crítica negativa. A mi me pasa como lectora también, que una crítica muy mala puede que te genere el interés de ver la obra, quizás le pasa sólo al público muy teatral y especializado.

**RC:** Además que hay un crítico dominante en El Mercurio, Pedro Labra, que lleva 25 años en el diario. Me parece interesante el concepto que ocupas respecto del prestigio que tiene El Mercurio, una suerte de reputación corporativa, pero siempre hablas desde la intuición.

**PL:** Es que no tengo un dato concreto. No tengo un cifra objetiva que pueda demostrar que El Mercurio es el diario que tiene más repercusión internacional. No manejo cifras y por eso soy cuidadosa y hablo de percepciones e intuiciones que tengo.

**RC:** En ese sentido, ¿han reflexionado respecto de las coincidencias de público que tienen con El Mercurio?

**PL:** Yo creo que coincide porque, lamentablemente -y está en los informes de caracterización-, el público que asiste a GAM tiene características de ser un público bien informado, con altos índices de formación (universitaria o postgrado), coincide con el teatro en general. Las salas que participamos de este sistema donde hay venta de tickets y gestión programática que se realiza desde una articulación con los públicos, con un sistema de venta de proyectos y ofreciendo un producto, es un público con ciertos parámetros socio económicos y demográficos bien claros: mayoritariamente de cierta comunas, con determinados segmentos etáricos, mayoritariamente mujeres. Nuevamente tiendo a pensar que eso tiene coincidencia con los diarios de principal lectoría, entre ellos El Mercurio.

**RC:** Y ese conjunto de coincidencia, ¿construye una realidad que puede ser difícil de ampliar o modificar?

**PL:** Sí en general. No sé si en particular en el GAM, porque la estrategia comunicacional del GAM es muy fuerte en redes sociales. Los índices *cloud* de GAM, que miden tu participación en redes, están por sobre el CNCA, por ejemplo. GAM resalta sobre otros espacios que programan teatro, tiene la particularidad de tener una alta dependencia en estrategias digitales, por sobre estrategias tradicionales. Desde ese punto de vista somos más libres de desestructurar contenido, y también sabemos que hay proyectos que tal vez no son de interés de la narrativa del Mercurio. Porque muchas de las obras que tenemos a veces son muy políticas. El Mercurio las cubre igual porque su área teatro es bastante pluralista en ese sentido, pero le da su propio ángulo, poniendo el acento en aspectos particulares, lo que es parte de su línea editorial, que es conocida.

**RC:** Al ser media partner con El Mercurio, ¿se sienten en algún grado en posición de exigir determinada cobertura?

**PL:** Los contenidos los traspasamos en estrategias conjuntas. Por ejemplo, toda la campaña de *Gabriela-Violeta*, estas muñecas de lana a tamaño real, es un cofinanciamiento del Mercurio. Entonces hay a un costado un diario El Mercurio como de época, pero es una alianza de marketing, que está liderada por ese espacio. No tiene ninguna injerencia respecto de los contenidos programáticos. Si marketing del diario quisiera hacer una obra sobre los diarios y la imprenta, no es una alternativa. O se conversa esa posibilidad desde otro lugar, que quizás no es parte de las líneas programáticas de GAM. Puede ser una obra a pedido, que se da privadamente, como si fuera un evento.

**RC:** Entonces ambas partes no están obligados a nada en términos de cobertura y articulación programática

**PL:** Claro. Estamos obligados a estrategias conjuntas de marketing, descuentos en boletería, de esa naturaleza de colaboración.

**RC:** Muchas gracias, tengo todos los puntos.



## ENTREVISTA A CLAUDIA ROJAS (CONSENTIMIENTO INFORMADO)

### CONSENTIMIENTO INFORMADO

La entrevista entregada a Rodrigo Canales es exclusivamente para uso académico, en el marco del programa de estudios que sigue de Magíster en Comunicación Social en la Universidad de Chile.

Toda la información contenida en la entrevista es de carácter confidencial, pudiendo ser utilizada para el trabajo de la tesis titulada "REPRESENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TEATRAL EN EL DIARIO EL MERCURIO (2015-2016)".

La entrevista, o parte de ella, sólo podrá publicarse o incluirse dentro del trabajo de tesis final, lo que es aceptado por el entrevistado a través del presente consentimiento.

La entrevistada declara conocer los objetivos de la entrevista y su finalidad.



---

CLAUDIA ROJAS  
Jefa de Prensa - Fundación Teatro a Mil  
abril-2018

**ENTREVISTA A CLAUDIA ROJAS (PAUTA DE PREGUNTAS)**

1. Primero, para el registro: ¿cuántos años llevas relacionada a la Fundación y qué función desempeñas? ¿Cuáles son tus principales tareas?
2. ¿Cómo es la relación que hay con la prensa en general?
3. Y en ese contexto ¿cómo describirías la relación que mantienen con El Mercurio en particular?
4. Según tu experiencia: ¿cómo definirías la actividad teatral que cubre El Mercurio?
5. Hemos observado que El Mercurio entrega cobertura privilegiada a determinadas salas o eventos y a las obras y figuras que se presentan ahí. Resulta llamativa la cobertura que se entrega a las actividades de la Fundación Teatro a Mil, especialmente su Festival Santiago a Mil, llevándose una porción importante de los recortes durante la actividad, pero también plantando anuncios y noticias aún fuera de la ventana del festival. ¿Qué tan importante es para el Festival y la Fundación esta ventana de difusión que entrega El Mercurio?
6. Desde la Fundación, ¿han reflexionado respecto de la coincidencia de público que tienen sus actividades con El Mercurio?
7. Desde tu experiencia, ¿qué grado de influencia tienen las publicaciones que se hacen en El Mercurio sobre la percepción que hay sobre las obras en cartelera y su rendimiento en taquilla?
8. ¿Crees que hay una construcción deliberada de una determinada realidad de la actividad teatral adecuada a la impronta del diario?
9. ¿En cuánto contribuye la relación que ustedes mantienen con El Mercurio en función de esa construcción?

ENTREVISTA A CLAUDIA ROJAS (CR)

JEFA DE PRENSA

FUNDACIÓN SANTIAGO A MIL  
LUGAR: FUNDACIÓN TEATRO A MIL  
11.04.2018

**RC:** Estamos con Claudia Rojas, jefe de prensa de la Fundación Santiago a Mil. Si quieres, partamos por establecer la relación que tienen con El Mercurio.

**CR:** Igual es como necesario saber que nosotros tenemos una relación con El Mercurio desde los inicios del Festival. No sé si tu sabes algo del Festival, como para contextualizarte. La Carmen Romero es nuestra directora ejecutiva, la directora general del Festival Santiago a Mil, y la Carmen comenzó en el tema de la producción con el Andrés Pérez, quien la invitó y ella se quedó en la gestión cultura; luego tuvo su productora que era El Carro Producciones, y eso pasó a transformarse en el Romero y Campbell cuando se fusionó con la amiga y colega que era la Evelyn Campbell. Fueron las productoras del primer Teatro a Mil que fue el 94 y ese año, cuando el Festival comienza como muestra, en la Estación Mapocho, que era un rotativo, que nunca costó mil pesos, al primer medio que se acercaron fue a la Wiken del Mercurio. La Wiken le abrió la posibilidad de tener la guía del espectador que es un insumo que nosotros usamos hasta el día de hoy, que en general ahora está saliendo los primeros días de diciembre, los últimos días de noviembre, donde sale toda la cartelera tanto de sala como de calle del festival. Y nos dieron la posibilidad de estar ahí, todo esto porque la Carmen ya tenía un carrete más o menos largo, no era una desconocida. Ellos apostaron por cubrir ese primer festival, y así eso siguió durante varios años. En un momento nosotros nos cambiamos, la guía del espectador salió por La Tercera, porque la idea del Festival ha sido ser transversal, llegar a diversos públicos, creímos que era una buena posibilidad de abarcar otros nichos, otros públicos y nos resultó bien. Pero, La Tercera nos cobraba por eso. Entonces tuvimos que volver al Mercurio y seguimos con la guía del espectador. Esto te lo digo para contextualizarte que para el tema de Santiago a Mil, nosotros sí tenemos una relación directa con ellos. Ha sido también nuestro *media partner*, aquí se hace todo por canje, no se paga nada, ellos aceptan ser nuestro Media Partner, gracias a que nosotros los ubicamos en nuestras piezas comerciales, les damos cortesías y se nombran en casi

todos los documentos o insumos que nosotros preparamos que son programas de mano, afiche, etc. Pero el tema del Media Partner, no nos ha condicionado a que nosotros tengamos que trabajar solamente para el Mercurio, o que tengamos que darles todas las exclusivas, sino que nosotros tratamos de jugar, especialmente con los Festivales. Claro que cuando somos Media Partner, nosotros quizás le damos el primer nombre, el primer anuncio, pero del mismo modo le damos otro nombre a La Tercera, a la Segunda, a LUN y todos los medios. Porque si te das cuenta por lo que has investigado, los medios se mueven mucho por las exclusivas. En El Mercurio sí nos pasa que ahí tenemos muchas voces, porque no es solamente el cuerpo C, tenemos una relación a nivel global, con la Revista Wikén, con la Ya, el Sábado, con todos tenemos contraparte. No es solamente con el Eduardo Miranda. Estamos en el Artes y Letras, Agustín [Letelier] que a pesar que se retiró sigue haciendo un balance todos los años del Festival, entonces tenemos varias voces que nos cubren en las diferentes formas. Como lo veías, en el cuerpo C, el espacio para el teatro ha ido disminuyendo mucho. Compite mucho con la televisión, con lo que es rostro, y generalmente (no siempre) El Mercurio sí toca más temas que tienen que ver con rostros, con gente conocida, más que con compañías de teatro emergente. Generalmente es así. Entonces optamos por estar en el Artes y Letras, con otros temas, en el cuerpo A también.

**RC:** Van generando una pauta de acuerdo al perfil de cada uno de los cuerpos...

**CR:** Exacto, sobre todo porque tenemos muchas líneas. Por ejemplo, hay una línea de formación, donde nosotros tenemos un proyecto que se llama Teatro en la Educación que nació de la nueva reforma educacional, donde nosotros pensamos junto con otras instituciones en la importancia que es tener teatro como asignatura formal en los colegios; así es como tenemos un proyecto piloto en La Granja, que ahora se agrandó a Lo Prado, Cerro Navia y Pudahuel (Servicio Local de Barrancas), y eso por ejemplo, lo cubre Educación de El Mercurio. Dependiendo de nuestras líneas vamos jugando, porque tenemos la posibilidad de estar en varios espacios.

**RC:** Según tu experiencia, ¿cómo definirías que es la actividad teatral que cubre El Mercurio? ¿Qué es lo que representa El Mercurio como teatro?

