

Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana*



María Gabriela Zambrano Morales^{**}
Orlando Villalobos Finol^{***}

Recibido: 17 de agosto de 2010 Aprobado: 22 de agosto de 2010

Resumen

El reciente desarrollo de la lingüística cognitiva ha postulado nuevas formas de analizar al lenguaje, pues lo hace a partir del discurso (sobre todo porque a través de la organización de éste es posible rastrear los procesos cognitivos involucrados durante su elaboración). Uno de esos procesos cognitivos es la creación de espacios mentales, que a últimas fechas se ha convertido en un tema recurrente de análisis. Por tal motivo, algunos lingüistas han postulado diversos modelos de análisis para tratar de explicar su conformación. Entre dichos modelos, uno de los más importantes es la 'integración conceptual'. A pesar de que este modelo pudiera parecer totalmente teórico, es posible aplicarlo a cualquier tipo de discurso. Y para demostrar lo anterior, la presente investigación analiza el objeto discursivo "democracia" en el discurso político que utilizó en su campaña el ex-presidente mexicano Vicente Fox Quesada a partir del modelo de integración conceptual proveniente de la lingüística cognitiva.

Palabras clave: lingüística cognitiva, enfoque experiencialista, significado, blendign, objeto discursivo, democracia

* Este artículo de investigación científica y tecnológica pertenece a la investigación Presencia del periodismo cultural y de espectáculo en la prensa zuliana, patrocinada por el Centro de Investigación de la Comunicación y la Información, CICI. Edificio de la Universidad del Zulia

** Licenciada en comunicación social, mención periodismo impreso. Egresada de la Universidad del Zulia, Venezuela, con ejercicio en el periodismo cultural. marigabzambzano@gmail.com

*** Doctor en Ciencias Humanas y magíster en Ciencias de la Comunicación. Profesor titular de la Escuela de Comunicación Social en la Universidad del Zulia, Venezuela. Miembro del Programa de Promoción del Investigador (PPI-Nivel 3). Director del Centro de Investigación de la Comunicación y la Información (CICI) de la Universidad del Zulia. Autor de los libros "Comunicación y ciudadanía. La creación del tejido social de Maracaibo" (2007) y de "Gerencia y política de la comunicación social, en la Universidad del Zulia" (1998). Editor de la revista científica Quórum Académico, especializada en temas de comunicación. orlandovillalobos26@gmail.com

Presence of Cultural Journalism and Jet-Set Journalism in Zuliana Press

Abstract

This research aims to find and compare the presence of cultural and entertainment journalism in the newspaper Panorama. We compared the informative weight and treatment that is given to both. While it is difficult to make an accurate conceptualization of cultural journalism, for the work is regarded as a complex journalistic specialization, which reports on the subjects of arts and literature, popular culture and thematic fields resulting therefrom, with the purpose of educating and promoting the various artistic and cultural manifestations of human beings. For the study are used observation, quantitative content analysis of broadcast media, particularly the measurement hemerographic and interviews to key sources. We conclude that: 1) Panorama information obtained weighing nearly balanced. 2) The paper does not delimit the specializations. 3) Most cases are informative and transculturized. 5) cultural journalism dedicates more space to foreign arts than to regional popular culture. 7) The purpose of the show is to entertain and create buzz.

Key words: Culture, cultural journalism, entertainment, communication.

Introducción

Dentro del amplio mundo periodístico existen diversas gamas y especializaciones que se inclinan hacia los diferentes gustos o intereses humanos. Una de ellas está centrada en el área cultural, la cual es conocida en el argot periodístico como periodismo cultural.

Para Rivera (2003: 19) "todo periodismo en definitiva, es un fenómeno `cultural´ por sus orígenes, objetivos y procedimientos"; no obstante, el periodismo cultural ha sido históricamente entendido como el terreno periodístico confuso, que implica una diversa gama de medios, géneros y productos conectados a las bellas artes, bellas letras, y la cultura popular frutos de procesos de construcción humana, social e intelectual.

En la etapa antigua son muchas las referencias que pueden hacerse de este tipo de periodismo. En el siglo XIX de Maracaibo circularon periódicos que concedieron un espacio privilegiado a la veta literaria y cultural. De aquellas publicaciones es preciso mencionar a *El Zulia Ilustrado* que se editó en Maracaibo, con periodicidad mensual entre octubre de 1888 y diciembre de 1891. En *El Zulia Ilustrado* se registran escritores de la época, poetas, educadores y políticos (Pineda, 1994). En Caracas, una referencia obligada es *El Cojo Ilustrado* (1892-1915). Anota Cuenca (1961: 150) que logró superar el ámbito provinciano y alcanzó trascendencia continental; "fue una plataforma literaria tejida de colaboradores tanto europeos como hispanoamericanos".

En la etapa reciente del periodismo venezolano, esta especialidad nace formalmente en 1949, cuando el diario *El Nacional* incluye la primera sección cultural. Estaba ubicada en la última página de uno de sus cuerpos y aunque no tenía un nombre establecido, Miguel Otero Silva, fundador del periódico, la denominó: "Página de arte". Tal como lo señalan Bello, Gondella y Quiaro (1994: 39): "Esa primera sección cultural diaria estaba inspirada en el modelo de la página cultural francesa". Según Garavito (1992), en Venezuela nace el periodismo cultural cuando se funda el diario *El Nacional*, pues este medio ha contribuido con la presencia del periodismo cultural.

Entonces, antes del nacimiento de la página de arte de *El Nacional* ningún periódico había dedicado una página o sección fija al periodismo cultural; previamente algunos diarios como *La Esfera*, *El Universal*, *El Herald* y *Ahora*, en Caracas, hacían cierta referencia a la vida cultural venezolana. Sobre ello Olga Dragnic, citada por Bello et. al (1996), comenta que en los diarios ya mencionados, quienes escribían todavía poseían características del prototipo del periodista del siglo XIX, aquellos que no se limitaban a la labor periodística sino que complementaban su formación y ejercicio al ser novelistas, cuentistas, poetas, pintores o dramaturgos.

Luego de 26 años de la creación de la página de arte de *El Nacional*, otro diario venezolano, *El Universal*, sacó su respectiva sección cultural. A partir de *El Nacional* otros periódicos incluyeron la cultura en sus contenidos; de allí que en la prensa escrita venezolana, generalmente, se cuenta con las páginas o secciones dedicadas al periodismo cultural. No obstante, suele ocurrir que la información ofrecida no pertenece a lo que es conocido comúnmente como información cultural.

