



Universidad
Zaragoza

Trabajo Fin de Grado

El tratamiento de la cultura en la radio. Análisis del caso de los informativos de las principales emisoras españolas

The treatment of culture on the radio. Analysis of the case of the news programs of the main Spanish radio stations

Autora

Aurora Isabel Martínez Sanz

Director

Javier de Sola Pueyo

Facultad de Filosofía y Letras

2020

Resumen: El presente estudio analiza la presencia de la cultura dentro del informativo del mediodía dentro de la radio generalista española. Para ello se ha seleccionado la cobertura periodística desarrollada entre el 24 de enero, fecha previa al inicio de la gala de los premios Goya y el 11 de febrero de 2020, fecha posterior a la gala de los premios Oscar. La investigación se ha servido del análisis de contenido cuantitativo y del análisis de contenido cualitativo para conocer las diferencias y similitudes de la cobertura de las cuatro emisoras principales del país; *Cadena SER*, *Onda Cero*, *COPE* y *Radio Nacional de España*. De esta forma se han atendido aspectos formales, de contenido y relacionados con el lenguaje radiofónico. De la investigación se desprende que la cobertura cultural en los informativos del mediodía de las principales emisoras nacionales es escasa y que no se le confiere ni el tiempo ni la relevancia suficiente. Además, se ha comprobado que existe una cierta homogenización en el planteamiento de los informativos de las emisoras analizadas, con algunas excepciones en el caso de *Radio Nacional de España*.

Palabras clave: cultura, radio, informativos mediodía, análisis de contenido, lenguaje radiofónico.

Abstract: The following study analyses the presence of culture during daytime news on the Spanish Radio. For this purpose, it has been selected as base study, the media coverage developed between January 24th, the previous date of the Goya Awards Ceremony, and February 11th 2020, the subsequent date of Oscar Awards Ceremony. The present research has used quantitative content analysis and qualitative content analysis to find out the differences and similarities in the coverage of the four main radio stations in the country; *Cadena SER*, *Onda Cero*, *COPE* and *Radio Nacional de España*. In this way, formal aspects, content aspects and aspects related to radio language have been addressed. The investigation shows that the cultural coverage of the main national radio stations is scarce and it is not given enough time nor relevance. In addition, it has been verified that there is a certain homogenization in the approach of the analysed daytime news, with some exceptions in the case of *Radio Nacional de España*.

Keywords: culture, radio, daytime news, content analysis, radio language.

ÍNDICE

1. INTRODUCCIÓN.....	3
2. LA CULTURA Y SU IMPACTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ESTADO DE LA CUESTIÓN	6
3. METODOLOGÍA.....	12
4 RESULTADOS	16
4.1. Descripción general de la cobertura.....	16
4.1.1. Aspectos formales	16
4.1.2 Contenido de la cobertura cultural	20
4.1.3 La utilización de los elementos del lenguaje radiofónico en las piezas culturales.....	24
4.2 La cobertura según cada emisora.....	26
4.2.1 Aspectos formales	26
4.2.2. Contenido de la cobertura cultural	31
4.2.3 La utilización de los elementos del lenguaje radiofónico en las piezas culturales.....	46
5. CONCLUSIONES	53
6. ANEXOS	58
6.1 Código de análisis.....	58
7. BIBLIOGRAFÍA	69

1. INTRODUCCIÓN

El filósofo Johan Huizinga sostenía que si deseamos preservar la cultura debemos continuar creándola. A esta frase sería conveniente añadir que también debemos continuar informando sobre la misma. Si no tenemos en cuenta la importancia de la cultura dentro de la sociedad actual estamos condenándola al ostracismo informativo. Porque, tal y como apuntaba Gabriel García Márquez, hoy en día aquello que no se comunica no existe. Esto hace que nos preguntemos lo siguiente ¿provocaremos la desaparición de un ámbito vital para el ser humano mediante la insistencia en su omisión? Según Grijelmo (2012) “silencio y ausencia suelen resultar palabras sinónimas. La ausencia es a menudo omisión: alguien decide que algo no ocurra, o no ofrece los datos necesarios para que algo se comprenda” (Cap. 1 *La paradoja del silencio*).

La radio, como medio de comunicación, debe insistir en su preservación, ofreciendo a la ciudadanía contenido de calidad sobre diversos temas culturales de una manera polivalente. Acercar la cultura a los oyentes debería ser un objetivo *sine qua non*, también de los programas informativos radiofónicos. Sin embargo, es precisamente esa ausencia o falta de interés por la cultura en el ámbito informativo lo que abordaremos a continuación. En este sentido, Rodríguez (2017) anotaba lo siguiente:

Frente a esta presencia cada vez mayor de la información cultural en los medios informativos escritos, se aprecia, sin embargo, un déficit de contenidos culturales en los programas informativos y en la programación de los medios audiovisuales, sobre todo en la televisión. (p. 22)

Esto nos lleva a plantearnos cual es la cobertura cultural que realizan, más concretamente, los servicios informativos de las emisoras generalistas españolas. Al fin y a la postre, ¿se informa suficiente sobre cultura? Y, en el caso de que así sea, ¿a qué ámbitos culturales pertenecen dichas informaciones? ¿Se informa con la suficiente frecuencia? ¿Cuánto tiempo se le dedica a cada una de las piezas culturales?