**CR:** Yo creo que generalmente El Mercurio ha tenido una línea súper de teatro más convencional. Generalmente no cubren mucho lo que es el trabajo de las compañías emergentes. Sí hay un desafío ahí, y valoro mucho el trabajo y lo que ha hecho el Eduardo [Miranda], porque él es una persona que sí ve mucho teatro, que está donde está lo que está ocurriendo y que ha luchado por instalar varios temas. Me parece muy importante, por ejemplo, lo que él ha hecho con Los Contadores Auditores. Los Contadores Auditores ahora son un grupo muy conocido, tienen 10 años, tienen los premios, pero en algún momento fueron emergentes y creo que en El Mercurio les dieron un espacio, a pesar de que generalmente no cubren a grupos emergentes. Entonces creo que ahí también ha ido ganando más visibilidad ese grupo. En general, yo siento y sentimos acá, que no se han refrescado mucho las voces críticas del teatro, o sea Pedro [Labra] lleva un montón de años, Agustín [Letelier] lleva un montón de años y creo que falta una mirada más joven, en un diario que es tan importante, o sea sigue siendo el diario de mayor tiraje, sigue siendo el diario de mayor lectoría, pero eso también creo que podría ayudarlo. Nosotros cuando pasa eso, optamos porque la Andrea Jeftanovic, del Wikén, también vaya, o tratemos de verlo por otro lado, o lo mismo en Artes y Letras, si tenemos un espectáculo de música, que probablemente pueda interesarle a Juan Antonio Muñoz. Si bien son cerrados, hay varios espacios que uno como gestor o persona a cargo de la difusión, tiene que aprender a entender y a buscar y a gestionar para que nos publiquen ahí.

**RC:** ¿Qué tan importante es para el Festival tener esta ventana que le entrega El Mercurio? ¿Qué pasaría si no estuviera? Les pasó que prescindieron del Mercurio un tiempo, cuál fue la evaluación de esa experiencia.

**CR:** Prescindimos solamente de la guía del espectador. Es un suplemento que sale en noviembre, que se entrega un domingo, que se entrega igual como se entrega El Wikén, qué se yo. Pero nosotros ese año seguimos con El Mercurio como media partner también. Yo creo que El Mercurio sigue siendo una voz súper importante, por lo que te digo, tiene un tiraje muy importante, tiene una visualidad importante para la gente: la sola marca de salir en El Mercurio, es importante. Sigue siéndolo. Pero para nosotros como Festival tratamos de ver a todos los medios por igual. A nosotros nos interesa mucho el público de La

Tercera; hemos luchado mucho por estar en LUN, con un público más popular. También por estar en La Segunda con temas más contingentes, por darle una cabida o un sustento más profundo a lo que están haciendo las compañías emergentes, que es mucho teatro político, denunciante, protestante. Entonces, creo que es parte importante, pero no la única plataforma para nosotros, porque ellos van a un público que nos gusta ir, un público que es más convencional, más del teatro tradicional, pero también nosotros queremos llevar otras voces. Sí, desde la mirada de periodista, encuentro que les hace falta, aparte de refrescar esta mirada más crítica que tienen, tener una plataforma digital más importante. Si bien, por ejemplo, La Tercera replica todo lo que tienen en el papel en latercera.com, en La Segunda igual; pero en El Mercurio no pasa eso, porque su símil es EMOL pero son dos equipos diferentes. Para gestionar un tema en EMOL o para tener una crítica en EMOL (que antes la hacía *Seba Cerda*), hay que gestionar otra cosa, no replican toda la información del papel. Creo que ahí, hay algo que podrían hacer para refrescar. Porque no toda la gente, quizás la más romántica, se mete a ver el diario hoja por hoja. Pero la plataforma digital, la que se tuitea, la que es rápida, la de facebook, eso siento que podría ser un paso más allá para ellos. De hecho, en un tiempo fue como propuesta, y estaba El Mercurio como elemer.com. Ese fue un piloto que lo hicieron el 2012 si mal no recuerdo y nunca salió a la luz finalmente.

**RC:** me hablaste de un público de El Mercurio, tal vez más convencional, de teatro más tradicional. ¿Crees que es un público que está segmentado demográficamente? ¿Ocupa un pedazo de Santiago, va a algunos lugares? ¿Hay lectores de El Mercurio en San Joaquín, Quilicura o Renca? ¿O están más bien concentrados en Las Condes, Vitacura?Cuál es tu experiencia al respecto.

**CR:** Te puedo entregar dos datos para eso. Uno, cuando termina el Festival, nosotros hacemos un estudio de público. Uno que se apoya en lo que hace la asociación de prensa de medios chilenos, que es un ranking de lectoría y otro que tiene que ver con público que visita los espectáculos del Festival Santiago a Mil. Efectivamente nosotros la mayor cobertura que tenemos de Medios Escritos es del Mercurio y el público que nosotros tenemos es mayoritariamente de Las Condes, Ñuñoa, Santiago y Providencia. Esas son las cuatro comunas de las cuales residen nuestros públicos que nosotros sacamos porque hacemos

encuestas. Entonces si tu relaciones esas dos cosas, y lo comparas con el ranking de lectoría, el público de El Mercurio pertenece al ABC1 C2, en un rango de entre 45 y 54 años, en nosotros es un poco menor ese rango. Pero en esos datos te das cuenta que el público del Mercurio sigue siendo un público ABC1 C2, más o menos entre los 40 y 54 años, que es bien romántico del teatro o de las grandes compañías más emblemáticas, teatro Cinema, todo lo que hizo Alfredo Castro con el Teatro La Memoria, son más reacios a entrar en lo emergente. De hecho, nosotros tenemos un ciclo de teatro emergente que se llama Teatro Hoy, que es un ciclo que hacemos en otoño o invierno, ahora nos toca en junio, lo vamos a lanzar la primera semana de mayo. Si tu te das cuenta, en términos de cobertura de crítica, Pedro [Labra] hace una o dos críticas de ese ciclo. Entonces eso también te da cuenta que eso no es lo que a ellos les interesa, las compañías emergentes, en general. No quiero tampoco ser tan drástica, porque sí han dado la oportunidad de que lo de Camila Lebert, por ejemplo, le han dado espacio. Pero, en general, son más reticentes a trabajar o a criticar o a publicar cosas de compañías emergentes.

**RC:** ¿Tu crees que eso tiene que ver como con un relato que quieren darle a su público, una línea editorial más tradicional de El Mercurio?

**CR:** Sí, yo creo que tiene que ver con la línea más tradicional de El Mercurio. Tienen un público fiel y tampoco -supongo yo, no estoy adentro- no quieren perder ese nicho. Entonces no quieren perder ese público fiel, porque nosotros acá tenemos lectores que realmente leen a Pedro Labra y no leen a la Andrea Jeftanovic, y no leen al Rodrigo Miranda en La Tercera. Entonces yo creo que va más por una línea editorial que por los mismos periodistas.

**RC:** ¿Y por qué crees tu que a veces le dan cabida a algunos emergentes?

**CR:** Yo creo que eso tiene que ver mucho con el trabajo en terreno que hace en este caso el Eduardo [Miranda]. O con el desafío que se ha impuesto él. Porque nosotros como Fundación igual tratamos que todos nuestros temas estén, y muchas veces logramos que Teatro Hoy esté, se difunda en El Mercurio con todas sus obras. Ellos trabajan mucho con el tema de los compilados, lo que viene este año, cuáles son los rostros que van a estar en cartelera el 2016, quiénes se van a tomar el otoño invierno, y en ese juego el Eduardo [Miranda]

ha sido muy hábil de poder incluir otros grupos. Entonces yo creo que en ese caso es mérito del trabajo que se hace en terreno, de saber presentar los temas finalmente. Porque muchas veces puede ser desconocido, pero depende de uno como periodista cómo vendas el tema y que te lo compren.

**RC:** ¿Y según tu experiencia, o lo que perciben acá, hay algún grado de influencia de lo que sale en El Mercurio se refleja en la taquilla? ¿Hay un correlato en ese sentido?

**CR:** Yo creo que El Mercurio es un medio importante. Sigue siéndolo, su marca sigue siendo importante. Sin embargo, después te puedo enviar... Nosotros trabajamos con tantos medios que no podríamos marcar realmente la taquilla subió gracias a lo que se publicó en El Mercurio. Porque estamos en constantes publicaciones en La Tercera, en La Segunda y, por ejemplo, en el caso de nosotros el 50% de las publicaciones se las llevan las web. Por eso te digo no es como determinante. Claro, es efectivo. Te voy a dar un ejemplo, de Los Contadores Auditores también, porque encuentro que es una de las compañías emergentes que tiene más renombre actualmente. Ellos siempre son como súper críticos, sobre todo con el Pedro Labra. Hay muchos actores, más emergentes, más joven, que no le gusta la pluma de Pedro, porque es una pluma que también es súper drástico, él no tiene ni un pelo en la lengua, o sea los titulares pueden ser 'es fome, es fea', como nos pasó con una obra a nosotros. Y Pedro Labra criticó el año pasa a Surinam, que fue un estreno de Los Contadores Auditores dentro del ciclo Teatro Hoy y no le gustó. No le gustó la obra, la manufactura, etcétera, siendo que Los Contadores son diseñadores; y para ellos como compañía fue súper importante. El círculo que ellos mueven de teatro emergente es súper grande. Y mucha gente lo había leído. Hicieron un post en su Facebook, la gente comentaba, y te das cuenta que sí lo leen, que realmente sí está ahí. O sea mucha gente que te puede decir 'no yo no leo El Mercurio, yo soy más joven, me meto al Mostrador, al Ciudadano', etc, sí está ahí, sí marca presencia. En el caso de lo que tu me preguntas respecto de la taquilla, yo no te podría decir que si estamos en El Mercurio vamos a llenar, no. Quizás el boca a boca inicial puede ser más importante con una exclusiva, pero lo importante para nosotros en este momento es todo lo digital. En la última versión del Festival tuvimos 2000 notas, 1200 eran de web, 380 de medios escritos. Entonces por eso no tiene relación a mi parecer. Igual en El Mercurio



tiene muchas partes que otros medios como La Tercera, o sea nosotros estamos en: Artes y Letras, Vida Actual, Educación, Cuerpo C, Cuerpo A. Entonces hay mucho más espacio donde nosotros hemos logrado insertar algo de teatro. Eso es muy importante. Ese es un desafío de nosotros, estar. Porque entre menos espacio tienes, a veces es irrisorio el espacio que le dan a 'Perdona nuestros pecados' versus una obra del Willy Semler. ¿Me entiendes? U hoy día lo que salió de la cobertura de la programación del Mori, puros rostros, porque es un lanzamiento con rostros, o de las diez obras, siete son protagonizadas por rostros.

**RC:** De alguna manera la programación de los teatro o la pauta que hacen, ¿está pensada para que salga en El Mercurio? Hay una estrategia de poner los rostros primero, o hacer un relato de un paquete de obras con un titular... y eso es lo que se le propone al cronista o al editor de El Mercurio.

**CR:** Claro, uno también hace un juego, pero como te digo nosotros tenemos dos ciclos importantes. El ciclo Teatro Hoy tiene que ver mucho con los temas, con la contingencia de los temas. Entonces casi siempre, que El Mercurio por ser nuestro media partner lleva el primer aviso, en general lleva el compilado de las seis u ocho obras que van a haber, y luego las va difundiendo, a veces una a una, dependiendo también de quién esté o qué tema trate. Respecto al Festival tiene un anuncio primero en octubre, que casi siempre lo lleva El Mercurio, y luego es tan diverso el Festival que hay tantas ramas por donde tomarlo, que muchas veces se juega con el rostros, o con el artista, o con el homenaje del momento, también con los grandes referentes que son muy importantes para ellos. Ahí hay un trabajo del Eduardo [Miranda] de saber que este *gayo* sí es un grande del teatro mundial, aunque no sea un rostro. Nosotros como Fundación no hacemos tanto lo de los rostros porque no va en nuestra línea, nosotros nos enfocamos en los temas. Ahora, generalmente también por el espacio, los temas en El Mercurio no son tan profundos como sí en otros medios. Profundo digo como un reportaje de largo aliento como sí se lo puede tirar el Pedro Bahamondes (La Tercera), porque le dan dos planas en sociedad o en cultura. El tema del espacio es importante, por eso a veces recurrimos a la Maureen Lennon del Artes y Letras que te va tirar una plana de Teatro Cinema en L.A. Por eso te digo que hay varias cosas que ver.