A diferencia de la sección de política, deportes, o sucesos, la cultura se presenta con otras denominaciones, tales son los casos de arte, espectáculo o farándula, lo cual origina imprecisión. Entonces, la raíz de la vaguedad se da desde los conocimientos abstractos que el medio impreso y el periodista o redactor manejan, sumado a una falta de acuerdo en la temática.

Aunado a ello, en todos los países y lenguas existe una gran diversidad en torno a lo que es entendido como "cultura"; por ende, sería errado pretender pensarla como una realidad definida. Díaz y otros (2005: 12) citan a Tomás Austin, quien afirma que: "Tratando de resolver el problema de la falta de una definición común, en 1952, Kroeber y Cluckhohlm revisaron todas las definiciones de cultura que se habían escrito hasta su tiempo (en inglés, por supuesto); encontraron nada menos que ¡160! definiciones".

De allí pues, proviene el desconcierto y la falta de unanimidad en la conceptualización de "cultura". Muchos teóricos han expuesto sus puntos de vista antagónicos o análogos respecto a otras

nociones; así como los periodistas o escritores especializados en el ámbito cultural hacen un intento o aproximación de conciliación de ideas con tal de entender la cultura. Ejemplo de ello fueron las discusiones exhibidas en Bogotá durante el encuentro de los países miembros del Convenio Andrés Bello sobre Periodismo Cultural, donde García (1991: 12) expuso:

Si convenimos que la cultura es el conjunto de prácticas que tienen que ver con la producción, la circulación y la apropiación del sentido en la vida social, entonces la comunicación, entendida como la parte del sentido social... gestionada por los medios masivos y las industrias culturales, tendría ciertos aportes distintivos al desarrollo cultural.

Históricamente, los medios masivos, específicamente los impresos, tienen la capacidad e incluso el poder de influir en las percepciones que los ciudadanos se forman en torno a lo que es la realidad, a escoger qué es importante y qué no, hacia dónde se deben enfocar y hacia dónde no. Más aún, el periodismo construye informaciones en torno a la cultura, la cual se piensa como manifestación de las creencias, expresiones y se basa en el modo de vida del individuo.

El periodismo cultural se ha visto obligado a sobrevivir ante los intereses económicos de los medios por encima de la misión educadora. Así como lo indica Pérez (1999: 7), quien asegura que las páginas culturales son las primeras en ser "recortadas", si surge otro contenido mercantilmente beneficioso para el medio, pues "son los propios directores de los periódicos los que consideran estas secciones como las menos productivas. En consecuencia, y al ser económicamente débiles, están en constante lucha por su espacio vital".

Los medios masivos pueden tener dos posibles funciones distintas pero cruciales: en la primera, los medios pueden ser capaces de motivar el desarrollo cultural de una nación e interceder en su camino histórico; en la segunda, "Como inevitable contraparte, los medios podrían ser nefastos para la cultura: podrían reducirla a adorno secundario y casi insignificante al ignorarla o con-

finarla a lugares secundarios, podrían degradarla" (Rodríguez, 1991: 55).

Durante una conferencia sobre periodismo cultural dictada en la Universidad del Valle, en Cali Colombia, en 1985, Jesús Martín-Barbero (citado por Muñoz, 1991: 78) comentó que el periodista cultural ha de ser capaz de comprender que su deber no es el de un simple informador, ya que cuenta con las herramientas para ir mucho más allá, porque el periodista "no se limita a informar para que la gente consuma cultura sino que puede ser realmente un promotor de la producción cultural, alguien que es capaz de estimular y de animar".

Jorge Rivera (2004: 182), en su libro *El periodismo cultural* expone varios testimonios de periodistas, especialistas o personas involucradas al quehacer cultural. Entre estos personajes destaca el comentario del periodista y poeta argentino Elvio Gondolfo, quien describe la principal debilidad y el tono decadente que adolece el periodismo cultural:

Desde el retroceso de lo cultural ante lo faranduloso, político o del espectáculo (expresado por repliegue a "lo culto" -lo opuesto a lo cultural- o la mimesis de lo faranduloso) hasta la incidencia de gente que viene de una academia a su vez vaciada de libido productiva, que cree que basta con ejercer cierto cancherismo *light* para ser, digamos periodista cultural. El resultado es lo contrario del periodismo cultural: el aburrimiento y previsión, lo contrario de la curiosidad y el cruce, o incluso el placer que comunica el arte (no el oficio, ni el trabajo) de informar.

Para Rivera (2004) el desinterés originado en los medios hacia la publicación de contenido cultural parte del concepto erróneo que considera la información cultural excluyente de lo noticioso y, por ende, de los intereses de los lectores promedio.

En este trabajo se verifica el ejercicio del periodismo cultural haciendo un contraste entre el periodismo cultural y el de espectáculo. Con esa finalidad se ha seleccionado el diario venezolano Panorama, por ser considerado el de mayor circulación y venta en el estado Zulia. Según una

entrevista concedida por el periodista cultural Alexis Blanco¹ para este estudio, en Panorama no existía un periodismo cultural fijo, no es sino hasta 1986, cuando Blanco ingresa al diario, que se crea la página Artes y Letras, espacio fijo publicado todos los domingos, el cual ya no existe.

Actualmente las informaciones de cultura son publicadas en el cuerpo Vida. Luis Aguirre² explica que antes de 2007 el cuerpo se llamaba "Vivir", luego, una vez que Aguirre asume el cargo de editor se cambia el diseño y el nombre a "Vida", donde se publican desde entonces casos culturales, de espectáculo, ocio, salud, sexualidad y tecnología.

Más que contraponer el periodismo cultural y el espectáculo, se analiza si el diario se dedica al desarrollo cultural en la región mediante la publicación y dedicación de espacios a los movimientos culturales del Zulia. La cultura frente a la banalidad es una medición necesaria para saber qué tipo de periodismo se hace hoy día, para conocer el diagnóstico que permita corregir las fallas y alimentar las virtudes periodísticas.

Fundamentos teóricos

¿Cuál cultura?