La hipótesis de la que parte el presente Trabajo de Fin de Grado es la siguiente: la cobertura cultural en los informativos del mediodía de las principales emisoras nacionales es francamente

escasa. Sobre esta idea algunos autores como Rodríguez (2017) han reflexionado en profundidad y llegado a la conclusión de que existe una falta de riesgo a la hora de tratar la información cultural. También apunta que se desechan muchas informaciones por el propio conformismo de los informadores, quienes no se molestan en buscar el respaldo de las personas relacionadas directamente con la cultura. No acuden a las propias fuentes ni a los públicos que consumen esa cultura. No obstante, quizás lo más preocupante sea que, en su opinión, las fórmulas empleadas en los medios de comunicación para informar sobre la cultura están “al borde del desgaste” (p. 23). Conformismo o no, la cultura parece quedar relegada a un segundo plano. La segunda hipótesis que planteamos es precisamente que la cultura no tiene una presencia adecuada, concretamente, dentro de los informativos radiofónicos ni en duración ni en posición informativa.

Rodero (2005) señalaba que “la radio busca crear imágenes, estimular los sentidos, generar emociones” (p. 136). Unos propósitos que no parecen ajustarse al concepto informativo general más afín a la pulcritud descriptiva. Recordemos que los informativos radiofónicos se definen como “aquellos espacios cuyo objetivo principal es la información de hechos, noticias y comentarios. Se prima la instantaneidad de los acontecimientos de interés público y el principio de pluralismo, de manera que queden reflejados los diferentes puntos de vista significativos” (Moreno, 2015, p. 25). No obstante, el interés por plasmar objetivamente los acontecimientos no debería ser sinónimo de escasez expresiva.

Pero, por desgracia, percibimos que no hay una correcta utilización de las posibilidades expresivas de la radio dentro de los informativos del mediodía. Consideramos que existe una relajación en la utilización de los diferentes géneros radiofónicos, se busca el acomodo en la noticia pura sin ir más allá. Asimismo, se percibe un abandono de los elementos del lenguaje radiofónico como los efectos sonoros. En este sentido, Rodero (2005) incidía en que la escasez creativa no solo se percibe en el contenido sino también en las propias fórmulas de presentación, porque, según la autora, se prima más esa información actual que no requiere de una gran complejidad para ser presentada. Vinculaba precisamente la sencillez con lo económico para explicar por qué se recurre tanto a la información en directo (p. 134).

En relación con las dos hipótesis anteriormente expuestas, la presente investigación se plantea los siguientes objetivos: en primer lugar y de manera genérica, analizar el informativo del mediodía de 14,00 a 15,00 de *Cadena SER*, *Onda Cero*, *COPE* y *Radio Nacional de España*

para averiguar si, efectivamente, la cobertura cultural es lo suficientemente adecuada en volumen y en contenido o si, por el contrario, existe una carencia en este sentido. En segundo lugar, establecer si hay diferencias significativas entre las emisoras en cuanto al tratamiento de la cobertura cultural. El tercer objetivo consiste en averiguar si la utilización de las posibilidades expresivas es la adecuada en las diferentes piezas culturales.

El estudio está compuesto por cinco apartados. El primero es la introducción que se encuentra leyendo y con la que pretendemos acercar la realidad de la investigación al lector. El segundo apartado se basa en el estado de la cuestión pertinente para comprender de forma global el origen de la misma. En tercer lugar, encontramos la metodología de la investigación, la cual describe el proceso que se ha seguido para poder hacer la investigación realizable. El cuarto expone los resultados de la investigación; en primer lugar, aparecen los rasgos globales de la cobertura cultural, y, en segundo lugar, y de forma concreta, los resultados que se derivan del análisis por separado de los informativos de cada una de las emisoras. En último lugar, encontramos las conclusiones que actúan como cierre de los objetivos planteados y que confirman o desmienten las hipótesis planteadas en la presente introducción.

2. LA CULTURA Y SU IMPACTO EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN: ESTADO DE LA CUESTIÓN

Delgado (2011), en el marco de la Organización de Estados Iberoamericanos, advirtió lo siguiente: “La pérdida de la utopía cultural acompaña el abandono de las utopías sociales (empezando por el espacio público) y con ellas la calidad intelectual y la capacidad crítica de la sociedad”. La importancia de la preservación y el mantenimiento de la cultura como bien activo dentro de las sociedades resulta fundamental no solo a un nivel estético o hedónico, atribución con la que parece relacionarse este ámbito, sino para construir una ciudadanía responsable y con capacidad de raciocinio. Dicho de otro modo, sin cultura no existe una sociedad plena. Entonces, ¿a qué se debe su marginación?