**RC:** ¿Tu crees que El Mercurio hace una construcción consciente de una determinada realidad de la actividad teatral, adecuada a su público? ¿O hay una inercia o quizás otra razón que hace que publiquen eso que publican y no otra cosa?

**CR:** Yo creo que como están construidas las notas, hay bastante inercia. Porque los titulares se repiten bastante, los compilados, reunir, tomar a los rostros y después dentro de la nota mencionar a los emergentes. Es parte de como se estructura el diario, parte de cómo es la sección de espectáculo. Lo mismo pasa con televisión, con música, tienen esa línea que quizás está mal decir que es de inercia, quizás es su estilo de escritura. Muy pocas veces los he visto titulando con temas. Por ahí va más el estilo de ellos, como espectáculo.

**RC:** ¿Y tu crees que esta relación que ustedes mantienen con El Mercurio los ayuda a construir este estilo espectacular con que trabaja el diario?

**CR:** Me cuesta mucho pensar solamente en El Mercurio, porque hay una relación constante con el Jimmy, con el Pedro, con el Eduardo, porque siempre estamos hablando de los temas. Entonces tenemos una relación súper directa con el Eduardo [Miranda], es importante para él saber lo que está pasando con la Fundación, lo que se viene, y como construir o como englobar los temas, entonces te podría decir que sí, pero es un trabajo que hacemos con todos los medios. La única diferencia podría estar en esta relación más directa, que son media partner, que se les da una exclusiva por este canje. Pero en general es un método que tenemos con todos los periodistas de teatro, hasta con la Fanny Mazuela, el Fernando Marambio de LUN. En ese sentido, el trabajo de La Resentida que dirige Marco Layera es súper interesante para El Mercurio desde que empezaron a ir Avignon y a Alemania. Lo mismo que el FIBA, esta alianza que tenemos con el Festival de Buenos Aires, les interesa mucho.

**RC:** Te agradezco mucho, sé que estas cosas sacan del trabajo y a veces no es fácil.

**CR:** Espero que haya ayudado.

**ENTREVISTA A MARIO VALLE (CONSENTIMIENTO INFORMADO)**

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

La entrevista entregada a Rodrigo Canales es exclusivamente para uso académico, en el marco del programa de estudios que sigue de Magíster en Comunicación Social en la Universidad de Chile.

Toda la información contenida en la entrevista es de carácter confidencial, pudiendo ser utilizada para el trabajo de la tesis titulada "REPRESENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TEATRAL EN EL DIARIO EL MERCURIO (2015-2016)".

La entrevista, o parte de ella, sólo podrá publicarse o incluirse dentro del trabajo de tesis final, lo que es aceptado por el entrevistado a través del presente consentimiento.

El entrevistado declara conocer los objetivos de la entrevista y su finalidad.



MARIO VALLE  
Editor Nacional Espectáculos - El Mercurio  
abril-2018

## ENTREVISTA A MARIO VALLE (PAUTA DE PREGUNTAS)

1. Primero, para el registro: ¿cuántos años llevas en El Mercurio y qué cargo desempeñas? ¿Cuáles son tus principales tareas?
2. ¿Cuántos profesionales se encuentran en la misma área? ¿Cómo es la relación que hay con equipos de otras secciones?
3. ¿Hay alguna posición editorial explícita que tenga El Mercurio respecto del tipo de público al que llega o al que pretende llegar?
4. Según tu experiencia y los años que llevas en el medio: ¿cómo definirías la actividad teatral que cubre El Mercurio?
5. Hemos observado que El Mercurio entrega cobertura privilegiada a determinadas salas, como Teatro MORI (en sus distintas salas), GAM, seguido de Teatro UC. En un segundo peldaño encontramos a M100, Teatro Municipal de Las Condes, Nescafé de las Artes, Teatro del Puente, Finis Terra. Más atrás van salas como L90, CEAT, La Memoria. También resulta llamativa la cobertura que se entrega a las actividades de la Fundación Teatro a Mil, especialmente su Festival Santiago a Mil, muy por sobre lo que se entrega a festivales como Santiago Off o Entepola. En todos estos casos, las diferencias se producen tanto en la cobertura de los espacios y sus programaciones, como en recortes respecto de sus obras o de las figuras que destacan en ellas. ¿Existen pautas editoriales (p. ej: comerciales o artísticas, demográficas o de segmentación de público) que influyen en la entrega de esta cobertura? ¿Son explícitas estas pautas, se dan de forma tácita, se acuerdan al interior del diario?
6. Del mismo modo, es observable hay una cobertura importante a determinadas obras, que se ven destacadas en distintos segmentos, que se acompañan de críticas oportunas, entrevistas. Muchas de ellas son producciones que están ancladas a los espacios mencionados arriba, pero además destacan las producciones argentinas, teatro neoyorkino y londinense, con un despliegue relevante de parte del medio. Desde el punto de vista editorial, ¿cuál es la razón de este comportamiento?
7. Desde tu experiencia, ¿qué grado de influencia tienen las publicaciones que se hacen en El Mercurio sobre la percepción que hay sobre las obras en cartelera y su rendimiento en taquilla?
8. Por último, desde tu posición: ¿crees que hay una construcción deliberada de una determinada realidad de la actividad teatral adecuada a la impronta del diario?

ENTREVISTA A **MARIO VALLE (MV)**  
EDITOR CUERPO C - ESPECTÁCULOS  
EL MERCURIO  
LUGAR: OFICINAS EL MERCURIO  
13.04.2018

**RC:** La idea principal de esta entrevista es definir la línea editorial de El Mercurio en cuanto a su cobertura de la actividad teatral, en términos de si hay o no una estrategia que se articula en torno al objeto. Para empezar me gustaría que me dijeras cuántos años llevas en el diario, cuáles son tus tareas principales.

**MV:** En el diario llevo 30 años, hice mi práctica y me quedé, salvo por un espacio de año y medio que me fui a España a hacer un magíster. Al volver me reintegré. He pasado por casi todas las secciones de este diario, partí siendo periodista volante -que hace de todo-, y después estuve en las áreas de educación, política exterior, política, fui jefe de crónica, editor nacional, y hace dos años que estoy a cargo de la sección espectáculos. Esta sección cubre básicamente el área de televisión, música popular, cine y teatro. La música docta o clásica lo ve cultura junto a literatura con artes gráficas y pintura. O sea están divididas las áreas, no como en otros medios que están juntas. Y el diario también tiene otras secciones de esta área, como Wikén, Vida Actual o Artes y Letras, que son suplementos semanales. Con ellos nos coordinamos para no toparnos en algunas materias. Nosotros tenemos el día a día. Hacemos crónicas informativas respecto de teatro, entrevistas y crítica, están las tres áreas principales insertas en Espectáculos.

**RC:** Eduardo Miranda me contaba que aquí trabajan entre 10 a 12 personas.

**MV:** Exacto. Eduardo es el encargado de teatro. También tenemos un crítico, que cuando Pedro [Labra] no está, el que te habla también me dedico a la crítica. Ese es el equipo de teatro, pero si Eduardo está de vacaciones, o no está, cualquiera puede reemplazarlo.

**RC:** Me contaba Eduardo que el propone una pauta semanal, que había una relación fluida entre los dos. Me decía que no hay una política editorial explícita.

**MV:** Por lo menos desde que llegué acá no recibí ninguna instrucción respecto de esto sí o esto no. Todo lo que nos parezca con sentido informativo. Si hay un montaje que está apelando a que maten niños, nos negaríamos, pero es un caso extremo. Estamos abiertos a darle cobertura a todas las compañías, Universitarias o independientes, no

hay ninguna limitación. Quizás si ves que hay un montaje que es de un día, de un grupo no profesional, siempre hay que jugar con el espacio que es un bien escaso, además que debemos combinar con las otras áreas que compiten entre ellas. Siempre hay que ver lo que está sucediendo en el día a día, a veces hay que levantar una nota para darle espacio a la noticia del momento. Son imponderables, pero no tenemos un precepto negativo que excluya a priori ninguna manifestación respecto a teatro.

**RC:** ¿Cómo definirías la actividad teatral que está retratada en El Mercurio?

**MV:** Tratamos de dar un amplio abanico de todas las manifestaciones teatrales que se están dando. Hay algunos medios que apuntan más a lo comercial, otros que tienen un aire intelectual con obras más densas o experimentales. Aquí no, tratamos de abarcar todo. Pensaba el otro día a qué público apuntamos, y tenemos esa idea de que nuestro público es un público mayor. Pero también pensamos que ese público mayor también tiene hijos y nietos, si el diario cae en manos de ellos, debemos darles algo que sea digerible para ellos.

**RC:** Te iba a preguntar si ustedes tienen caracterizado al lector al que llegan efectivamente

**MV:** Aquí se echa de menos que se hagan más estudios respecto del perfil de nuestros lectores, nosotros tenemos una percepción y noción, y ha habido estudios muy esporádicos, pero se piensa que es un lector sobre 40 años, eso se supone del lector del Mercurio. Ahora tenemos toda la competencia de las redes sociales, de los medios web, incluso el propio EMOL. Claro, quizás ese es nuestro público objetivo, pero soy partidario de que si hay una obra que está trayendo mucha gente joven, hay que ponerle foco a eso. O a la inversa también, si hay una obra que está apuntada a la tercera edad y atrae puro público mayor, también. O si tu vas a una comida y alguien te comenta una obra, hay que estar con las antenas paradas. Yo no soy partidario de apuntar a un puro público, hay que diversificar. A mi casa siempre llegaba el diario y estaban mis hermanos y todos teníamos algo que leer. En ese sentido creo que tenemos que estar abiertos a mostrar una visión amplia, sabiendo que nuestro público es de 40 hacia arriba, pero estando abiertos y dispuestos a mostrar cosas nuevas sin dejar de lado lo clásico y tradicional.

**RC:** Veo una competencia directa con La Tercera.

**MV:** Exacto, de los medios escritos diría que La Tercera trata de cubrir lo mismo que nosotros.

**RC:** ¿Y cómo ves la dotación de equipo?

**MV:** No tengo mucho conocimiento de La Tercera, pero tengo la apreciación que invertimos más, no veo crítica de teatro en La Tercera o muy poca, comparada con lo que tenemos aquí, que tenemos en el Wikén, en Artes y Letras y aquí, lo que le da una diversidad que creo que es bueno, porque una crítica que hace Pedro Labra con la que sale en Wikén puede ser diametralmente distinta. Lo que creo que es bueno, porque a veces la gente sigue a un crítico, yo sé que Pedro tiene sus seguidores, pero pueden complementarlo con otras opiniones. Pero en La Tercera no encuentro mucho, no tienen suplemento de espectáculo salvo el Tendencias que sale el viernes, que son esencialmente panoramas. Pero en la sección diaria no veo crítica. Y en ese sentido invertimos más, porque son críticas que se pagan, porque al público le gusta que lo orienten un poco. Ahora, nuestras notas también tratan de ser orientadoras, en el sentido de contar qué tipo de dramaturgo es, qué trayectoria tiene, cuáles son los intérpretes, de qué trata la obra, también cumplimos una labor formativa en ese sentido, es más que decir se estrena la obra tal día en tal teatro. Y si es un dramaturgo interesante, entrevistarlo, dar cuenta de su visión.