Antes de conocer qué es la especialización del periodismo cultural es necesario comprender lo que se entiende por cultura. Mucho se ha discutido respecto a cuál es la verdadera definición del término cultura, pues a lo largo de la historia distintos teóricos, campos y disciplinas dan sus propios conceptos y es que, al parecer, la cultura se define según como lo interprete el autor, dependiendo del contexto estudiado y vivido; por ende, se ha originado confusión entre las posibles definiciones.

Antes de nada, resulta imprescindible revisar el origen etimológico del vocablo cultura, tal como lo muestran Díaz y otros (2005: 29) "el término *cultura* del latín hablado en Roma, significaba 'cultivo de la tierra'. Esta acepción se expandió, incluyendo junto a la labranza del campo, el cultivo del hombre, es decir, el progreso humano".

¹ Entrevista realizada el 24 de febrero de 2010

² Periodista y editor del cuerpo Vida de Panorama. Entrevista realizada el 24 de febrero de 2010

Un vocablo que se repite entre las definiciones de algunos autores es el de "producto" o "producción", pues la cultura da origen a una diversidad de fenómenos y elementos contenidos en la vida humana, así como exhibe las creaciones y manifestaciones, intelectuales o tangibles. Según García (1979: 76) la definición de la cultura consiste en "La producción de fenómenos que contribuyen, mediante la representación o la reelaboración simbólica de las estructuras materiales, a comprender, reproducir o transformar el sistema social".

Marcelino Bisbal (2001) hace una recopilación desde diferentes perspectivas, profesiones y doctrinas sobre los distintos significados que se le han atribuido al término de cultura, en su investigación titulada: *De cultura, comunicación y consumo cultural*; allí analiza los conceptos encontrados, y los relaciona bien sea por sus puntos análogos o antagónicos.

En la perspectiva semiológica suministrada por Bisbal (2001), la cultura funciona como un elemento sistémico de signos y obras del quehacer humano, por ende, es una organización jerárquica conformada por diversos sistemas. Y en cuanto a la jerga periodística, la cultura es relacionada con el espectáculo, las artes y expresiones populares.

Para Bisbal (2001) el desarrollo de la cultura a lo largo de la historia ha sido marcado, a partir del siglo XIX, por el reconocimiento, la exploración y reflexión sobre la cultura de masas, entendida esta como la forma en que una sociedad se reconoce entre todo un gran abanico de productos culturales híbridos. Además, la cultura de masas se caracteriza por el consumo cultural, pues según Bisbal (2001: 11) "se habla del mercado de la cultura porque hay consumidores de cultura», entonces, resultaría erróneo pensar el consumo cultural como el mero hecho económico, ya que también debe ser asumida como el autor lo señala: "Tal como nos apunta García Canclini, en referencia sociocultural, que no es más que decir que en el consumo se construye parte de la racionalidad integrativa y comunicativa de una sociedad".

Resulta válido entonces establecer lazos entre la cultura de masas, el consumo cultural y el periodismo cultural, ya que las comunicaciones son eje

fundamental entre estos elementos constitutivos de la cultura; en síntesis, depende de la promoción de la cultura que haga el periodismo cultural el grado de consumo de la cultura de masas. Más aún, es preciso denotar el espectáculo o periodismo del espectáculo como resultado del consumo cultural que creció sin desmesura con la prensa rosa o *light* impuesta por los medios televisivos y reforzados por los medios impresos.

Hacia una definición del periodismo cultural

Una de las especializaciones periodísticas es la del mundo cultural, donde los periodistas, colaboradores o eruditos en la materia buscan, descifran y difunden informaciones, interpretaciones u opiniones sobre la cultura, las artes y las expresiones populares. El periodismo cultural ha ido transformando su lenguaje, simbología y público con el paso del tiempo, sufriendo metamorfosis positivas para unos, negativas para otros.

Para entender la temática abordada en el periodismo cultural y la conceptualización que será utilizada en la presente investigación, es necesario ofrecer la definición de Jorge Rivera (2003: 19), quien dice que el periodismo cultural es:

Una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgativos los terrenos de las 'bellas artes', las 'bellas letras', las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos.

Como otro valioso aporte al campo periodístico de la cultura, se encuentra la definición dada por Guanipa (2005: 3), quien asegura que el periodismo cultural es una especialización de carácter informativo cuyo eje principal es transmitir todo aquel acontecimiento sobre "la creación, la gestión, el consumo artístico-cultural".

Bello y otros (1996: 44) hacen referencia a lo descrito por Olga Dragnic en "La cultura mediaticizada", donde se mencionan las características

del periodismo cultural actual segmentado en dos partes: "Las secciones culturales están destinadas para las bellas artes y la cultura masiva para la denigrante sección de la farándula. La cultura popular sólo tiene cabida en ocasiones en que se vincula con alguna de las otras culturas".

Para Pérez (1999: 4) aparte del periodismo cultural presente en los suplementos, el diarismo cultural se diferencia de otras especializaciones por ser el que más se centra en formar y educar, por ello: "Es conveniente que posea cierto espíritu crítico, comentarios interpretativos y esclarecedores, seriedad y ponderación de los valores analizados, además de un diseño atractivo y diferenciador". Pérez (1999: 6) continúa dando aportes a la descripción del periodismo cultural ideal, aquel que para juzgarlo es necesario tomar en cuenta ciertos rasgos:

Sobre los resultados obtenidos en su investigación Bello y otros (1994: 150) definen lo que es el periodismo cultural venezolano:

Es un periodismo de carácter informativo que reduce el hecho cultural a la noticia; se apega al tubazo y la inmediatez, y abandona toda temática que no se sujete a la literal noción de actualidad. Es también un periodismo promocional, pues se agota en la noticia el hecho cultural por ocurrir; lo anuncia y lo vende, apropiándose el rol de la publicidad como uno de los elementos de mercadeo de la cultura. Periodismo improvisado, a la deriva, a menudo sujeto a los intereses de sus dueños, quienes tienen nexos con instituciones y empresas culturales; sujeto a la definición de muchos de sus jefes de página y a la pasividad de sus periodistas, cuya profesión se reduce a oficio de transcriptor de gacetillas.

Asimismo, destaca el estudio publicado en *Extramuros* por Guanipa (2005) sobre la información cultural, las numerosas definiciones de cultura y la dedicación a un periodismo banal. El trabajo de la autora más que un estudio es una reflexión sobre "la pérdida de la identidad humanística que había caracterizado al periodismo cultural venezolano, mediante una engañosa apertura del campo cultural hacia

espectáculos, entretenimiento y tiempo libre” (Guanipa, 2005: 1).