Antes de introducirnos en esa cuestión, deberíamos plantearnos qué se entiende por cultura. Este término, en toda su magnitud, ha abarcado muy diversas definiciones a lo largo de los siglos. Según nos recuerda Villa (1998) este término tendría su origen en la Ilustración, y serviría como división entre aquellas personas que tenían un conocimiento más refinado o puro, aquellas que podían ser consideradas como cultas y las que no lo eran, es decir, las que no tenían la capacidad de entender o emprender un proyecto cultural (párrafo 4). Si avanzamos en la historia, nos encontraremos con una definición más antropológica del término, aquella que define la cultura como aquel “conjunto complejo que incluye el conocimiento, las creencias, las artes, la moral, las leyes, las costumbres y cualesquiera otras aptitudes y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” (Tylor, 1977, p. 19).

Tampoco podemos dejar de lado las ideas que sembraron los pensadores clásicos como Karl Marx, Max Weber o Emile Durkheim, quienes, como recuerda Rodríguez (2011), consideraban que la cultura era un proceso social. Este proceso social conllevaría el surgimiento de diferentes “tipos de sociedades, formas de pensar y estilos de vida” (párrafo 25). Desde una perspectiva más sociológica, se concibe, por tanto, la cultura como un “proceso constitutivo de “culturas” específicas con un énfasis en la producción social material” (párrafo 26).

Sin embargo, todas las definiciones de cultura que se han dado a la largo de los siglos quedan tempranamente obsoletas o desactualizadas, porque tal y como señalaba Rodríguez (2017), su compleja definición se debe a ese cambio que lleva, podríamos decir inherente, la cultura. La sociedad cambia, la cultura también y, por ende, su conceptualización. Para este autor, la idea

más tradicional de cultura “está siendo sustituida, con la colaboración de los medios de comunicación de masas, sobre todo de los denominados audiovisuales, por un nuevo concepto más cercano a la diversión y al entretenimiento que a la gratificación intelectual y estética” (pp. 23-24). La cultura ya no aparece por tanto como ese ámbito que servía para nutrir y endiosar a los más cultos de las sociedades, como aquello inalcanzable con lo que se bendecía a literatos y demás artistas, sino que se concibe como un bien de consumo en todas las escalas. Se consumen bienes, se consume entretenimiento, también se consume cultura, pero ¿a qué precio?

Son precisamente los medios de comunicación los que se encargan de actuar como catalizadores para hacer llegar esa nueva concepción de la cultura. Aunque, según Tubau los medios no se limitan a ser meros divulgadores. En su obra *Teoría y práctica del periodismo cultural*, indica lo siguiente: “El periodismo es cultura: no sólo la transmite, también la crea y la produce. Los medios de comunicación de masas son incluso la cultura más característica y definitoria de nuestro tiempo” (Rodríguez, 2003, p. 50).

Por este motivo, en el afán no solo por cubrir una información tan necesaria para la sociedad, sino también de contribuir en la creación de la misma, parece lógico que surgiese la denominación de “periodismo cultural”. Una suerte de “cajón de sastre” cuyos límites han estado en constante ebullición. Quizás una de las más acertadas, aunque amplias, definiciones de periodismo cultural sea la del periodista argentino, Jorge Rivera (1995), que dice lo siguiente:

Es una zona compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las "bellas artes", "las bellas letras", las corrientes del pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental. (p. 19)

Esta compleja especialización del periodismo exige un gran conocimiento sobre diversos temas que integran lo que conocemos como cultura. Sin embargo, ha sido relegada a un segundo plano. Tal y como plasma Rodríguez (2017) en su obra *Oficios de lecturas, escritos de*

periodismo cultural, ha existido una suerte de tradición consistente en encargar a los profesionales más inexpertos, hoy más conocidos como “becarios”, la tarea de cubrir la información cultural, como si fuese algo que no revistiese gran importancia, una sección lo suficientemente “ligera” para permitirse un descuido (pp. 15-16). Bien es cierto que también se muestra optimista y afirma que la especialización cultural está cada vez más asentada y que se le concede un lugar destacado. Pero también que esto es así por diferentes motivos: por un lado, puede deberse a un auténtico compromiso del medio con la cultura, por otro lado, al renombre que puede otorgar a ese medio el hablar de temas culturales. En último lugar, también señala los “intereses comerciales a los que el medio esté vinculado” (p. 18).