**RC:** ¿Es un valor agregado tener profesionales que están tanto tiempo en el diario? ya tienen un roce, están insertos en el circuito teatral.

**MV:** Yo creo que eso es un plus. Es distinto que poner a un *gayo* en práctica. Tanto Pedro como Eduardo captan qué actores son interesantes, cuáles están más consolidados. Es un plus para uno como editor y para el público que recibe la información.

**RC:** Recogí cerca de 1300, noté una baja en la cantidad de recortes entre el 2015 y el 2016. No puedo hablar de una tendencia, pero sí coinciden voces cercanas que hay una lucha por el espacio. ¿Notas una disminución del espacio disponible?

**MV:** Mira, a mi me gusta mucho el teatro, por lo que ahí uno tiene cierto margen como editor. Trato siempre que, ojalá, todos los días haya una nota de cada área. Por supuesto lo que manda es la noticia, si hay una noticia importante obviamente, habrá que priorizarla. Pero si es un día normal trato de que vaya una nota de cada cosa, para que no hay tan cargada de una sola cosa. Me di cuenta que hay cinco grandes eventos en el año, donde pedimos más espacio, que son: la cobertura de la Teletón, que es un día y medio; luego la cobertura del Festival de Viña que es una semana o más; la cobertura del Oscar, que suele ser un día y que este año fue particular por Una mujer

fantástica; está lo de Lollapaluza; y Santiago a Mil, que está durante todo enero y le damos una cobertura todo el mes a través de la sección Enero Teatral, donde además cubrimos otros momentos teatrales además del Santiago a Mil. Pero eso es sagrado, si el Festival parte del 2 de enero, ya el 3 de enero tenemos una nota al respecto y hasta el 31 de enero.

**RC:** Sí, enero es muy fuerte. De hecho me llamó la atención que hay pocos llamados a portada que involucren a teatro. Pero de los pocos, van fijos los de Santiago a Mil, incluso con foto central.

**MV:** Es que es un evento que se ha hecho importante, por la calidad de lo que se trae y por la cantidad de público que es cada vez más. Lo que se hace masivo, significa que tiene interés del público y hay que darle una cobertura apropiada. Para ese tiempo, no sólo trabaja Eduardo [Miranda], se le da apoyo con otros periodistas y alumnos en práctica y se pide más espacio para darle una mejor cobertura. Así como pedimos más espacio para Viña, para la Teletón, también se pide para Santiago a Mil.

**RC:** ¿Habría alguna coincidencia de públicos entre los que están interesados en Santiago a Mil -o que van al GAM, al teatro UC o al MORI, lugares con cobertura privilegiada por El Mercurio- y el público que leer El Mercurio?

**MV:** Están valorados por El Mercurio y también *rankeados* mejor en ese balance que hacemos a fin de año, esos espacios son los que más público acarrear. Entonces para nosotros eso también es una orientación en el sentido de que las obras que entren en el MORI, en el GAM o en el teatro de la católica tiene cierto interés. Se juntan muchos factores, son proyectos consolidados, traen cosas interesantes, y una cosa muy importante es que tienen fácil acceso, tanto por metro, o estacionamiento. Si es una *salita* perdida por ahí, es más complicado que la gente vaya, no por eso la vamos a desmerecer. Nosotros hacemos estos rankings a fin de año y son esas compañías [o proyectos] las que más público logran tener.

**RC:** Se produce un círculo virtuoso: tienen más público, tienen más cobertura, entonces tienen más público.

**MV:** Exacto, eso influye. Ahora tu me hablabas de los llamados a portada, Santiago a Mil ha tenido presencia pero creo que siempre ha tenido presencia lo que es noticia. Es una vitrina, que le indica al público lo más destacado. Esta obra que trajeron en el GAM con el androide, que es una cosa particular, entonces eso tuvo llamado a portada en el último tiempo. También el musical 'Mamma Mía', súper exitoso a nivel mundial, el



montaje local también tuvo llamado. Entonces claro, yo sé que estos temas pueden ocupar ese espacio en portada que hay que pelearlo con los otros editores, por sobre a que se va a hacer una obra con un director francés, no muy conocido, entonces yo sé que no puede estar ahí. Le voy a dar un espacio importante, pero sé que la portada no va a tener. Tengo que vender lo que es más llamativo para el público.

**RC:** ¿Más espectacular?

**MV:** No más espectacular... pero si tu me dices que vas a tener una obra protagonizada por Don Francisco, obviamente va a tener un llamado en primera página.

**RC:** Al hacer cruces de datos, vimos que el Santiago a Mil tiene dominancia de cobertura por sobre otros festivales que ocupan la misma franja de tiempo como el Santiago Off o el Entepola, que aparecen con muy pocas notas.

**MV:** Pero siempre les damos una nota. Claro, son en la misma franja de tiempo que el Santiago a Mil y los recursos humanos son escasos, pero siempre damos una nota al respecto, no tan breve. Quizás no tienen la tremenda promoción que tiene el Santiago a Mil, que viene con campaña radial, pero aún así los consideramos. Tal vez no hay una cobertura a fondo, porque coinciden, porque cuesta uno diversificar los recursos, los alumnos en práctica no son tan conocedores, pero los consideramos en su justa medida.

**RC:** El dibujo de lo que ustedes entregan se completa con la cobertura de lo que sucede en plazas extranjeras, especialmente Nueva York, Buenos Aires y Londres. ¿Por qué esos lugares y no otros como París, Berlín?

**MV:** Es que yo creo que son plazas en que es más factible que llegue el público chileno. O sea Argentina es el principal destino tanto laboral como turístico que tienen los chilenos. Entonces es una buena visión y últimamente hemos visto que muchas de las obras taquilleras de Argentina pasa a Chile. Yo viajo mucho a Argentina y siempre que voy hago mi recorrido teatral y después escribo al respecto. Lo otro que mencionas es NY que también es una ciudad que la gente viaja mucho y Londres, que es plaza importante. También de repente vamos a Madrid que también tiene accesibilidad. Además que son obras donde a veces hay figuras que la gente aquí conoce, por eso le damos importancia. Ahora, si tu me dices que en Berlín hay algo importante, le damos espacio. Te reconozco que menos, pero esas cuatro plazas son importantes por el acceso que tiene el público chileno, que de repente va a ver la televisión

norteamericana, o la española o la inglesa o también va a escuchar de Argentina... entonces tratamos de dar un panorama semestral de cómo está la cartelera en esos lugares, si hay alguna obra que la está rompiendo en particular, también lo damos. Entonces en ese sentido es bueno dar un panorama no tan localista y mirarnos puro el ombligo, sino que dar una visión de afuera.

**RC:** Tanto la gente de Santiago a Mil como la gente del GAM, señalaron que ellos tienen una idea del público y de la penetración de las noticias colocadas en El Mercurio, que es difícil medir el impacto en la taquilla, pero sí mencionaron hay un capital de influencia muy grande del diario. Pero son puros supuestos, porque no hay ningún estudio que lo confirme.

**MV:** Sí, me da risa, he estado tanto tiempo en este diario, la gente supone que uno está aquí con una bola mágica, elucubrando, básicamente como aquí pujan los canales de televisión por salir con sus programas, las distribuidoras de cine para salir con sus películas y las productoras con sus eventos, nosotros tenemos que calibrar lo que es más noticioso y más atractivo. Para mí el foco es netamente periodístico. Si tú me dices que vamos a dar una obra en que están mudos tres horas, no sé si será conveniente... quizás por lo raro, hay que tener en cuenta lo llamativo de una noticia. Entonces aquí no hay una planificación para perjudicar o beneficiar a alguien, básicamente nos guiamos por lo que es noticioso. Por ejemplo de ahora, con la obra del androide, era una obra distinta, quizás rara, tal vez no era la obra más maravillosa del año, pero era interesante dar a conocer ese fenómeno. Yo sé que muchos llaman, nos ofrecen cosas y esas típicas *transacas* que si tú me publicas esto te doy esto otro, esas cosas que a mí no gustan, quizás soy de la vieja escuela. Si me parece interesante, bien, pero sin transacción ni nada a cambio. No voy a estar publicando una cosa a seis columnas que sé que no es muy importante para que después me den algo. Lo que manda es la noticia y la información. No hay ninguna reunión donde prejuzguemos para favorecer o perjudicar a nadie. Así también hay casos, como que sabemos que se han creado un montón de teatros regionales bueno, donde se ha invertido mucha plata y yo, quizás ilusamente, le dije a los practicantes que hicieran un recorrido y preguntaran por la programación de todos los teatros. Y las programaciones eran... ciclos de cine pero de películas de super héroes, un concierto de guitarra de un señor de la zona... Entonces, con la plata que se ha invertido, con los teatros que tienen, cómo no tienen gente que proponga o haga convenios con el GAM o con el MORI y lleven obras para allá, para que las regiones también tengan acceso. Entonces ahí fuimos categóricos y pusimos 'escasa oferta cultural en los teatros regionales' (no quisimos poner mala), pero tratamos de ser una suerte de fiscalizadores en ese sentido. También el teatro de la Chile, que está en pana hace mucho rato. Como el

MORI, que tiene diez obras que va a presentar este año, de distinta calidad, pero son diez obras y eso es noticia.

**RC:** ¿Tu como editor, prefieres que se publiquen noticias que ponga al Mercurio en alianza con otras instituciones que sean equivalentes en fuerza simbólica?

**MV:** Eso no depende de nosotros, MORI que empezó de la nada ahora es muy importante y la U de Chile que estaba en tope va en declive. Si no están haciendo nada, no vamos a darle prioridad. A lo más vamos a señalar que están con la temporada súper atrasada. Los que logran consolidarse tienen más posibilidad de publicar, porque están haciendo cosas, están presentando, están variando, MORI ha sido un súper buen ejemplo, se han diversificado, tienen muchas salas, en una misma sala dan dos o tres montajes en distintos horarios, entonces tienen más posibilidad respecto de los que no están haciendo nada. No es por la institución que son, sino por lo que están haciendo.

**RC:** Veo que se ha constituido hace poco una red de salas, que es una organización un poco más compleja donde cohabitan salas grandes y pequeñas. ¿Eso les permite parlamentar con ustedes de una manera de distinta?

**MV:** Nosotros dimos a conocer esta organización cuando se constituyeron, pero también cubrimos salas pequeñas, como Teatro del Puente que le hemos dado notas o la sala Siglo XX que es muy pequeña pero que le hemos dado su programación. Porque están haciendo cosas. Si hay una sala que no está haciendo nada. De repente hemos tratado de ver qué ha pasado con los teatros abandonados, muchos de ellos han pasado a ser otro negocio o proyectos inmobiliarios... entonces efectivamente tienen más posibilidades de acceder a nuestras páginas aquellos que están moviéndose, realizando cosas.