Para terminar de dilucidar lo que es este tipo de periodismo es necesario conocer el testimonio de Alexis Blanco³ quien afirma que el periodismo cultural es “un campo muy complejo de definir, aquí estamos hablando de algo que le pertenece exclusivamente al arte: lo subjetivo. Diría que el periodismo cultural es un periodismo que obedece a la cobertura del quehacer subjetivo artístico cultural”.

La moda en lo cultural: periodismo espectacularizado

Una vez conocido el término de periodismo cultural, es necesario estudiar la otra variable a medir en el presente estudio: el espectáculo, el cual asume distintas conceptualizaciones por lo que acarrea complejidad cuando se le ubica en el periodismo, además, es un término poco abordado en el terreno de las comunicaciones.

Para Díaz et al. (2005) el espectáculo ha sido relacionado desde la Antigüedad con la representación de actos, de índole artística, más aún las inherentes al teatro, en síntesis, es lo referido a la puesta en escena de una representación.

Aunque Jorge Rivera (2004: 46-47) no menciona la aparición del espectáculo en el periodismo cultural, sí hace referencia al surgimiento de lo popular o del modismo en la prensa, lo cual hace suponer que se trata de los inicios del periodismo del espectáculo, el cual nace en Estados Unidos, cuya sociedad se caracteriza por el consumismo masivo de la prensa sensacionalista “y esencialmente distanciada de los perfiles culturales *altos* o *highbrow*, según la nomenclatura de los críticos estadounidenses. El tono periodístico, en apariencia, lo dan fundamentalmente los diarios diseñados por Pulitzer y Hearst y sus continuadores”.

Un aspecto a tomar en cuenta en el desarrollo del periodismo cultural es la irrupción de la *moda* en lo *cultural*; además, vale destacar que los conocimientos y el nacimiento de novedades del pensamiento han de someterse a dos importantes filtros: la divulgación y el modismo.

Rivera (2004) parte de lo expuesto por Umberto Eco (1986) en su texto *La estrategia de la ilusión* para recomendar que el periodismo cultural ha de sobrevivir y no quedarse estático frente a las modas, ya que para Eco, la cultura no debe ni reprimir ni controlar las modas que origina la misma cultura, esto es parte del proceso evolutivo de las distintas culturas.

Así, pues, es necesaria la renovación y el reajuste del periodismo cultural a las nuevas tendencias, las modernas sociedades y los cambiantes lectores; por ello resulta preciso el buscar relaciones, estrategias que entrelacen y fortalezcan las oportunidades que la moda genere en la cultura, porque como manifiesta Eco: “La moda cultural es el acné juvenil del proceso cultural”.

Por otra parte, Díaz et al. (2005: 77) citan a Eduardo Subirats (1998) en su libro *La cultura como espectáculo*, donde el espectáculo tiene la raíz etimológica *specere*, la cual se refiere a la contemplación humana, lo que le otorga su carácter de representación o de reduplicación de la realidad. En ese sentido Subirats agrega que el espectáculo se distingue por “las originales manifestaciones de genuina vida cultural que resultan suplantadas por productos artificiosamente fabricados”.

Bello et al. (1996: 157) también citan a Subirats, quien en su libro *Metamorfosis de la cultura moderna* (1991) describe cómo en Estados Unidos, país considerado como máximo exponente de la cultura mediática, lo común es la “cultura popular moderna” mejor conocida como la “cultura espectacular”, la cual es entendida por el autor como:

Un entretenimiento, como una distracción y por el consumo. De esta definición se desprende que la cultura, al igual que la política, es farándula. La posmodernidad es en gran parte farándula. Encontramos una serie de categorías que se desarrollan en una cultura mediática cuyas características son: lenguaje simple, carácter no reflexivo, fijación a un modelo publicitario del mensaje, mensajes rápidos, eficacia, carácter masivo, comercial.

Para conocer la definición de espectáculo que tienen los protagonistas del área en el diario Panorama, se entrevistó al editor del cuerpo Vida,

³ Entrevista realizada el 24 de febrero de 2010

Luis Aguirre, quien en sus casi 10 años como periodista se ha especializado en este tipo de fuente, a pesar de que en sus manos también se encuentra la función de organizar y publicar el contenido cultural. Así pues, según Aguirre⁴ el espectáculo es "una fuente mucho más *light* y no tan formal como la de cultura. Pudiera decir que es la más permisiva, incluso para desarrollar un estilo de escritura, que te permite jugar con la polémica y con los criterios".

En fin, Guanipa (2005) llama al espectáculo inmerso en el periodismo cultural como el fenómeno del tiempo libre en la industria cultural, o la mercantilización de la información, el cual se caracteriza por el manejo de la inmediatez fundamentada en la prevalencia de los "hechos como productos antes que procesos". Para efectos de esta investigación, la descripción de Guanipa sobre el espectáculo es la que más se ajusta para la observación y medición del diario Panorama.

Fundamento metodológico

Basándose en las definiciones de los tipos de investigación de Méndez (2007) el nivel de la investigación es descriptivo, ya que se pretende distinguir, clasificar y comparar dos variables: periodismo cultural y espectáculo; asimismo, medir el peso informativo. Luego de culminar el proceso de medición o registro, se procederá a analizar e interpretar los resultados obtenidos.

De igual forma, el presente trabajo de investigación adopta, según la consideración de las variables, un diseño de tipo descriptivo no experimental, pues no se manipulan las variables, sino que se ocupa de la caracterización del objeto o fenómeno en estudio, en otras palabras, describe lo que mide sin plantear hipótesis alguna.

Respecto a las técnicas de investigación, son utilizados la observación y el análisis de contenido cuantitativo de medios, particularmente la medición hemerográfica, la cual procura ocuparse de la morfología del periódico, que corresponde al peso informativo del periodismo cultural y de

espectáculo del diario Panorama. "El índice de peso informativo de un texto periodístico es una medida compuesta a partir de la evaluación de tres variables: ubicación en el ejemplar, ubicación en la página y valoración" (Méndez, 2007: 107).