Para Izquierdo (2014) la información cultural tiene una serie de misiones. Además de la informativa con el lanzamiento de las consabidas noticias relacionadas con este ámbito y la cobertura de los grandes eventos, también hay una función a la que ella denomina “mediadora”. En su opinión, la información cultural se convierte en un nexo de unión, en una suerte de punto de encuentro entre los artistas y el público que consume sus creaciones. Resulta gratificante pensar en ese papel de periódico, en esa sintonización de radio o en esa pantalla de televisión como el lugar en el que arte y ciudadanía se encuentran, un espacio seguro de retroalimentación. Pero quizás, la más importante es aquella que nos indica que la información cultural es una especie de brújula porque orienta a los ciudadanos gracias a las propuestas que se exponen. Los ciudadanos desean la cultura y es el periodismo el que los acerca a la misma (p. 1123).

Por ello, proveer de una información cultural de calidad es de sustancial importancia si queremos contribuir en el desarrollo de sociedades competentes y con capacidad de evolución: “Una correcta información cultural contiene casi siempre elementos educativos o pedagógicos que ayuden a la formación de los lectores” (Izquierdo, 2014, p. 1123). Informar y formar como parte del ejercicio periodístico. En último lugar, esta autora señala que la información cultural también se encarga de transmitir el legado, es decir, el patrimonio cultural. Divulgar el pasado para encarar el futuro.

Entonces, si tan fundamental es la información cultural y tan destacado, por tanto, el papel de este periodismo más especializado ¿por qué resulta tan complejo el maridaje entre cultura y medios de comunicación? Parte de la respuesta quizás la encontremos en el complejo panorama nacional a nivel económico y social. Una de las conclusiones a las que llegaba Enrique

Bustamante (2019) en el *Informe sobre el estado de la cultura en España 2019*, es que la cultura española continúa sufriendo los efectos de la crisis del 2008. Se encuentra en lo que los expertos han denominado como “década perdida”, es decir, un periodo de tiempo en que las parciales recuperaciones que se dan no son suficientes para sacar a la cultura del atolladero en el que se encuentra (pp. 21-22).

Algunos de los datos recogidos en este *Informe sobre el estado de la cultura en España 2019* son los siguientes: por un lado, se nos indica que la aportación de las actividades culturales al PIB tan solo representa (en los dos últimos ejercicios) un 2,5%. A esto le debemos sumar las actividades de propiedad intelectual que representan un 3,3%. Estos porcentajes nos indican que todavía existen tres décimas de pérdida con respecto al año del inicio de la crisis económica en España, el 2008. Por otro lado, encontramos que el empleo cultural todavía no ha recuperado estrictamente del nivel que gozaba en 2008, que contaba entonces con 706.300 puestos. Además, si observamos el último año del que tenemos estadísticas completas en materia cultural sobre gasto público, el 2016, observamos como este bajó de 1.075 millones de euros en 2008 a 663 en 2016, es decir, se han llevado a cabo más de un 38% en recortes culturales. Recortes del Estado aparte, esta difícil situación de la cultura española se ve agravada por el hecho de que los ciudadanos no gastan tanto como antes a nivel individual en cultura. Se ha bajado de 307 euros al año en 2016 a 288,6 euros en 2017 (Bustamante, 2019, pp. 22-23).

Por otro lado, si observamos el *Anuario de las artes escénicas, musicales y audiovisuales de 2019*, podemos ver cómo se acumulan descensos de actividad, consumo y facturación en las artes escénicas, en música (clásica, popular y grabada), en cine, en vídeo, en publicidad radiofónica y televisiva y en videojuegos, con respecto a los datos que existían en 2008 (Fundación SGAE, 2020). También es cierto que el último año analizado en este informe, 2018, refleja un crecimiento sostenido tanto de funciones, asistencia como de recaudación en los últimos cinco años. Incremento que no ha sido suficiente, todavía para alcanzar los niveles de hace una década. El balance continúa siendo negativo.

Además del impacto económico o de la actividad laboral relacionada con la cultura, atenderemos al impacto social. La Fundación Contemporánea (2020) realizó su encuesta anual y mostró los datos del año 2019, en esta analizaba las actividades culturales o artísticas más valoradas por su “momento actual de creación y repercusión internacional”. De esta se desprendía que los primeros puestos los ocupaban la gastronomía, la literatura, el diseño, la

moda, la fotografía y la arquitectura. Unos resultados que llaman la atención, puesto que exceptuando literatura y arquitectura (artes más tradicionales), el resto se englobarían en un concepto de "cultura" amplio y no en algo directamente relacionado con la creación artística como podrían ser cine, artes plásticas, teatro, música clásica y contemporánea, danza, música popular y videoarte. Todas ellas, en este orden, por debajo del puesto seis de esta encuesta. ¿Se está redefiniendo la cultura o malinterpretando la misma?