**RC:** Desde tu punto de vista ¿Cuál es la influencia que tiene El Mercurio sobre el destino que tienen los montajes? ¿Qué grado de influencia tiene la batería de publicaciones que haga El Mercurio sobre los montajes?

**MV:** El diario, obviamente, tiene su influencia, tiene su público, entre ellos puede haber dueños de empresas o auspiciadores que tendrán ojo en lo que diga El Mercurio. Pero eso es relativo, porque ahora con tanto diario digital, con páginas web de las compañías, todas tienen sus redes sociales, pueden meter información en distintas partes. Hay mucha competencia, también en la influencia. Entonces yo creo que El Mercurio tiene influencia, pudimos haber criticado obras muy mal, yo mismo critiqué

una obra muy mal, 'Los puentes de Madison' que la vi en Buenos Aires y la encontré un fiasco, porque la llevaban a un plan comedia; pero así y todo en Buenos Aires le fue espectacular -claro que eran dos actores súper conocidos-, pero aquí las funciones se agotaron. Entonces no es porque hagamos una mala crítica, aunque la publicamos pocos días antes de que se estrenara, pero no mucha gente desistió de verla, tal vez en mi círculo más cercano sentí alguna reacción. Entonces tenemos una cierta influencia, pero con todas las redes sociales, con todos los tuiters, con toda la gente que opina, ahí la gente tiene un abanico de posibilidades, a menos que seas ferviente seguidor de lo que diga El Mercurio... Yo mismo, a veces hay críticas de Pedro [Labra] con las que no estoy de acuerdo, pero es su opinión, aunque de repente yo opine totalmente distinto. No porque Pedro me diga esta cuestión es mala voy a dejar de ir. Al público le puede pasar lo mismo, por el boca a boca, si la gente se mete en tuiters o en facebook. Hay público distinto para cada obra, las mismas obras comerciales tienen gente que va a sólo distenderse, no piden más que eso. Entonces te reconozco que puede tener cierta influencia, pero no creo que sea la única, creo que ahora es mucho menos en este marco de posibilidades de recibir información, donde estamos bombardeados de información que recibimos de distintas fuentes. La gente más joven se guía por las redes sociales, todas las compañías tienen su instagram, su tuiters y cada uno se promociona, usan las redes como publicidad.

**RC:** Los acuerdos comerciales que tiene El Mercurio, Club de Lectores, tarjetas, ¿tienen incidencia editorial?

**MV:** Eso no incide en nada con nosotros. Incluso me han tocado casos en que me han dicho 'oye El Mercurio nos está auspiciando' y no, nosotros aquí tenemos la libertad absoluta de elegir. No porque una obra la auspicie el diario nosotros tenemos que darle cobertura. No tienen el espacio asegurado. En ninguna parte se estipula en los convenios que el proyecto va a tener media página para publicitar la obra. La misma 'Puentes de Madison' tenía descuento con Club de Lectores, la criticqué mal y nadie me dijo oye Mario cómo la criticaste mal, o Mario tienes que hacerle una nota de 6 columnas. Obviamente informamos de la obra, no tuve ningún problema, son dos actores taquilleros, le ha ido muy bien en Buenos Aires, si bien no la encontré una gran obra, pero le había ido bien en términos de taquilla, porque la crítica también la había destrozado y eso lo puse en mi crítica. Pero la publicamos ni siquiera porque tuviera un convenio con el diario, sino porque era noticia.

**RC:** De todas formas hemos constatado algunos hilos de cobertura, extensos en el tiempo, con varias notas respecto de una misma obra. El estilo es mencionar que obra

X triunfa en Buenos Aires, después anunciar su venida, después una entrevista, la nota de cuando llegan, finalmente la crítica y el anuncio de compra con descuento.

**MV:** No hay una intención en eso. Bien francamente, incluso esa revista que sale una vez al mes para los suscriptores que vienen con todas las ofertas, ahí a veces me encuentro con obras que el diario va a auspiciar y que no tenía idea del auspicio ni que estaba por presentarse siquiera. Te queda claro que aquí la gente del Club de Lectores me llama y me piden una nota para una obra porque están en convenio. No. Ni con teatro, ni con conciertos, ni películas. Van por un carril totalmente distinto, lo cual es bueno, porque estamos virgen en ese sentido. Nosotros damos la información de una obra, la crítica puede ser buena o mala, con independencia.

**RC:** Respecto de las críticas de Pedro Labra, que aparecen en Espectáculos. Me llama la atención que las críticas que vienen con foto, en su mayoría, pertenecen al segmento de obras internacionales, perfil Santiago a Mil, especialmente cuando vienen con buena crítica.

**MV:** Eso es un problema netamente de espacio. Además que Pedro escribe un poco largo, yo lo edito, pero no puedo cortarle la crítica a la mitad. Tratamos de que vaya con foto, pero cuando tenemos poco espacio y tenemos otras informaciones que van con foto, hemos optado por no ponerle. Yo siempre he sido partidario que vayan con foto. Pero cuando no se puede, no. Pero no tiene que ver con que sea de Santiago a Mil, ni por el GAM... Entre ponerle una foto a una obra o algo que ocurrió en el día o una película que tenemos fotos especiales, o hicimos una producción de un programa de televisión, vamos a priorizar eso. Aquí no elegimos a cuál ponerle foto, si es factible ponerle, lo vamos a hacer.

**RC:** Respecto de la cartelera. Vemos que aleatoria, inconstante.

**MV:** Ahora sólo va los días sábado en Vida Actual. Porque ese es un espacio regalado, poníamos todo, obras buenas, malas, regulares, todas las compañías. Pero cuando empezamos a ver que el espacio se restringía, sacamos la cartelera de teatro y sacamos la cartelera de televisión. La cantidad de gente que me llamó, los viejitos que querían la cartelera de televisión.

**RC:** ¿No recibiste llamados por la cartelera de teatro?

**MV:** Menos, muy poco. Eso es un dato curioso. La de cine la hemos mantenido, porque generalmente tiene un pequeño auspicio de cine Hoyts. Ahora cuando estamos cortos

de espacio, jugamos un poco con maldad y bajamos la cartelera de cine, porque también pasa que la cartelera de cine cambia el horario, cuando uno llega al cine se encontraba con que cambian las funciones. Entonces te dicen en el cine que no mires el diario, sino que veas por internet, porque aparecen funciones especiales o estrenos y cambian la función. No la hemos eliminado, pero sí las de televisión y teatro van en una página completa en Vida Actual sólo los sábados. Porque esto es un servicio que da el diario, son cosas que han ido desapareciendo. Antes se publicaban las farmacias de turno, los vuelos nacionales, todos servicios que han desaparecido porque se ha priorizado la información.

**RC:** Desde tu posición de editor, que te relacionas con los otros editores. ¿Hay una construcción consciente de la imagen de la actividad teatral que se refleja en El Mercurio?

**MV:** En eso influye mucho quién se encuentra en la cabeza del diario. En este caso, el director de este diario es un consumidor de teatro. Por tanto siempre me está preguntando qué hay, le interesa lo que aparece. En las reuniones de pauta siempre lo conversamos, no en la reunión interna de equipo porque ahí él no existe. El como director tiene mucha confianza en sus editores. A mi también me gusta mucho el teatro, por lo tanto le doy prioridad, y en esta sección siempre se le ha dado. El resto de los editores vive cada uno en su parcela, aunque estamos relacionados, pero el teatro es más complicado. La televisión puede estar relacionado con política, un concierto con policial... El teatro es más aislado, pero creo que hay una consciencia en todos los editores de que el diario debe darle una importancia al teatro. En ese sentido hay una visión conjunta, aunque claro todos pechan por sus notas. Y yo creo que el diario como diario, le da mucha importancia a todo lo que es la parte entretenimiento, la gente tiene cada vez más tiempo libre y hay que darle las herramientas para saber qué hacer con ese tiempo. Y una de esas actividades es el teatro y que, aparentemente, en el último tiempo vemos que ha ido remontando, vemos que hay más compañías, más montajes. Las mismas compañías o artistas han aprendido de autogestión, a conseguir auspicio, hay más movimiento, me imagino que las mismas escuelas han diversificado su formación, que ya no solo les enseñan a actuar, sino que aprenden de producción. Entonces creo que hay todo un fenómeno que está operando, para que la cosa fluya, y nosotros como diario tenemos que darlo a conocer.

**RC:** En general sus reportes están enfocados a la obra, el producto, o a las producciones que llaman y que juntan a un a serie de figuras.

**MV:** Sí, pero también hacemos temas, hace poco reportamos el cuento de los celulares adentro de los teatros, incluso en España hay una figura que se llama el guardia de sala, que se preocupa de que el público no saque fotos, no enciendan el celular, no hablen. Le pedí a Eduardo [Miranda] que reporteara y me decía que aquí casi no existe esa figura. Pero hicimos igual el reportaje, porque es un algo que sucede, que alguien saca un celular y molesta su luz... ¡O ya que te suene el celular! Tratamos de tomar esos aspectos, que si bien no son teatro propiamente tal, es actividad teatral.

**ENTREVISTA A PEDRO LABRA (CONSENTIMIENTO INFORMADO)**

## CONSENTIMIENTO INFORMADO

La entrevista entregada a Rodrigo Canales es exclusivamente para uso académico, en el marco del programa de estudios que sigue de Magíster en Comunicación Social en la Universidad de Chile.

Toda la información contenida en la entrevista es de carácter confidencial, pudiendo ser utilizada para el trabajo de la tesis titulada "REPRESENTACIÓN DE LA ACTIVIDAD TEATRAL EN EL DIARIO EL MERCURIO (2015-2016)".

La entrevista, o parte de ella, sólo podrá publicarse o incluirse dentro del trabajo de tesis final, lo que es aceptado por el entrevistado a través del presente consentimiento.

El entrevistado declara conocer los objetivos de la entrevista y su finalidad.



---

PEDRO LABRA  
Crítico Nacional Espectáculos - El Mercurio  
mayo-2018



## ENTREVISTA A PEDRO LABRA (PAUTA DE PREGUNTAS)

1. Primero, para el registro: ¿cuántos años llevas relacionado a El Mercurio, qué función desempeñas y cuáles son tus principales tareas?
2. Por favor, señala el recorrido habitual de tu trabajo, desde la selección de la obra hasta la publicación de la crítica
3. ¿Cómo es la relación/coordinación que hay con equipos de otras secciones y los otros críticos que tiene el diario?
4. ¿Hay alguna posición editorial explícita que tenga El Mercurio respecto del tipo de público al que llega o al que pretende llegar? O ¿cuál es la idea que tienes del público que lee tu crítica?
5. Según tu experiencia y los años que llevas en el medio: ¿cómo definirías la actividad teatral que cubre El Mercurio?
6. Hemos observado que El Mercurio entrega cobertura privilegiada a determinadas salas, como Teatro MORI (en sus distintas salas), GAM, seguido de Teatro UC. En un segundo peldaño encontramos a M100, Teatro Municipal de Las Condes, Nescafé de las Artes, Teatro del Puente, Finis Terra. Más atrás van salas como L90, CEAT, La Memoria. También resulta llamativa la cobertura que se entrega a las actividades de la Fundación Teatro a Mil, especialmente su Festival Santiago a Mil, muy por sobre lo que se entrega a festivales como Santiago Off o Entepola. En todos estos casos, las diferencias se producen tanto en la cobertura de los espacios y sus programaciones, como en recortes respecto de sus obras o de las figuras que destacan en ellas. ¿Existen pautas editoriales (p. ej: comerciales o artísticas, demográficas o de segmentación de público) que influyen en la entrega de esta cobertura? ¿Son explícitas estas pautas, se dan de forma tácita?
7. ¿Tienes algún grado de agencia respecto de los espectáculos que deben ser criticados?
8. Desde tu experiencia, ¿qué grado de influencia tienen las críticas que se publican en El Mercurio sobre la percepción que hay sobre las obras en cartelera y su rendimiento en taquilla?
9. Por último, desde tu posición: ¿crees que hay una construcción consciente de una determinada realidad de la actividad teatral adecuada a la impronta del diario?