La muestra a estudiar está compuesta por 12 ejemplares del diario Panorama publicados durante 2008. Estos ejemplares no fueron escogidos al azar, ya que se seleccionaron según el método de Jacques Kayser (1961: 39) para los estudios de prensa comparada, el cual consiste en seleccionar "12 números: uno por cada mes repartiendo estos periódicos entre los diferentes semanas del mes". De tal manera que las ediciones que forman la "semana compuesta" quedaron establecidas de la siguiente manera: primer lunes de enero (07-01-08), segundo martes de febrero (12-02-08), tercer miércoles de marzo (19-03-08), cuarto jueves de abril (24-04-08), quinto viernes de mayo (30-05-08), primer sábado de junio (07-06-08), segundo domingo de julio (13-07-08), tercer lunes de agosto (18-08-08), cuarto martes de septiembre (23-09-08), quinto miércoles de octubre (29-10-08), primer jueves de noviembre (06-11-08) y segundo viernes de diciembre (12-12-08).

Posteriormente, se utilizará la técnica de análisis de contenido para abordar el tratamiento informativo que el diario Panorama le da a las fuentes de periodismo cultural y espectáculo, individualmente.

El instrumento de medición es la ficha de observación de prensa basada en la guía que ofrece Méndez (2007: 103), donde se registra cada una de las unidades de medición o "caso", es decir, cada noticia, cada reportaje, llamado a página, entrevista u otro, por separado. Para medir la mancha se utilizará la unidad del centímetro cuadrado (cm²), el cual se obtiene multiplicando el ancho por el alto en centímetros (Méndez, 2007).

De cada una de las manchas de páginas se seleccionan todos los casos correspondientes al periodismo cultural y al espectáculo, cuyas características serán vaciadas en la ficha correspondiente. A su vez, se toman en cuenta los elementos que contribuyan a determinar el peso informativo, como los morfológicos (título, texto e ilustraciones o elementos gráficos).

⁴ Entrevista realizada el 24 de febrero de 2010

De igual manera, el tratamiento informativo de cada uno de los casos es registrado en la ficha. "El tratamiento se deduce del contenido del mensaje y constituye por eso mismo un tipo de análisis cualitativo" (Méndez, 2007).

Vale acotar que este estudio se trata de un análisis de información diaria, por ello se hizo caso omiso a las publicaciones especiales de índole cultural, por ende, se excluyen los suplementos y/o revistas dominicales. Entonces, se observará, registrará y analizará cada uno de los casos del cuerpo "Vida" del diario Panorama.

Resultados y análisis

Una vez empleado el instrumento se obtuvieron las cifras producto de la medición de 12 ejemplares distribuidos durante 2008. Los resultados cuantitativos indican el número neto de las apariciones de los casos correspondientes al periodismo cultural y el de espectáculos y sus distintas variables.

Vale mencionar que a partir de julio el diario Panorama publica su periódico rediseñado; allí es notable el cambio favorable; ejemplo de ello es la reducción del número de casos, el aumento del uso y tamaño de las fotos y los casos, menos utilización de texto y más utilización de espacios en blanco, lo cual permite una lectura más fluida y menos pesada.

A continuación se presentan algunos de los resultados cuantitativos más importantes mediante tablas:

Tabla N° 1: Porcentaje ocupado por las áreas periodísticas

Área					
	Periodismo Cultural	Espectáculo	Publicidad (Cultural)	Otra (Política)	Subtotal
Subtotal (f)	132	122	19	1	274
TOTAL (%)	48	44	6	1	100%

Fuente: María Gabriela Zambrano M. (2010)

Con la primera tabla se busca medir el porcentaje exacto de cada una de las áreas periodísticas utilizadas por el diario Panorama, es decir,

mediante este instrumento se calcula el peso informativo tanto del periodismo cultural como del espectáculo.

En total se obtuvieron 274 casos y tal como se evidencia en la tabla número uno, según la frecuencia (f) llevada al porcentaje, es el periodismo cultural el que tiene un poco más de peso informativo con un 48 por ciento, mientras que el espectáculo recibe el 44%. Un 6% corresponde a la publicidad exclusivamente relacionada con la cultura.

Se registró un solo caso de otra área, en esta ocasión clasificada como "Política", por tratarse de la manifestación de la postura política de varios artistas quienes se mostraron a favor del entonces candidato a la Casa Blanca, Barack Obama.

A partir de estos resultados se deduce que, comparando el peso informativo entre el espectáculo y el periodismo cultural, es este último al que Panorama le da más prioridad en cuanto al número de casos culturales publicados. Sin embargo, vale resaltar que la diferencia entre una y otra área es tan sólo de cuatro puntos, lo cual demuestra que mantienen un margen de diferencia mínimo y reducido, por lo cual es posible afirmar que no existe una desigualdad explícita.

Tabla N° 2: Ubicación de los casos en el ejemplar

Área	Ubicación en el ejemplar							
	Interna par	Interna impar	Última C.	1era C.	1era	Última	P. Enf	Subtotal
Periodismo cultural	67	24	24	23	13	0	0	151
Espectáculo	29	38	24	20	11	0	0	122
Política	0	0	0	1	0	0	0	1
Total (f)	96	62	48	44	24	0	0	274

Fuente: María Gabriela Zambrano M. (2010)

Para establecer cómo es el tratamiento informativo producto del peso informativo, que el medio impreso hace tanto del periodismo cultural como del espectáculo, es preciso conocer cuál es la tendencia en la ubicación de las dos variables medidas en el presente estudio, porque según lo establecido en las reglas del diseño periodístico, el valor de la noticia depende, entre otras causas,

del lugar de ubicación dentro del diario.

Por tanto, debido a los resultados de la tabla número tres se determina que aparecieron 38 casos de espectáculo ubicado en la página impar, mientras que el periodismo cultural reportó una evidente minoría con 24 casos, lo cual establece que Panorama le da más valor al espectáculo que al periodismo cultural.

En cuanto a la ubicación en primera página del cuerpo Vida, donde se presenta la mayoría de los casos de las dos variables estudiadas, el periodismo cultural obtuvo 23 casos y el espectáculo 20, lo que denota que el periodismo cultural tuvo más importancia, aunque la diferencia entre ambos es mínima. Vale acotar que, casi siempre, el cuerpo Vida abre con reportajes de diferentes temáticas que no tienen relación inmediata con la cultura o el espectáculo, tales son los casos de estética, ocio o astrología, por lo que no se tomaron en cuenta para el fin del presente estudio.