Entonces, ¿qué papel juegan los medios de comunicación tradicionales en la difusión de la cultura? Según el último estudio realizado por *Kantar Media* centrado en la presencia de la cultura, en el año 2017 se dieron 388.040 referencias al ámbito cultural entre las observadas en prensa, radio y TV. De los tres medios por excelencia, la prensa fue la más preocupada por la cultura, copando 90% de la información, mientras que televisión y radio tan solo acumulaban un 5% del contenido respectivamente. De estas apariciones los impactos de audiencia se tradujeron en 10.832.229. Nuevamente la prensa se colocó a la cabeza con un 84% de los impactos, la televisión con un 13% y la radio con tan solo un 3% (Kantar Media, 2017). ¿A qué se debe que haya tan poco impacto en la audiencia de radio? ¿Por qué este estudio de Kantar Media no incluye en sus conclusiones ningún aspecto reseñable relacionado con el medio radiofónico?

Prácticamente desde sus inicios, la radio, protagonista de esta investigación, se erigió como uno de los medios que lograba transmitir mayor credibilidad a sus oyentes. Ahora bien, para González (2006) los mensajes que se hacen llegar a través de la radio “intentan lograr la máxima efectividad y significación en el menor tiempo posible; ofreciendo, además, todas las armas persuasivas necesarias de atracción del oyente a un ritmo demasiado acelerado para el conocimiento consciente”. Es decir, puede que el mensaje llegue, pero que este no cale en el oyente. Si a esto le sumamos la falta de creatividad que experimenta la radio en los últimos años, tenemos la combinación perfecta para hacer que los mensajes trascendentales se pierdan en las ondas.

En concreto, el presente Trabajo de Fin de Grado profundizará en la información cultural que se emite dentro del informativo del mediodía, el cual, según Cebrián Herreros (2001), “se caracteriza por difundir un conjunto de noticias de actualidad que sirva de resumen de los hechos ocurridos a lo largo de las últimas horas y un adelanto de las previsiones informativas de las horas siguientes” (p. 464).

Según Rodero (2005) lo puramente informativo es lo que llena las parrillas de la radio española, lo que hace que muchos contenidos se ciñan a la actualidad. En su opinión, no solo los contenidos son los mismos, sino también el tratamiento informativo (p. 138). El corsé del informativo hace que marcar la diferencia en el tratamiento de la información sea un acto arriesgado. Pero no debemos olvidar que “la correcta utilización y combinación de los cuatro elementos analizados (palabra, música, efectos y silencios) determinará la eficacia del mensaje radiofónico” (Moreno, 2015, p. 65). De todos ellos.

En definitiva, informar sobre cultura en el año 2020 es un acto complejo, marcado por la confusión del público sobre el concepto de la misma; determinado por la caída en desgracia de la importancia del periodismo cultural; auspiciado por la escasa relevancia que tiene la cultura a nivel económico, político y social; acentuado por las pocas oportunidades que se concede a la radio para informar y más si es sobre estos temas; potenciado por unos ritmos radiofónicos excesivamente centrados en lo informativo. O, al menos, este es el escenario que han barajado muchos de los expertos a los que se ha referenciado. En los siguientes apartados de la presente investigación comprobaremos la exactitud del panorama planteado.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación pretende poner de manifiesto la escasa importancia que se confiere a la cultura dentro de los informativos radiofónicos de las principales emisoras españolas. La confirmación de esta hipótesis se ha podido llevar a cabo mediante un análisis de contenido, técnica que ha permitido “obtener unos datos a partir de los cuales fundamentar un estudio serio y riguroso a cerca de esa realidad” (Sánchez, 2005, p. 207). Para ello se han analizado todas las piezas relacionadas con la cultura emitidas entre el 24 de enero, fecha previa al inicio de la Gala de los Goya, y el 11 de febrero, fecha posterior a la finalización de la gala de los Oscar, en los informativos de mediodía de las cuatro emisoras de radio más escuchadas de España: *Cadena SER*, *Onda Cero*, *COPE* y *Radio Nacional de España*, de ahora en adelante *RNE*.

El primer criterio a la hora de seleccionar este periodo temporal ha sido la actualidad a la que estaban sujetas las fechas. Nos interesaba especialmente llevar a cabo una radiografía de la información cultural en España y una revisión de la cobertura de la misma para determinar su correcta o incorrecta aplicación en un periodo lo más cercano posible a la entrega del presente trabajo. Se ha considerado que este lapso de tiempo reunía los requisitos suficientes y necesarios como para hacer realizable la investigación por los siguientes motivos.

En primer lugar, dos eventos de gran relevancia marcaban tanto el inicio como el final de la misma. El inicial nos proporcionaba una perspectiva de la cobertura que se iba a efectuar a nivel nacional, y el segundo nos indicaba la relevancia que le otorgarían las diferentes emisoras desde una perspectiva internacional. A esto se le suma el hecho de que en el intervalo de estos periodos encontrábamos otras fechas señaladas y marcadas por otros eventos de carácter cultural de no tanta envergadura, pero que podían comportar un significativo estudio de los mismos. Entre estas fechas, y gracias al análisis realizado, podríamos observar la fluctuación en el abordaje informativo desde las máximas coberturas de estos eventos hasta las mínimas en aquellos días que no estaban señalados en el calendario cultural como destacables.

