Universidad del Salvador

Facultad de Ciencias de la Educación y de la Comunicación Social Periodismo

Alumna: María Cecilia Morbidelli Seminario de Investigación Periodística Cátedra: Prof. Dr.Daniel A. Sinópoli

Tesina

La crítica de espectáculos

Contrastes entre deontología y práctica en los medios gráficos Clarín y La Nación



Música: el cierre del encuentro con artistas de Porto

La sorpresa del Oscar

El film, uno de los estrenos de pasado mañana, aspira a tres importantes premios de la Academia después de haber sido ignorado por los estudios de Hollywood



Diciembre 2001

<u>Índice</u>

Introducción		na 1
Desarrollo		na 3
Primera Parte		
La importancia de la (Crítica de Espectáculos Págin	a 4
• Capítulo I El ho	mbre frente a la industria cultural Página	a 5
• Capítulo II La f	ormación del receptor Págin	a 8
• Capítulo III La	importancia de los periodistas Página	a 10
• Capítulo IV La	ética periodística y	
los principios a	leontológicos de la profesión Págino	a 13
• Capítulo V La c	rítica Página	a 21
Segunda Parte		
El tratamiento de las c	ríticas en Clarín y La Nación Página	25
• Capítulo I Análi	sis comparativo entre ambos medios Página	26
• Capítulo II Aná	isis de casos	38
Tercera Parte	USAL UNIVERSIDAD	
Posibles soluciones	DEL.SALVADOR	a 70
• Capítulo I		ı 71
• Capítulo II		81
Conclusión	Página	91
Anexo	Página	93
Bibliografía		97

Introducción

USAL UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Introducción

A lo largo de esta tesina intentaremos, mediante la observación participante como método, analizar las actuales características de la crítica especializada en los suplementos de espectáculos de los diarios de mayor difusión de nuestro país, como son Clarín y La Nación.

La observación participante es un método que consiste en la descripción de los casos seleccionados, desde el campo de la sospecha, es decir, desde las suposiciones (las cuales nos permitirán acercarnos o alejarnos de nuestra hipótesis) De esta forma, analizaremos los elementos, en este caso las críticas de los suplementos de espectáculos de los diarios Clarín y La Nación durante julio y agosto de 2000.

A partir de los datos determinados por el análisis anterior, contrastaremos los aspectos deontológicos de la profesión periodística (señalados en la primera parte de nuestra tesina) con su aplicación en la práctica (analizados en la segunda parte del trabajo).

Posteriormente, para complementar nuestro estudio, recrearemos parte del material analizado para brindar las posibles soluciones de los diferentes casos y así comprobar nuestra hipótesis:

Es posible realizar críticas de espectáculos manteniendo los principios deontológicos de la profesión periodística.



USAL UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Primera Parte La importancia de la Crítica de Espectáculos

Según el diccionario, ESPECTÁCULO es una función o diversión pública, lo que se ofrece a la vista o a la contemplación intelectual.

Desde el teatro griego, pasando por el circo romano y la comedia francesa, hasta las superproducciones hollywoodenses de hoy, los espectáculos han servido fundamentalmente, para entretener al público. La tecnología también ha contribuido con el show: aporta efectos que logran mayor espectacularización y rompe las barreras de tiempo y espacio, generando más atención en los públicos.

Pero más allá de la diversión que generan, es importante que los receptores comprendan las obras, para poder disfrutarlas e involucrarse en ellas y no ser solamente simples espectadores. Porque hoy, la industria del entretenimiento ocupa un gran lugar en la vida cotidiana, lo que influye inevitablemente en las conductas humanas.

USAL UNIVERSIDAD DEL SALVADOR

Capítulo I

El hombre frente a la industria cultural

Antes de referirnos a la industria cultural, necesitamos definir el término sociedad de *masas*, ya que es en ella y por ella que se desarrolla esta industria. Daniel Sinópoli en su libro "Opinión pública y consumos culturales" explica el surgimiento de la multitud: "En los episodios de la Primera Guerra Mundial puede diagnosticarse un fenómeno reiterado durante la historia de la humanidad: la confrontación de clases (...) El final de la contienda descubre un ingente número de campesinos y obreros que ha perdido gran parte de sus pertenencias y debe emigrar a las grandes ciudades para reinsertarse en el incipiente circuito industrializado del trabajo y la producción

Este gran conglomerado había intentado autoabastecerse, aunque las nuevas reglas del juego instituidas por la Revolución Industrial a fines del siglo anterior obligaron a abandonar sus labores rurales o artesanales e integrarse en los crecientes centros urbanos.

Para algunos estudiosos del fenómeno, el surgimiento de capas emergentes en las ciudades importantes se remonta hasta los tiempos en que la burguesía adueñada del poder económico, logra controlar las decisiones políticas. Se trata de movimientos populares espontáneos, desorganizados, que comienzan a ser temidos y, posteriormente, aplacados por el trabajo excesivo.

La multitud – también sociedad de masas – se estructura gradualmente como una entidad fija, heterogénea, sobre la que los medios masivos actúan como elementos de cohesión, intentando mantener el orden institucional establecido".

¹ Sinópoli, Daniel. Opinión pública y consumos culturales. Editorial Docencia, Buenos Aires, 1997.