Tabla N° 3: Frecuencia del género periodístico según el área

Área	Género periodístico		
	Informativo	Interpretativo	Opinativo
Periodismo cultural	141	8	2
Espectáculo	120	2	0
Política	1	0	0
Total (f)	262	10	2

Fuente: María Gabriela Zambrano M. (2010)

También se aplicó un conteo de los tipos de géneros periodísticos en los cuales son clasificados los casos. Así se dividió en los tres géneros generales para clasificar un caso: informativo, interpretativo y opinativo, para conocer el tipo de periodismo que hace Panorama en cuanto a las áreas estudiadas.

Según la frecuencia (f) dada en la tabla número tres la inmensa mayoría de los casos, tanto del periodismo cultural como del espectáculo, son informativos. El hecho de que el periodismo en Panorama se limite sólo a informar da prueba del ejercicio periodístico limitado al simple elemento noticioso, no va más allá de decir de datos.

Esto se refuerza a través del número de casos de otros géneros, ya que de 274 casos tan sólo 10 son interpretativos de la cultura, la mayoría son críticas cinematográficas, limitadas a realizar críticas de películas comerciales norteamericanas, lo que no contribuye con la promoción, educación y el reconocimiento del cine de autor o culto, o del cine hispano, latino y venezolano.

También, se registraron dos artículos ubicados en la página de opinión; de estos dos casos, uno trata sobre el segundo velorio, manifestación cultural de la etnia wayuu; en el otro caso se opina acerca de la relación del futuro de las artes y las tecnologías. En síntesis, la presencia del arte y la cultura en el mundo de la opinión es casi nula.

Tabla N° 4: Lugar donde ocurre el hecho

Área	Lugar del hecho		
	Internacional	Local	Nacional
Periodismo cultural	71	58	22
Espectáculo	93	3	26
Política	1	0	0
Total (f)	165	61	48

Fuente: María Gabriela Zambrano M. (2010)

Resulta imprescindible conocer el lugar donde se desarrolla el caso, ya que en el periodismo se recomienda informar primeramente sobre los hechos de alcance regional, luego nacional y por último los internacionales. El lector promedio prefiere conocer lo que pasa en su localidad, esto es producto del interés por cercanía al suceso, lo que tendrá más incidencia en su cotidianidad.

Tal como se observa en la tabla, Panorama opta por hacer un periodismo cultural internacional, es decir, casi la mitad de los casos culturales son hechos acontecidos fuera de Venezuela; vale decir que según los registros estos 71 casos "internacionales" son en su mayoría desarrollados en Estados Unidos. Luego, se ubican los hechos "locales" con un total de 58 casos, lo cual indica que Panorama le da más importancia a la cultura regional que a la "nacional", ya que esta última cuenta tan sólo con 22 casos.

Una vez observados los resultados anteriores se puede deducir que el periodismo cultural de Panorama depende de los hechos registrados en el exterior, a su vez que hace caso omiso a la cultura regional, por tanto, no enriquece el campo de la cultura en el Zulia.

De igual manera, el espectáculo muestra una excesiva publicación de notas calificadas como "internacionales", es decir, de 122 casos, 93 son hechos extranjeros. Como en el periodismo cultural, en el área del espectáculo la mayoría son casos estadounidenses, seguidos por los mexicanos, lugares donde el espectáculo o "la prensa rosa" suelen ser muy comunes.

Seguidamente, en el espectáculo se registraron 26 casos "nacionales", después se ubican tres casos como "locales", por ello se puede asumir que el periodismo de espectáculo ejercido en el diario Panorama responde a una repetición de casos internacionales, es pues un periodismo enajenado, transculturizado. También, en segundo lugar se encuentra el espectáculo nacional, cuya mayoría proviene de los medios caraqueños influenciados, a su vez, por los del extranjero. En síntesis, el espectáculo regional es casi nulo.

Tabla N° 5: Temas manejados en los casos

Área	Tema									
	Vida priv.	Música	Cine	Televisión	Otro	Literatura	Artes plás.	Moda	Danza	Teatro
Periodismo cul.	1	55	60	1	9	11	7	0	6	5
Espectáculo	69	10	4	24	8	0	0	7	0	0
Política	0	0	0	0	1	0	0	0	0	0
Total (f)	70	65	64	25	18	11	7	7	6	5

Fuente: María Gabriela Zambrano M. (2010)

Dentro de las áreas aquí estudiadas se derivan varias temáticas que son necesarias para la revisión del contenido que se maneja tanto en el periodismo cultural como del espectáculo y así determinar el tratamiento informativo que Panorama hace.

Como se observa en la tabla número cinco, en el área del periodismo cultural es el tema del cine el más emblemático, con un total de 60 casos; se demuestra así que el periodismo de la cultura de Panorama responde mayoritariamente a la promoción del cine comercial estadounidense, el cual es considerado el arte más consumido, debido al dominio de las carteleras cinematográficas sometidas por empresas de tendencia comercial-norteamericana. Esto evidencia el apoyo insuficiente de Panorama hacia el cine venezolano y el zuliano.

En segundo lugar, con 55 casos se ubica el área de la música como una de las más tratadas por el periodismo cultural. En esta temática se suele manejar la música anglosajona. Luego, se encuentra el tema de la literatura con 11 casos, de los cuales se evidencian las notas publicadas en la columna "Letras en blanco", donde se suele hablar de libros venezolanos y latinoamericanos.

Bajo la categoría de "otro" se cuentan 11 casos del periodismo cultural que consisten en exposiciones de fotografía y hechos de las academias culturales-artísticas. Como las áreas a las que Panorama les concede menos valor se encuentran las artes plásticas, danza y teatro, consideradas las artes más importantes del consumo cultural mundial y que brindan una educación mayor. Con base en estos resultados se determina que Panorama hace una valoración escasa de las actividades artísticas plásticas y escénicas del Zulia.

En el área del espectáculo, más de la mitad de los casos registrados, específicamente 69, corresponden al tema "vida privada", es decir, que en el espectáculo la predilección es a publicar hechos referidos a la privacidad de los artistas o figuras públicas. Son entonces los rumores de divorcios, relaciones personales, querellas judiciales y tiempo libre de los artistas o personalidades sujetas a la opinión pública debido a la prensa.