En cuanto a la selección del informativo del mediodía, esta se ha efectuado en base a que son los informativos que constituyen la referencia a nivel informativo. De esta forma se ha llevado

a cabo el análisis de 76 horas de radio, 4.560 minutos de: «Hora 14» de la *Cadena SER*, «Noticias Mediodía» de *Onda Cero*, «Mediodía COPE», y «14 Horas» de *RNE*¹.

Para alcanzar los objetivos anteriormente expuestos en el apartado de introducción, se ha considerado que la metodología más adecuada era la consistente en un análisis de contenido cuantitativo, según Krippendorff (1990) “una técnica de investigación destinada a formular, a partir de ciertos datos, inferencias reproducibles y válidas que puedan aplicarse a su contexto” (p. 28). Para Riffe et al. (1998) es “el examen sistemático y replicable de los símbolos de comunicación”. Pero dicho de una manera más sencilla, el análisis de contenido cuantitativo se basa en “la lectura (textual o visual) como instrumento de recogida de información, lectura que a diferencia de la lectura común debe realizarse siguiendo el método científico, es decir, debe ser, sistemática, objetiva, replicable, y válida” (Andreu, 2002, p. 2). Tal y como recalca Sánchez (2005) sobre la definición que antes mostrábamos de Riffe, a esos símbolos “se les han asignado valores numéricos conforme a reglas de medición válidas” (p. 212). Así los hacen cuantificables. Sánchez hace hincapié en la necesidad de fijar unas reglas previamente. En nuestro caso, esas reglas han consistido en la elaboración de un código de análisis en las que hemos realizado una categorización previa. Es decir, hemos realizado “la tarea mediante la cual clasificamos los elementos constitutivos de un conjunto por diferenciación a partir de criterios previamente establecidos” (Sánchez, 2005, p. 217). Este código de análisis se ha aplicado a todas las unidades detectadas.

Es importante recalcar que hemos considerado como unidad de análisis toda aquella “pieza cultural”, que hiciera referencia a alguno de los ámbitos de la cultura especificados a continuación: cine, artes plásticas, música, danza, literatura, teatro, otros y dos o más de los anteriores. Consideración tenida en cuenta independientemente de su duración o naturaleza. Así pues, hemos conseguido reunir un total de 167 piezas sumando el conjunto de unidades obtenidas de las cuatro emisoras nacionales analizadas. El código de análisis que ha permitido analizar cada una de ellas presentaba una categorización formal y de contenido.

Dentro de la categorización formal encontramos cuestiones relativas al número de unidad de análisis, a la fecha de emisión, a la emisora a la que pertenecía la pieza analizada, a la posición

¹ Resulta conveniente señalar que la duración de los informativos no ha sido igual en todos los casos, puesto que *RNE* cumplía con la hora entera de análisis mientras que las emisoras privadas dedicaban un tiempo concreto a las desconexiones territoriales que descontaban del total.

que ocupa dentro del informativo, a la duración de la pieza cultural y al género periodístico con el que se identifica la pieza radiofónica. Mientras que la categorización de contenido se basa en el ámbito cultural con el que se identifica la pieza radiofónica, el tema principal de la pieza, el origen geográfico de la misma, el origen noticioso, el contexto temporal en el que se emite, la presencia de testimonios o ideas de personajes relacionados directamente con el universo de la cultura, así como al ámbito al que pertenecen, la duración y el género que primaba en las voces de los mismos. En último lugar, se atendía al género del locutor que transmitía la información cultural. Respecto a la utilización de los diferentes elementos del lenguaje radiofónico encontrábamos los siguientes apartados; utilización de la música, finalidad de la misma, tipo de música, presencia o no de recursos sonoros y utilización de otro tipo de recursos sonoros de más difícil catalogación.

Además, para reforzar los resultados de la investigación se ha llevado a cabo un análisis de contenido cualitativo para profundizar en aquellos aspectos que considerábamos que podían revestir un especial interés como es la manera en la que se abordan tres fallecimientos destacados para el mundo de la cultura desde las diferentes emisoras. También se hacen apuntes sobre lo peculiar que resulta que la muerte del jugador de baloncesto, Kobe Bryant, cope buena parte de la información cultural relacionada con la gala de los premios Grammy. O cómo las dos únicas piezas, una de danza y otra de teatro, en todos los informativos analizados son noticia por su carácter más social y no cultural. Por último, se realiza una reflexión sobre la carencia de efectos sonoros y cómo la introducción de algunos de estos aporta un significado muy enriquecedor. Este tipo de análisis resulta de especial ayuda como recuerdan Schwartz y Jacobs (1984) en la siguiente reflexión sobre el análisis de contenido cualitativo:

Se inserta en la lógica de la comprensión, siendo un componente esencial la interpretación subjetiva, y por ello el lenguaje y los discursos: se trata de captar los motivos, los significados, las emociones, y otros aspectos subjetivos de las acciones e interacciones de los individuos y los grupos” (p. 21).