ENTREVISTA A **PEDRO LABRA (PL)**  
PERIODISTA - CRÍTICO DE TEATRO  
EL MERCURIO - CUERPO C ESPECTÁCULOS  
LUGAR: CASA PARTICULAR P. LABRA  
23.05.2018

RC: Hice una mirada de todos los recortes que publica El Mercurio en torno a la actividad teatral durante 2015 y 2016. Sin incluir inserciones por convenio que pertenecen a la política comercial. Se incluyen, crónicas, crítica, cartelera, notas, destacados, institucionalidad. Encontramos un poco más de 1200 recortes que constituyeron mi universo. Un poco más de la mitad pertenecen al Cuerpo C, que es el corpus de investigación. Entonces surge tu nombre como esencial para delinear la lógica que tiene la sección.

PL: Te cuento un poco de mi trabajo. Antes yo trabajé en La Segunda. Yo estoy cumpliendo 25 años en la empresa, 20 años en El Mercurio. Y llevo 41 años en la revista Cosas, donde ahora no hago teatro, sólo crítica de cine. Ahí empecé con crítica de teatro de manera quincenal, durante mucho tiempo, lo que llamó la atención de la gente del Mercurio. Me llamaron de la Segunda cuando echaron a Ítalo Pasalaqua, ahí seguí escribiendo de teatro para Cosas y La Segunda. Pero cuando me cambiaron al Mercurio ya no fue posible, porque era cobertura completa, donde yo hacía equipo con Carola Oyarzún, entonces ahí dejé de hacer teatro para la revista. Ahora la cobertura ya no es posible que sea de todo, porque hay mucho volumen de estrenos y porque la cobertura se confundió hace mucho tiempo, entonces hay que escoger lo que puede ir y lo que no. Ahora los grupos emergentes... no se sabe qué es lo emergente y qué no.

RC: Siendo el crítico oficial del Cuerpo C. Tu principal tarea es aportar con críticas de obras, que están más en la línea de orientar al público con una propuesta de mirada sobre el objeto.

PL: Primero quisiera decirte que el periodismo parece una sola cosa pero son tres: tres escalones. Una es el periodismo informativo, la noticia cruda, que es lo que más se ve. Después está un segundo plano que es el periodismo interpretativo que la noticia analizada, cómo y por qué sucede algo y su proyección a futuro. Y después viene el periodismo de opinión, que es el escalón más arriba, que tiene que ver con las ideas y con los valores. Ahí entra el comentario, la crítica, la editorial, la columna editorial, etc. Dentro del periodismo de opinión, en lo que corresponde a teatro, se puede distinguir entre comentario y crítica. La crítica es más técnica, el comentario es más general y orientador, le dice al público lo que va a sentir, lo que puede esperar de una obra, se

debe al público, se hace para el público. La crítica, en cambio, se debe al teatro, al arte que critica, tiene la obligación de descubrir una obra que sea valiosa aunque la vean 10 personas, esa es la diferencia. Además el comentario suele hacer referencia a otros textos, comunicados de prensa, declaraciones del director o del gestor, en cambio la crítica es opinión pura. Yo considero, o sea así debe ser, que una obra de teatro no se da en tabla rasa, que no existe sin algún tipo de conexión con otras cosas. Y la crítica, entre otras cosas, consiste en establecer lazos, por eso siempre estoy refiriéndome a si la obra se hizo antes y si tuvo mayor o menor interés.

RC: ¿Me puedes describir el recorrido habitual de la crítica que haces, desde la selección de la obra hasta la publicación en el diario?

PL: Tu sabes que soy colaborador externo del diario, trabajo aquí en mi casa. Estoy todo el tiempo recibiendo los comunicados de prensa de los distintos productores o gestores de teatro. Entonces estoy informado y mi interlocutor en el diario era Eduardo Miranda, pero desde que llegó Mario [Valle] que es muy entendido en teatro. Converso con él, por teléfono habitualmente, qué es lo que quiere hacer y para qué hay espacio. Hay cosas que hay que hacer de todas maneras. Por ejemplo si hay un Shakespeare con Claudia di Girolamo en el GAM, se hace, no hay ni que preguntarlo. Son otros montajes los que hay que ver qué posibilidades tienen.

RC: ¿Sucede que a veces presentes críticas que no lleguen a publicarse?

PL: Sucedió antes, pero ahora, desde hace muchos años que no sucede. Antes la sección de Espectáculos... primero decirte que no sé por qué teatro está en Espectáculos y no en Cultura. Yo considero que hago periodismo cultural y no de espectáculo. Entonces a veces el editor tiene más deseos de publicar que lo que permite el espacio. Entonces si había noticias urgentes, lo mío iba quedando atrás hasta que no se publicaba. Pero siempre me lo pagaban, lo que no es tan común, en otros diarios se paga trabajo publicado. Me parece que los críticos en El Mercurio tienen ese privilegio, que se paga el trabajo entregado, no el trabajo publicado. Ahora se ordenó más, porque hay un límite que conocemos. Ahora se sabe que no son más de ocho críticas al mes, una o dos a la semana. Espectáculos abarca cine, televisión, radio, música popular, entonces hay poco espacio. A veces se demora hasta 15 días en publicarse, pero se publica.

RC: En general tus críticas llegan íntegras a la publicación o sufren algún recorte en virtud del problema del espacio.

PL: En general nunca me han cortado. A veces hay que hacer ajustes por términos de espacio, entonces la idea es que corten entre sacado, las frases insertas, lo que va entre guiones, que son datos menos duros, eso se corta, y no hay problema. Problema sería que cambiaran el sentido de la opinión, en ese caso yo me iría inmediatamente. Eso no ha pasado nunca, ni en La Segunda, que son mucho más jodidos. En mi época La Segunda era peor que ahora, era el diario más reaccionario del Mercurio y del medio. Eran muy estrictos de mantener una línea Pero nunca tuve problemas con ellos, siempre pude decir lo que quería decir.

RC: El teatro es visto como un sector que no es muy conservador, que no está alineado con la perspectiva del Mercurio ¿Nunca has tenido problemas o tu mismo has dejado fuera una obra porque no esté tan en línea con la política editorial del diario?

PL: No, pero yo sé que el director del diario, Cristián Gazmuri, es Opus Dei. Entonces toda la gente del diario... porque tu puedes pensar que toda la gente del diario es conservadora, derechista o Opus Dei, pero en todos los diarios del mundo incluso los más conservadores, siempre hay una mezcla, siempre hay gente de izquierda, es mezclado. Pero como Cristián es Opus Dei, entonces todos andan un poco peludos por el tema de que algo le pueda molestar. Según me dicen, porque lo he visto dos veces (era director de La Segunda cuando estaba allá), él manifiesta que determinadas cosas no pueden ir. Y entonces todos los editores y periodistas se cuidan un tiempo, hasta que todo vuelve a su curso. Entonces, por ejemplo, el tema del travestismo y la homosexualidad es problema. Ese sí es problema. Por ejemplo la compañía Los Quintana que hacen transformismo, por un tiempo fueron como mal visto, y yo decía que hay que escribir igual y se escribía. Pero lo tiraban escondido en la semana, jamás en el día domingo. Ahora por ejemplo para el estreno de Los Arrepentidos, yo consulté con Mario si acaso lo quería urgente por la categoría de los involucrados... esto es súper confidencial... entonces le pregunté a Mario si pensaba ponerlo el domingo y me dijo que ahora no, que esperaba dejarlo madurar un poco. No me dijo que era por el problema de la transexualidad. La próxima semana lo ve y ahí decidimos cuándo lo publicamos. Entonces tengo que verlo este jueves o viernes, que esté más rodado. Lo que está bien porque yo no voy a los estrenos, que son funciones falsificadas, hay mucha adrenalina, los actores dicen que eso es bueno pero no es tan bueno. Además son falsificadas en el sentido que van normalmente todos los familiares amigos, aunque ahora está todo confundido, igual van los amigos y sobre reaccionan, y tuercen la recepción del público. Además que es mucho evento social, no conviene para ver la obra como funciona, mejor verla después. Y en este país, en que las cosas se hacen tan artesanalmente y se ensaya poco, y le pasan los escenarios dos días antes o un día antes del estreno, entonces conviene dejar que la obra ruede un poco.

Normalmente yo voy a verla el segundo fin de semana. Así que con Los Arrepentidos voy a hacer lo que siempre hago. Lo que es un problema especialmente cuando son FONDART porque son tres fines de semana y chao. Por eso yo me preocupo de que en el asunto del mail, le pongo HASTA TAL DÍA, para que sepan cuál es el apuro en publicar.

RC: ¿Tienes algún tipo de injerencia respecto de si tu crítica debe estar acompañada de fotografía o no?

PL: No, nada. Eso lo determinen ellos. Yo personalmente prefiero que vaya sin fotografía, porque si va fotografía disminuye el espacio y me pueden entre cortar. Tu no sabes lo que yo hago, cuando yo redacto, puedo leer el texto 50 o 60 veces, porque voy restringiendo, tengo un límite que es de 3500 caracteres con espacios. Rara vez he escrito más que eso. Entonces cuando me paso, que generalmente me paso, debo ir comprimiendo, eliminando frases, cambiando palabras. En vez de “probablemente” pongo “quizás”, en vez de 12 golpes tengo 6. Una serie de trucos para lograr que quepa todo bien.

RC: ¿Tienes algún tipo de relación directa o indirecta, a través del editor o el cronista, con los otros lugares donde el diario también hace crítica para no toparse?

PL: A alguien de arriba, de la dirección, se le ocurrió de repente que... porque alguna vez salí yo en Espectáculos, el mismo día que salía Agustín en Artes y Letras, con la misma obra, coincidimos un domingo. O coincidimos con la Andrea Jeftanovic con la misma obra un viernes. Entonces a alguien se le ocurrió, porque me dijeron a mi, que iban a pedir que nosotros los críticos nos coordináramos para no doblarnos en el diario. Y yo dije que si estaban locos, porque no nos corresponde a nosotros eso, porque son los editores los que deben ponerse de acuerdo y eso después quedó en nada. Entonces lo que entiendo es que Mario ve lo que lleva la Jeftanovic el viernes próximo y entonces lo mío lo deja para el domingo para la otra semana.

RC: ¿Alguna vez te han dado alguna posición editorial explícita respecto del tipo del público al que pretende llegar el diario? ¿O tu tienes alguna idea de quién lee tu crítica?