Los 53 casos restantes se reparten entre las áreas de televisión (23 casos), sobre todo se manejan noticias vinculadas a las telenovelas latinas y venezolanas; también se habla de música (10 casos) y moda (7 casos). En suma, los temas de espectáculo publicados durante 2008 por Pano-

rama pueden ser considerados como rumores de "ocio" y "tiempo libre".

Tabla N° 6: Clasificación de las artes

Área	Tipo de arte			
	Ninguno	Bellas artes	Artes populares	Ambas
Periodismo cultural	3	95	45	8
Espectáculo	122	0	0	0
Política	1	0	0	0
Total (f)	126	95	45	8

Fuente: María Gabriela Zambrano M. (2010)

Para conocer el tipo de arte que aborda Panorama en el periodismo cultural y del espectáculo es necesario registrar la frecuencia de los casos en las casillas correspondientes, según las definiciones mencionadas con anterioridad en el presente estudio. Por ello, se clasifican los 274 casos en: "ninguno", respecto a aquellos hechos que carecen de cualquier tipo de arte; "bellas artes", donde se publican informaciones de los distintos temas artísticos de alta producción intelectual clásicos, modernos o postmodernos como la música, la plástica, el teatro, la danza y el cine.

También están las categorías de las "artes populares" como las relativas a las que tratan informaciones de tradiciones autóctonas de los pueblos y el llamado arte pop de la cultura de masas; por último, se encuentra la categoría de "ambas", en la cual se encuentran los casos cuyo contenido sea tanto de las bellas artes como de las artes populares; es este el considerado como la conciliación de las corrientes y, por tanto, una de las posibles características del periodismo cultural ideal.

Según lo observado en la tabla número 6, en el periodismo cultural la mayor parte de los casos se clasifican en la casilla de "bellas artes" con un total de 95 casos, lo cual hace constar que Panorama no concede espacio a las artes populares, pues estas obtuvieron tan sólo 45 casos, lo que la deja en desventaja con las culturas pop frente a los perfiles *high*. En cuanto a la clasificación de

"ambas" sólo se contaron ocho casos, lo cual indica que el periodismo cultural del medio no busca la armonía entre las corrientes artísticas.

Antagónicamente a los resultados obtenidos en el periodismo cultural, el área del espectáculo evidencia la ausencia y el despegue total con las corrientes culturales-artísticas. Así, los 122 casos totales del espectáculo se ubican en la categoría de "ninguno", lo que constata que el periodismo cultural y el espectáculo son dos áreas diferentes, de contenido y propósito desiguales.

Consideraciones finales

Una vez concluido el estudio teórico, la medición hemerográfica, el análisis de resultados y las entrevistas sobre la presencia del periodismo cultural y del espectáculo en el diario Panorama de Venezuela se está en posición de intentar precisiones y postulados que sean útiles para el ejercicio de un periodismo cultural, que promueva un tejido social benefactor, ciudadano y democrático.

Se ha determinado que al intentar dilucidar el concepto de periodismo cultural resulta ser un campo complejo de abordar y definir, debido al área que maneja: la cultura, ya que esta suele ser tratada desde distintos puntos de vista, lo cual origina multiplicidad de significados que impiden el consenso entre autores y estudiosos del tema. Aún así, gracias a las distintas definiciones encontradas a lo largo del estudio se puede asumir un concepto de lo que implica el periodismo cultural: es una especialización periodística compleja que informa sobre los temas de artes y letras, de la cultura popular y de los campos temáticos que de ellas se deriven, con el fin de educar y promocionar las diversas manifestaciones artísticas-culturales del ser humano.

En cuanto al espectáculo, por carecer de estudios, reconocimiento y separación del periodismo de cultura, resulta aún mucho más arduo ubicarlo. Sin embargo, debido a la revisión teórica, la medición hemerográfica y los testimonios de los periodistas entrevistados, se puede concluir que el espectáculo es una especialización periodística no formal, que implica la publicación meramente informativa, basada en el rumor y la controversia

de temas superficiales, tales como la vida privada de personajes y personalidades sujetos a la opinión pública, la televisión, la música, la estética y el ocio.

Según los resultados obtenidos en el estudio, la presencia de las dos áreas analizadas es casi igual, aunque la cultura pareciera tener más espacio, es decir, el periodismo cultural obtuvo un 48%, mientras que el espectáculo representa el 44% de los casos, por ende, la diferencia es de tan sólo cuatro puntos, lo cual hace suponer que durante 2008 el peso informativo de Panorama, en cuanto a estas dos especializaciones, es casi equilibrado; esto quizá es debido a la no-delimitación de las áreas.

Con base en los resultados obtenidos, se establece que en Panorama existe el periodismo de espectáculo y reconocen que es un área paralela al periodismo cultural. Sin embargo, estas dos especializaciones carecen de separación o demarcación, ya que son colocadas en un mismo cuerpo y relacionadas constantemente debido al diseño y distribución en la página.

Lo descrito anteriormente trae como consecuencia que se puedan confundir las dos áreas y, por ende, creer que se trata de una sola especialización, lo cual desvaloriza y desacredita el valor del periodismo cultural.

Sumado a ello, se concluye que la presencia del espectáculo en Panorama responde a los intereses mercantilistas del medio, el cual induce a sus periodistas un modelo antiético al generar rumor, carente de responsabilidad social, educación y promoción de los valores culturales y artísticos de la región.

También es preciso establecer que el tipo de periodismo de espectáculo de Panorama apuesta a la superficialidad de los hechos, a la vez que valora la acción controversial del sujeto de quien se habla en el caso. Según los registros, la función principal del espectáculo es entretener, lo cual corrobora que el periodista de espectáculo es la antítesis del constructor de símbolos educativos, pues opta por resaltar la condición pasiva y consumista de superficialidades del lector.

Vale destacar que el tratamiento informativo del espectáculo en el diario Panorama puede

verse influenciado por su línea editorial; ejemplo de ello es que en mayo de 2008 se registró una publicación de la columna no fija denominada: "¡Qué fuerte", dedicada a chismes o rumores locales; llama la atención que es escrito por el editor del cuerpo Vida, quien también está encargado de la organización y presencia de la información perteneciente al terreno de lo cultural. Esa línea editorial no delimita entre cultura y espectáculo, el diario es "al mismo tiempo cultura y espectáculo".

Desde otra perspectiva, también en Panorama se considera que existe un periodismo cultural que se ha ido incrementando debido al surgimiento y renovación de los movimientos artísticos culturales. Según este criterio, hay una presencia significativa de espacios que mientras mantengan activas sus funciones es el deber del periódico promocionar y cubrir los eventos que allí se realicen.