Según De Fleur y Ball- Rokeach² en esta nueva sociedad, los individuos están en una situación de aislamiento psicológico frente a los demás, la impersonalidad permanece en su interacción con los otros, y son relativamente libres de las exigencias planteadas por obligaciones sociales e informales vinculantes.

"Con las nuevas técnicas, aumenta la cultura de la mayoría y disminuye la de la minoría – aclara Sinópoli – El romanticismo decimónico, basado en el rescate sobredimensionado de la naturaleza como contrarrespuesta a la disciplina clasicista, había logrado acercar el arte a la lectura popular y había separado a los artistas del mecenazgo elitista y sus críticas.

Empezaba a consolidarse, por fin la voz espontánea de la muchedumbre, causa y consecuencia a la vez del discurso secular de la industria de la comunicación y la cultura".

Dentro de ese contexto, y como consecuencia de la serialización, estandarización, división del trabajo y el consumo de masas surge la industria cultural: actividades productivas y comerciales guiadas por una estrategia de rentabilidad económica que, según el contexto político y socioeconómico en el cual se desenvuelve, podría integrarse también a estrategias de tipo social y de servicio público.

Octavio Getino³ señala los rubros que componen las industrias culturales:

- Complejo editorial: industria del libro, industrias de publicaciones periódicas (diarios, revistas y fascículos)
- Complejo sonoro: industria fonográfica, radio.
- Complejo audiovisual: medios televisuales (televisión de circuito abierto, televisión de circuito cerrado o cable), medios videográficos, video home (empresas productoras, distribuidoras y

² De Fleur y Ball- Rokeach en Sinópoli, Daniel. *Opinión pública y consumos culturales*. Editorial Docencia, Buenos Aires, 1997.

³ Getino, Octavio Las industrias culturales en la Argentina, Dimensión económica y políticas públicas, Ediciones Colihue, Buenos Aires, 1995.

de alquiler de equipos de grabación y reproducción de video, y videocasetes), industria cinematográfica, industria publicitaria).

A partir de este cambio cultural, cambian las conductas del emisor y del receptor, que se ven inmersos en una nueva cultura, la cultura de masas.

Umberto Eco⁴, plantea el problema central de la doble postura ante la cultura de masas: la de los apocalípticos que ven en ella la "anticultura", el signo de una caída irreparable, y la de los integrados, que creen con optimismo que estamos viviendo una magnífica generalización del ámbito cultural.

"La defensa de los mass media tendría numerosos títulos de validez, si no pecase casi siempre de cierto 'liberalismo cultural'. Se da por descontado el convencimiento de que la circulación libre e intensa delos diversos productos culturales de masa, dado que ofrece sin duda aspectos positivos, es en sí naturalmente buena ... Raramente se tiene en cuenta el hecho de que, dado que la cultura de masas en su mayor parte es producida por grupos de poder económico con el fin de obtener beneficios, permanece sometida a todas las leyes económicas que regulan la fabricación, la distribución y el consumo de los demás productos industriales.

Por otro lado, el error de los apocalíptico-aristocráticos consiste en pensar que la cultura de masas es radicalmente mala precisamente porque es un hecho industrial, y que hoy es posible proporcionar cultura que se sustraiga al condicionamiento cultural".

Pero ante esta divergencia, y con un buen juicio Eco señala que el problema está mal enfocado: "No hay que plantearse si la cultura de masas es buena o mala, hay que pensar que desde el momento en que la presente situación de una sociedad industrial convierte en ineliminable aquel tipo de relación comunicativa conocida como conjunto de los medios de masa, hay que preguntarse ¿qué acción cultural es posible para hacer que estos medios de masa puedan ser vehículo de valores culturales?

⁴ Eco, Umberto. Apocalipticos e Integrados. Editorial Tusquets, Barcelona 1995.

Capítulo II

La formación del receptor

"La estructura de nuestro conocimiento ya no se adquiere en la escuela, de una manera ordenada y programada, sino a través de los medios de comunicación"

Miguel de Moragas Spá⁵

A partir de esta nueva realidad, los medios de comunicación tienen la enorme responsabilidad de la formación de los receptores, que si bien es una consecuencia que siempre pesaba sobre ellos, en la actualidad se agiganta si consideramos que el resto de las instituciones formativas, debido a esta nueva sociedad, poco a poco va perdiendo sus influencias.

El principal problema es que la creatividad humana es moldeada por patrones sencillos y accesibles, se estereotipan los argumentos y las imágenes. Todo esto pretende ante todo facilitar una interpretación cómoda y reconfortante de una realidad que a menudo se presenta amenazadora, compleja, ambigua y contradictoria. Tanto el cine como la televisión se presentan como los grandes imperios de la simplificación y del estereotipo. Lo son porque, en cuanto industrias del espectáculo, pretenden facilitar la tarea del espectador.

"De este sistema, los que trabajan en él suministran explicaciones y justificaciones en clave tecnológica: el mercado de masas impone estandarización y organización: los gustos del público y sus necesidades imponen estereotipos y baja calidad. Y, sin embargo, precisamente en este círculo de manipulación y necesidad que se deriva de él, la unidad del sistema se estrecha cada vez más. La racionalidad técnica, hoy, es la racionalidad del propio dominio.

La estratificación de los productos culturales según su calidad estética o su compromiso es perfectamente funcional a la lógica de todo el sistema productivo:

⁵ Moragas Spá, Manuel. Teorias de la comunicación, Editorial GG Mass Media, México 1991.