En definitiva, se ha llevado a cabo una técnica de triangulación metodológica según la categorización de Denzin (2003). Esta se produce “cuando se utilizan al menos dos técnicas de investigación (cuantitativa y cualitativa) o dos metodologías distintas con el propósito de

conocer y analizar un mismo objeto de la realidad social” (García y Berganza, 2005, p. 34). De esta manera, hemos conseguido reforzar la validez de los resultados.

4. RESULTADOS

4.1. Descripción general de la cobertura

Este apartado recoge la cobertura periodística que *Cadena SER*, *Onda Cero*, *COPE* y *RNE* efectuaron en el ámbito cultural desde los días 24 de enero de 2020, fecha previa al inicio de la gala de los Goya, al 11 de febrero de 2020, fecha posterior a la finalización de la gala de los Oscar, en el tramo del informativo de mediodía de 14,00 a 15,00 horas. Del análisis efectuado sobre 167 unidades se han obtenido los resultados que se detallarán en los siguientes epígrafes.

4.1.1. Aspectos formales

En primer lugar, debemos señalar que la atención por la cultura de la radio tiene un perfil, en general, homogéneo y de perfil bajo con tres excepciones, los días 26 de enero, 6 y 10 de febrero, fechas en las que la información aumenta significativamente. El día 24 de enero, fecha de inicio de nuestro análisis, la cobertura cultural de los informativos tan solo alcanza un 6,00% del total. Al día siguiente experimenta un ligero descenso hasta el 4,8%. Ahora bien, el día 26 de enero, fecha posterior a la gala de los Goya, vemos como las piezas aumentan significativamente, llegando a suponer un 9,6% del total. Al día siguiente, el 27 de enero hay un leve descenso hasta el 7,2%, algo que se debe a la cobertura esencialmente de la gala de los premios Grammy y al 75 aniversario de la liberación del campo de concentración de Auschwitz.

Después de estos días se percibe un claro estancamiento de la información cultural desde el día 31 de enero hasta el 4 de febrero. En este intervalo, el total de las piezas culturales representa tan solo un 3%. Bien es cierto que aparece un breve repunte el día 5 de febrero, hasta el 6,6%, coincidiendo con el fallecimiento del cineasta José Luis Cuerda, un suceso que las emisoras cubren en mayor o menor medida, tal y como veremos en apartados posteriores.

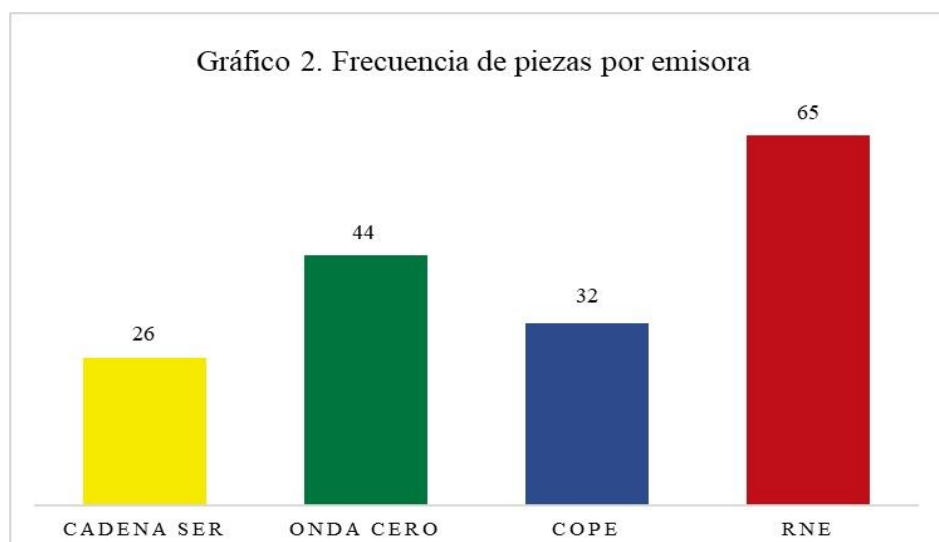
Aún mayor es la importancia que otorgan las emisoras al fallecimiento del actor Kirk Douglas el día 6 de febrero, puesto que en este día el porcentaje de las piezas emitidas representa un 9% del total. Tras estos datos, podemos destacar el pico en la cobertura que se da el día 10 de febrero, el cual representa el 12% de la cobertura total, el más elevado de todos los anteriormente expuestos. Tampoco es casualidad que coincida con la finalización de la gala de

los Oscar que se habían producido en la madrugada del 9 al 10 de febrero. Algo que contrasta radicalmente con el porcentaje que representa el 11 de febrero, en el que tan solo se da una cobertura cultural del 3,6%. Inferimos por tanto que una vez ha pasado un evento internacional de importancia, la cobertura cultural cae en picado puesto que ya no es vista como relevante.