PL: Nunca me han dicho y uno no tiene idea de dónde cae el texto que uno escribe. Ocasionalmente me encuentro con gente que me dice te leí y estoy de acuerdo o te leí y no estoy de acuerdo. O que de repente gente me llama y dice si está de acuerdo en desacuerdo con lo que escribí. Otra diferencia entre comentario y crítica: la crítica es

una apuesta de opinión que se hace a nivel de la alta cultura, así lo entiendo yo, o sea, así debe ser. No te lee ni te va a leer la familia o el matrimonio que va a ver teatro para que lo entretengan un rato antes de ir a comer. Puede que lean comentarios, pero la crítica no. El que lee la crítica es un señor que entiende el teatro como un objeto de arte, como un objeto cultural por último. Entonces es por ese interés que se acerca al texto. Y hay gente que lee la crítica, me consta después de todos estos años, para ver si la va a ver. Hay gente que deja guardada la crítica y la lee después de ver la obra. Y hay gente que lee la crítica y no va nunca al teatro. Yo tenía un dentista, por ejemplo, que estaba al tanto de todas las obras que yo criticaba pero que no iba nunca al teatro, pero es una forma de mantenerse al tanto, lo hacía por interés cultural. Yo por ejemplo leo muy poco, leí mucho de joven, pero ahora como veo todo el tiempo cine y teatro no me queda más imaginario para más historia. Entonces leo muy poca literatura. Pero me leo las críticas de libros de La Tercera y la Revista de Libros del Mercurio, para mantenerme informado. Después de todo, la crítica es periodismo, es una forma de cobertura de prensa que, ojalá tu entiendas que aquí está todo tergiversado. Porque aquí la forma de cubrir una noticia teatral se torció. Lo normal, y lo que sucedió todo el tiempo antes y sucede todo el tiempo en el periodismo de afuera, es que cuando viene un estreno se produce la cobertura y el diario entrevista al autor, al director, al actor principal, para ir haciendo un clima en torno a ese montaje. Y cuando el montaje se estrena se acaba la noticia, porque ya está cubierta. Entonces entra a tallar el crítico, que viene a poner las cosas en su lugar. Hace una evaluación respecto a lo que se dijo, lo que se prometió y la expectativa que se creó antes, respecto de lo que sucedió en el estreno. Y eso puede ser entendido como otra forma de la crítica: equilibrar la expectativa que se creó con lo que realmente está en escena.

RC: ¿Por qué crees que al Mercurio le interesa mantener este espacio de crítica?  
¿Qué crees que gana el mercurio?

PL: Déjame decirte algo que no pude terminar antes, respecto de cómo se ha torcido la cobertura en torno al teatro. Acá en Chile, y no creo que suceda en ninguna otra parte del mundo, cuando el reportero sabe la idea de que viene un montaje, saca inmediatamente la noticia como exclusiva. Por ejemplo, si Eduardo oye en este momento que se va a montar la tempestad en noviembre, él saca la noticia, exclusiva, lo que se llama primicia. Y después se olvida y no hay ninguna mención más durante cinco meses, y eso sucede solamente acá en Chile y es una aberración porque va en contra de lo que es útil al espectador de teatro. No sucede lo mismo en cine, porque están todo el tiempo publicando notas o entrevistas en torno a una película, días antes del estreno. Y eso es crear clima, es fomentar el consumo de ese arte. En teatro eso está torcido, distorsionado. No hay ninguna otra parte que eso sea así. El periodismo

en Chile es tan raro, que tiene sus propias normas. Si La Segunda sale mañana con algo, ya no lo publica El Mercurio. Hay una especie de tonta competencia respecto a la primicia. Es absurdo, porque no tiene nada que ver la noticia en sí, lo que importa es quien firma el artículo, eso le da un enfoque un cariz. Siempre hay formas, si La Tercera entrevistó al director, yo puedo entrevistar al protagonista. Cuando es dentro del mismo diario, es un poco más coordinado, en El Mercurio nos coordinamos entre nosotros. Pero respecto de tu pregunta... El Mercurio es un diario de tradición, el segundo más antiguo de Chile. Y está muy orgulloso de eso y está muy orgulloso de ser leído por el sector ABC1 que tiene el poder de decisión y adquisitivo. Es una empresa de prestigio. Entonces para un diario de prestigio, tener un crítico es un plus. Igual que para una empresa cualquiera, dar fondos para arte, para una exposición, es un plus, porque significa que está interesado profundamente en eso. Para una empresa tener un crítico, y tener un buen crítico, es un plus. No solamente para El Mercurio, para todos los diarios del mundo.

RC: Hay una ganancia simbólica.

PL: Claro. Y te digo que se puede entender solamente así. Porque desde el punto de vista periodístico, la crítica es un espacio perdido, un espacio que no se vende. Además, se sabe que la crítica es muy poco leída. Entonces para qué destinar dos columnas para analizar un estreno, si se sabe que lo van a leer 100 personas. Mientras el diario es leído por 500 mil personas. ¿Por qué lo hace? Por que sabe en cierta forma que la opinión de un crítico crea corriente de opinión. Pero más que nada lo hace porque es un prestigio para ellos. La Nación, por ejemplo, que es el diario hermano del Mercurio... en la SIP, ¿sabes lo que es? sociedad interamericana de prensa, de diarios de derecha principalmente, diarios de tradición. Entonces La Nación de Buenos Aires es el diario hermano del Mercurio, se prestan cosas y se pasan fotos. Entonces La Nación, como es una gran plaza teatral, en este momento debe tener 10 críticos de teatro. Están todo el tiempo rotando, son críticos especializados, uno para musical, otros que hace sólo teatro experimental joven, hay otro que hace sólo los grandes estrenos. En el NY Times es lo mismo, donde hay una sección especial de críticos, donde el editor se adjudica los estrenos más importantes y está a cargo de un equipo de 7 u 8 críticos. Claro que son medios teatrales en hay 500, 1000 o 2000 estrenos al año. Una vez estuvo un crítico aquí alemán, y decía que allá hay un promedio de 3000 estrenos al año, es imposible que los cubra una sola persona.

RC: Incluso con el volumen actual en Santiago, tampoco es posible que lo cubra una sola persona.

PL: No es posible y tampoco es necesario, diría yo. Porque hay resultados muy primarios, que es una cosa que uno empieza a ver de a poco. De tanto ver teatro uno se da cuenta que hay cosas que no merece la pena destinarles espacios para que lo lean personas. Por ejemplo Juan Andrés Piña, que fue el crítico del Artes y Letras por 25 años, se fue del Mercurio porque dijo que estaba cabreado de ver huevadas, así. Uno habla con mucha gente, yo hablo mucho con la gente de Santiago a Mil, con el jurado. Ellos ven unas cosas que son absolutamente emergentes. Y como la formación teatral está tan de capa caída en este país, y la formación cultural y educacional está muy mal, los cabros llegan a la Universidad con una formación nefasta. Entonces los resultados son primarios, básicos. Eso, ¿para qué verlo? Por ejemplo, la [Universidad de] Chile, el departamento de teatro, me mandó un comunicado para ver una obra que se llama *Orgasmografía*. Un comunicado lleno de errores gramaticales, lleno de conceptos que están perdidos. No saben de lo que están hablando y creen que están descubriendo la pólvora. Entonces para qué ver eso.

RC: Entonces a ti te llegan los comunicados y ahí aplicas un filtro.

PL: También le llega a Eduardo y lo conoce Mario sea directamente o a través de Eduardo, entonces también hay una opinión conjunta. No porque yo diga que esa obra no merece ser vista, entonces no la veo y punto.

RC: ¿Entonces hay obras que en tu opinión no debieran cubrirse pero te indican lo contrario y las ves de todas formas?

PL: Ha pasado. En general yo soy bien soldado, si me mandan me mandan. A veces hay cosas que no me interesan, una vez me mandaron a ver un show de Stephan Kramer, el primer show público que hizo. Yo veo con agrado los musicales, porque es un área del teatro-empresa que exige un alto nivel de ejecución y un muy alto nivel de producción, entonces lo sigo para ver cómo ha evolucionado ese género. Y además se hacen en el Teatro Municipal de Las Condes que es una sala donde va el público lector del Mercurio. Ahora, por ejemplo, me mandan a ver una cosa que llama “Comedia con Fantasmas” que es una obrita menor que se da en la Corporación Cultural de Las Condes, porque es teatro para adultos mayores, porque tiene cierto nivel y porque es público lector del Mercurio.

RC: En una comuna donde se vende el diario

PL: Exacto. Ese es el criterio



RC: ¿Tu la hubieras incluido en tu agenda? ¿O una obra presentada en el Centro Cultural de Las Condes?

PL: No, realmente no las vería si no supiera que al Mercurio le interesa.

RC: ¿Podrías hacer una definición del tipo de teatro que cubre El Mercurio?

PL: Yo creo que también veo el teatro que quiero ver, porque no me obligan a ver algo que no quiero. A mi me interesa el teatro bien hecho, hecho con rigor, con pasión y que tiene algo o mucho que decir al Chile de hoy, del género que sea, del estilo que sea, no me importa. Tampoco me importa el tipo de producción que sea, puede estar hecha con pañuelos, con actores jóvenes. Lo que me interesa es que exprese algo que sea necesario decir algo hoy día y que sea un aporte cultural al medio.

RC: Eso que te interesa, ¿se refleja en El Mercurio?

PL: Se refleja, porque por ejemplo, yo propuse hacer El Bus. A ellos no le interesa nada. A mi me interesa porque es La Puerta, una compañía importante que ha estado tres décadas al pie del cañón. Y además es una obra de un autor suizo-alemán que es la especialidad de la puerta, que además es un autor muy importante, Lukas Bärfuss, que está considerado como uno de los autores más prestigiosos de la escena teatral innovadora en Europa, no comercial. A raíz de ir a ver la obra, vi unos extractos del montaje en Alemania y son unos montajes muy precarios, carpas mal hechas, es teatro precario, ¡pero es un Bärfuss! Es teatro contemporáneo, poético. Entonces si una compañía independiente, no importa que sea La Puerta, se da el trabajo de poner un texto así en escena, yo creo que hay que decir algo. Porque es un esfuerzo, en este medio en que el teatro se hace a puro ñeque.

RC: He visto que hay una relación virtuosa que favorece la publicación en el Mercurio. Eso pasa desde la comodidad y prestaciones que tiene la sala, pensando en el público que va a ir y que es el mismo público que lee el diario. Además si hay figuras conocidas y autores de peso internacional como el que acabas de mencionar, son factores que ayudan a publicar.

PL: Hay que distinguir lo que es informativo de lo que yo hago. Eso puede ser de interés del cronista. Pero si yo cacho una obra que viene, que está montada en una cuestión horrible, con corrientes de aire, en tabloneros llenos de grasa, yo voy. Si creo que vale la pena, si crea expectativa, por la categoría de sus participantes, del texto, los antecedentes de la compañía, yo voy. Yo he visto cosas en las partes más

increíbles, a veces parado. Pero eso es distinto a lo informativo, porque puede que Eduardo [Miranda] no le haga un artículo de cuarto de página a una obrita que se haga en una casa en Macul. Le va a dar una caluga, cinco líneas. Pero yo me escapo de eso.