A partir de la evaluación del peso informativo se determina que no existen criterios claros para asignar la distribución de espacios del cuerpo Vida, aunque casi siempre es el espectáculo el que ocupa los cuadrantes con más relevancia y el periodismo cultural suele estar colocado en lugares cuyos nombres o clasificaciones no corresponden con el contenido del caso, lo cual origina más imprecisión y que sea confundido con el espectáculo o viceversa.

En el espectáculo es común encontrar que la mayoría de sus casos sean meros hechos informativos, lo que también se observa en la cultura. En cambio, el periodismo cultural ideal ha de poseer un contenido educativo, interpretativo y hasta opinativo. No obstante, la especialización cultural de Panorama se limita a informar, no trasciende más allá del hecho, ni educa sobre las corrientes artísticas, sus relaciones y novedades, es pues un periodismo restringido.

De igual manera, se puede calificar como un periodismo cultural excluyente, ya que la mayoría de los casos publicados responden al campo de las bellas artes, haciendo caso omiso a las culturas populares y a los puntos de encuentro entre las naturalezas artístico-culturales, que enaltecen las manifestaciones autóctonas de los pueblos del Zulia y Venezuela.

Es así como tanto en el periodismo cultural como en el de espectáculo, en la mayoría de los casos, son publicados notas y temas internacionales obtenidos de agencias extranjeras, lo cual permite concluir que hay un desinterés hacia los hechos regionales y la promoción de corrientes artísticas y manifestaciones culturales de Zulia. Por ello, se pueden calificar estos dos tipos de periodismo de Panorama como transculturizados y que incitan en los lectores al altercentrismo, entendido esto como el favoritismo al "otro social", en vez de optar por el "nos social" (Mato, 1994). Alexis Blanco considera este ejemplo de periodismo como tercermundista al comprarle noticias superficiales a las agencias periodísticas extranjeras.

La importancia de una presencia mayoritaria y significativa del periodismo cultural en la prensa zuliana radica en que, gracias a la influencia que los medios de comunicación impresos ejercen en la formación y transformación de la región, es posible construir ciudadanía a partir de su educación y exaltación de los valores culturales. Es pues con el periodismo de cultura que se puede conseguir impacto en un consumo cultural favorable del lector. De esa manera, gracias a la promoción diaria que se hace en la prensa, se puede conseguir una presencia masiva del público en las presentaciones de teatro y en otras actividades.

La fuente espectáculo está hoy día presente en diversos medios, pero le corresponde ocupar un lugar aparte, propio y no confundirse con el espacio o lugar que se destina para el periodismo cultural. Son campos separados. Cada uno tiene sus características y juega un rol diferente. El periodismo cultural está llamado a exaltar valores, a reconocer identidades locales, regionales y autónomas, difundir y promover las actividades culturales y elevar la autoestima ciudadana, en la medida en que muestre las potencialidades y capacidades de la comunidad.

La noción que reduce el periodismo de espectáculo al rumor, la banalidad y el culto a la invasión de la vida privada genera y siembra antivalores; quizá sea útil para promover la mentalidad consumista, pero irrelevante e insuficiente si se piensa en la responsabilidad social que se le asigna al

periodismo y la comunicación en el complejo mundo actual.

Se requiere, entonces, repensar con atrevimiento el periodismo de espectáculo que se hace para criticarlo y transformarlo.

En lo que corresponde al periodismo cultural todavía se está esperando que se le conceda el espacio que le corresponde para promover democracia y ciudadanía, cumplir la noble e indispensable labor de informar y para democratizar el pensamiento, la palabra, la imagen y el gesto.

Referencias bibliográficas

- Bello, J. Gondella, I. & Quiaro, E. (1994). Periodismo cultural diario entre la modernidad y la posmodernidad en busca de la definición perdida. Caracas, Venezuela: Colección Canícula.
- Bisbal, M. (2001). De cultura, comunicación y consumo cultural. Una misma perspectiva de análisis. Recuperado el 18 de noviembre de 2008, disponible en <http://www.ehu.es/zer/zer10/bisbal2.html>
- Cuenca, H. (1961). Imagen literaria del periodismo. Caracas: Cultura Venezolana.
- Díaz, L.; Murillo, M.; & Oromi, L. (2005). Periodismo cultural y farándula en la prensa chilena actual: los casos de los diarios Las Últimas Noticias y La Cuarta. Tesis de pregrado publicada. Universidad de Playa Ancha, Chile.
- Flores, E.; Sayago, E. (2006). Tratamiento de la fuente cultural en los diarios La Verdad y Panorama. Tesis de pregrado no publicada. Universidad del Zulia, Venezuela.
- Garavito, F. (1991). El octavo pasajero. Conferencia publicada en: Periodismo y Cultura. pp. 43-48. Bogotá, Colombia
- Guanipa, M. (2005). La información cultural: ¿del periodismo humanístico al reino del tiempo libre?, *Extramuros*, 8, 23, (pp. 75-93). Recuperado el 18 noviembre de 2008, disponible en http://www2.scielo.org.ve/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1316-74802005000200006&lng=es&nrm=iso.
- Kayser, J. (1961). El Periódico. Estudios de morfología de metodología y de prensa comparada. Quito, Ecuador: Ciespal.

- Mato, D. (1994). Teoría y política de la construcción de identidades y diferencias en América Latina y el Caribe. Caracas, Venezuela: UNESCO.
- Méndez, A. (2007). Metodología y técnicas de investigación aplicadas a la comunicación. Maracaibo, Venezuela: Colección Textos Universitarios de la Universidad del Zulia.
- Muñoz, G. (1991). ¿Información cultural o discurso informativo en la cultura? Bogotá, Colombia, Conferencia publicada en: Periodismo Cultural en los países del Convenio Andrés Bello. pp. 75-80.
- Pineda, A. (1994). 100 años de periodismo en el Zulia. Maracaibo: Serbiluz, Universidad del Zulia.
- Rivera, J. (2003). El periodismo cultural. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Rodríguez, H. (1991). Cultura en los medios de comunicación: reto, posibilidad, necesidad y urgencia. Bogotá, Colombia, Conferencia publicada en: Periodismo Cultural en los países del Convenio Andrés Bello.