RC: De todas maneras me imagino que que el nivel de producción de los gestores tiene algún grado de influencia en el volumen de crítica que haces sobre esas obras intermediadas. Pienso en el GAM que tiene un equipo grande a cargo de difundir, M100, TMLC, Nescafé de las Artes.

PL: Pero no es por la información que me hacen llegar a mi, sino porque están consolidados ellos como espacio. Por ejemplo, el GAM, lo que programe hoy (público creado por la gestión de Javier Ibacache), está lleno, aunque sea pésimo. Entonces hay que darle espacio, al menos informativo, porque es lo que al público le interesa, ahí va. Lo mismo pasa con el Municipal de Las Condes, una de las salas importantes en términos de infraestructura. Pero yo no me rijo por eso. El año pasado fui a ver a Villa Grimaldi, y he visto varios espectáculos ahí, una versión de Delirio a duo, de Ionesco. Era una carpa, con efecto técnico... ¡obvio que las señoras de la Dehesa no van a ir a verlo aunque sea Ionesco! Pero yo fui y me encantó, uno de los mejores estrenos del año pasado. Lo mismo con las cosas que hace Teatro Camino, no son tipos de espectáculos que sean ansiados por la burguesía chilena, gente ABC1 que busca divertirse, pasarlo bien. Porque que extremadamente lejos, un entorno rural, pasan los perros con pulgas, asientos duros, como experiencia vital es horrible. Pero a veces Noguera hace cosas maravillosas ahí, como Episedio por ejemplo que era maravilloso. Un hallazgo de texto, porque nadie conocía al griego que escribe. Y más encima él solo, parado en una alfombra con un teléfono. Genial. Por eso te digo que yo me salgo del parámetro informativo y me aguantan. Como estoy hace 25 años en la empresa, entonces confían en mi criterio y lo que yo digo generalmente dicen sí.

RC: ¿Qué grado de influencia crees que tienen las críticas que haces sobre la percepción que hay sobre las obras y quizás sobre la taquilla? Algo me hablaste que la crítica la lee muy poca gente, pero influyente y que crea corriente de opinión

PL: La poca gente que me lee lo comenta con otra gente y se forma una corriente de opinión. Yo estoy consciente de que hay que gente que no lee El Mercurio o que dice que no lo lee, o compañías que no citan al Mercurio porque es un diario facho, sé que es así.

RC: ¿Y tienes algún tipo de devolución de parte del medio respecto del efecto de tus críticas?

PL: Eso era antes, cuando estaba en La Segunda y estaba más expuesto, porque se suponía que yo era facho, como toda la gente de La Segunda que es realmente una cueva de gente Opus Dei, al menos antes. Pero desde que estoy en El Mercurio eso ha variado, sobre todo porque la gente como que no se atreve a tirarse contra El Mercurio, esa percepción tengo. O quizás porque la gente piense que quizás tenga algo de razón en lo que digo.

RC: Te lo pregunto porque también se rumorea en el medio que te han prohibido la entrada alguna vez

PL: Varios. Por ejemplo Víctor Carrasco, en el tiempo de la Segunda, que es mucho más expuesto. Consideró que yo era persona non grata. Ana María Harcha una vez fui a ver una obra de ella y llegué y, aunque estaba invitado por la sala, ella consideró que no me iba a invitar gratis, así que tuve que pagar la entrada. Pero paga el diario, si a mí me cobran después de lo devuelve el diario, porque son ellos los que están interesados en que yo opine. Ella cree que me hace un daño, pero no me hace ninguno. Pero en teatro siempre es así, la gente te pone malas caras, te hace desprecios y después, pasa. La gente de teatro es difícil. Yo mismo estudié teatro, fui egresado de la escuela de teatro de la [universidad de] Chile. En mi curso, de 24 alumnos, compañero de Sergio Hernández y José Soza. Son monstruos, de rigor estupendo yo no tenía espacio. Entonces por el hecho de haber estudiado teatro, yo siempre escribía de teatro en los diarios sintiéndome que yo era parte del teatro, hasta que me di un palmazo y me di cuenta que no soy parte del teatro sino que soy parte del periodismo. Estoy en la platea, soy un espectador profesional de alguna manera. Y las normas de las críticas internacional, los críticos no se cruzan socialmente con los actores, ni los directores ni los dramaturgos. Lo ideal, la posición ideal es que el crítico haga solamente crítica, lo que en muchos medios está complicado porque muchas veces hacen además crónica. La relación que tienen los periodistas con el medio teatral es distinta a la relación que tiene el crítico con el teatro. El cronista tiene que estar bien con los directores y actores para que le pasen la noticia del nuevo montaje y acepten la entrevista. En cambio el crítico no, lo ideal es que el crítico haga sólo crítica, como pasa en todas partes del mundo, y se entienda con los administradores de sala, con los gestores, que es lo que yo he tratado de hacer, pero es difícil porque este mundo es un pañuelo. Y además estudié teatro. ¿Cómo voy a dejar de saludar a Sergio Hernández? No quiero ser amigo con nadie, eso complica las cosas. Hace muchos años, hacía las notas y después en la crítica no los trataba bien, y me llegaban reclamos. El crítico no

debe ser amigo del actor. Trato de evitar tener vida social con los actores. Con los directores a veces y con los dramaturgo mejor. Porque los dramaturgos siempre pelan a los directores y actores porque les hacen tira sus textos.

RC: Muchas gracias, tengo cumplidos mis objetivos.

## B. EJEMPLO BASE DE DATOS: 20 REGISTROS

FECHA	DÍA	MES	CUERPO	SECCIÓN	PÁG.	LLAMADO A PORTADA	TITULAR DE PUBLICACIÓN	EPIGRAFE	RAMA DE TÍTULO	ENCABEZADO	ESTADÍSTICAS (S/NO)	GRÁFICOS (S/NO)	IMAGEN FOTOGRÁFICA (S/NO)	CANTIDAD DE PÁRRAFOS	PUBLICACIÓN (ENTREVISTA, COMENTARIO O CRÍTICA DE OBRA)	AFIRMACIONES FINALES	NOTAS	FIGURA (ENTREVISTA, O N.º, FIGURA)
03-01-15	VIERNES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	10	SI	Los detalles de	NO	La compañía es	El director resp	SI	SI	SI	6	NOTA DE OBRA	Los actores tienen una relación muy cercana con el público		
02-01-15	VIERNES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	10	NO	TEATRO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	1	CARTELETA	NO		
03-01-15	SABADO	ENERO	CUERPO C	NACIONAL	15	SI	Un multitudin	NO	La "Cabaligata	Tuvo un inicio	NO	NO	SI	4	NOTA DE FESTIVAL	Además de faunos, ángeles y seres mitológicos de la compañía (SIC) locales, Teatro Oñiris y La Gran Reyneta.		
03-01-15	SABADO	ENERO	VIDA ACTUAL	PANORAMAS	9	NO	TEATRO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	4	CARTELETA	Las entradas tienen un valor de entre \$5.000 y \$14.000 y se pueden adquirir a través de www.fundacionteatro.mil.cl o los puntos de venta ubicados en la Boletería Teatral de Costanera Center, Centro GAM y Teatro Municipal de Las Condes.		
03-01-15	SABADO	ENERO	VIDA ACTUAL	PANORAMAS	9	NO	Partió el Festiv	NO	NO	Hoy comienza	NO	NO	NO	3	NOTA DE FESTIVAL	"Rillon es un viejo carifonso de repente. Chochea a veces, pero tiene un autismo impresionante (...) No hay nadie que lo sepa todo. Nadie. Y menos Andrés, que de repente no sabe nada."		
03-01-15	SABADO	ENERO	VIDA ACTUAL	CARTELETA	15	NO	TEATRO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	7	CARTELETA	NO		
03-01-15	SABADO	ENERO	REVISTA SABA	NO	6	SI	EL DELIRANTE	NO	Uno es tuitero.	"La pareja disp	NO	NO	SI	29	ENTREVISTA	"... a ratos se vuelve laberíntica y escenas enteras parecen sobrar. Pero el conjunto resulta tremendamente estimulante"		
04-01-15	DOMINGO	ENERO	CUERPO A	CULTURA	12	NO	Sigo. A Mill bar	NO	Ya comencé	La El debut en Chi	NO	NO	SI	6	NOTA DE FESTIVAL	NO		
04-01-15	DOMINGO	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	19	NO	Los Millonari	NO	La obra de la o	"Prueba de que	NO	NO	SI	6	CRÍTICA	NO		
04-01-15	DOMINGO	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	20	NO	TEATRO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	5	CARTELETA	NO		
05-01-15	LUNES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	16	NO	El teatro llega	NO	El Palacio Cous	El director br	NO	NO	SI	6	ACTUALIDAD TEATRAL	Por breves instantes acompañarán a los visitantes espectadores, recogiendo narraciones de tradición oral.		
05-01-15	LUNES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	16	NO	Lo mejor de la	NO	Crítica de teat	NO	NO	NO	NO	4	CRÍTICA	Último día de funciones en el Teatro UC		
06-01-15	MARTES	ENERO	REVISTA YA	N/A	12	NO	Claudia Di Girc	NO	"Me siento m	Regresa a TVN"	NO	NO	SI	25	ENTREVISTA	"Pero siento que hay una especie de deuda con todo lo que los actores le hemos dado a la televisión con cómo los primeros que empezamos a dignificar el género. Nos gustaría tener un poco más de voz y voto en la televisión."		
06-01-15	MARTES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	12	NO	Mejstuousa Y	NO	Crítica de teat	"Versión teatral	NO	NO	SI	5	CRÍTICA	"Tras el intermedio (...) el segundo acto nunca vuelve a conmover como el primero. Por el cansancio acumulado y lo laberíntico de la narración; también porque las mejores líneas teatrales están todas en la parte inicial, y llega el punto en que la dirección tiende a agotar sus recursos de estilo."		
06-01-15	MARTES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	12	NO	TEATRO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	4	CARTELETA	"Hemos encontrado un espacio que atesora un espíritu creativo importante para la historia de la cultura chilena. Ahora tenemos que seguir trabajando."		
07-01-15	MÉRCOLES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	16	SI	Teatro del Anj	NO	Después de 31	La sala que ab	Aunque los ac	NO	SI	7	NOTA DE SALA	"Lastima que dos endebles rutinas en la última sección (...) rompan la energía física de lo anterior, así como el clima poético. Ellas perjudican la impresión final."		
07-01-15	MÉRCOLES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	16	NO	La bella ab	NO	Crítica de teat	NO	NO	NO	NO	5	CRÍTICA	NO		
07-01-15	MÉRCOLES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	16	NO	TEATRO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	7	CARTELETA	NO		
08-01-15	JUEVES	ENERO	CUERPO A	CULTURA	10	NO	Fondos de Cul	NO	Consejo de la U	La cifra aumen	Mil 770 proyect	SI	SI	7	INSTITUCIONALIDAD	(...) la visibilización de los Museos y Colecciones Mapuche (\$16 millones).		
08-01-15	JUEVES	ENERO	CUERPO C	ESPECTÁCULO	14	NO	Constelacion	NO	La pieza dirig	"Una y otra ves	NO	NO	SI	4	NOTA DE OBRA	"Carrasco concluye: "Es una gran historia de amor que no podía haber sido contada en otro momento. Hay grandes historias de amor escritas en el teatro, peor hay algo que tiene que ver con la cotidianidad de esta que hace que sea tan especial y tan extraña"		