Fuente: elaboración propia

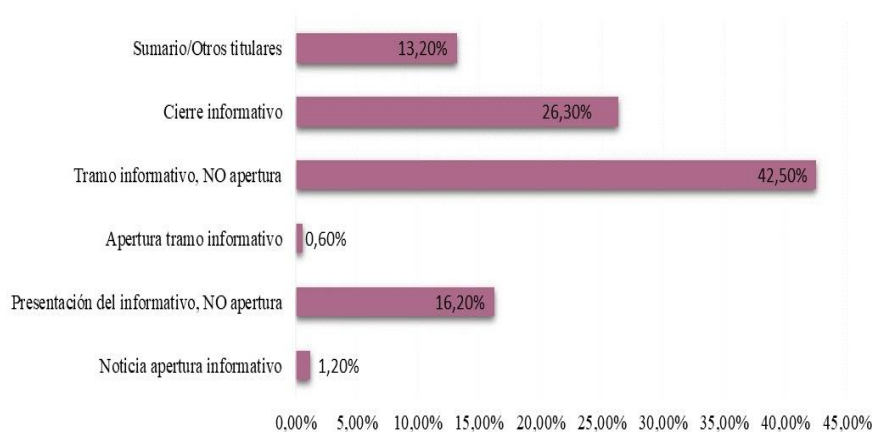
Como se puede apreciar en el Gráfico 2, el número de piezas culturales emitidas por cada emisora es desigual: *RNE* duplica a los informativos de la *SER*. De hecho, resulta reseñable que *RNE* aglutine el 38,9% del total de las piezas analizadas, convirtiéndose en la cadena que más piezas culturales emite. A esta le sigue *Onda Cero* con un 26,3%. En tercer lugar, aparece la cadena *COPE* con un 19,2%, un porcentaje significativamente inferior al de las otras dos cadenas. En último lugar *Cadena SER* tan solo representa un 15,6% del total.



Fuente: elaboración propia

No obstante, y con independencia de las emisoras, resulta muy interesante observar qué lugar se concede a la cultura dentro de la emisión. En tan solo el 1,2% de las ocasiones, una noticia cultural ha abierto el informativo, dejando este tramo tan significativo generalmente para cuestiones de carácter político y económico en su mayoría. No se considera, por tanto, en el grueso de los casos, que la cultura sea motivo de apertura del informativo. En la presentación del informativo, sin ser la noticia de apertura, la información cultural alcanza un 16,2%. Si bien es cierto que la información cultural forma parte del tramo informativo en un 42,5% de las ocasiones, también lo es que cierra el informativo en un 26,3% de las ocasiones, el segundo porcentaje más alto. El espacio que se dedica a la cultura en el sumario o aquellos titulares que no sean los de portada es de un 13,2%.

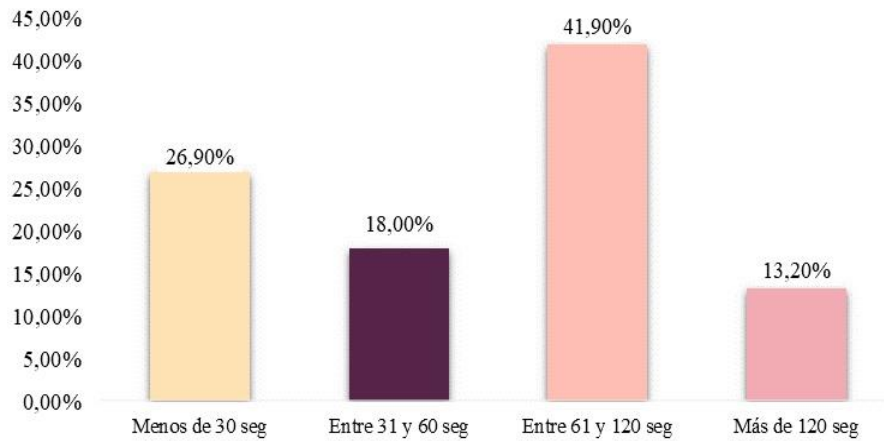
Gráfico 3. Posición de la cultura en el informativo



Fuente: elaboración propia

La duración de las piezas es un elemento muy significativo para medir la importancia que se le confiere a las mismas junto con la posición, el género periodístico, o la categoría cultural a la que pertenecen. Por este motivo, resulta preocupante que tan solo un 13,2% de las piezas analizadas tengan una duración mayor de 120 segundos. El grueso del tiempo que se dedica a la información cultural oscila entre los 61 y 120 segundos, con un 41,9% del total. Un tiempo bastante escaso si se quieren realizar piezas de mayor profundidad. En un 18% las piezas han tenido una duración de entre 31 y 60 segundos, y en un 26,9% las piezas no han superado los 30 segundos de duración.

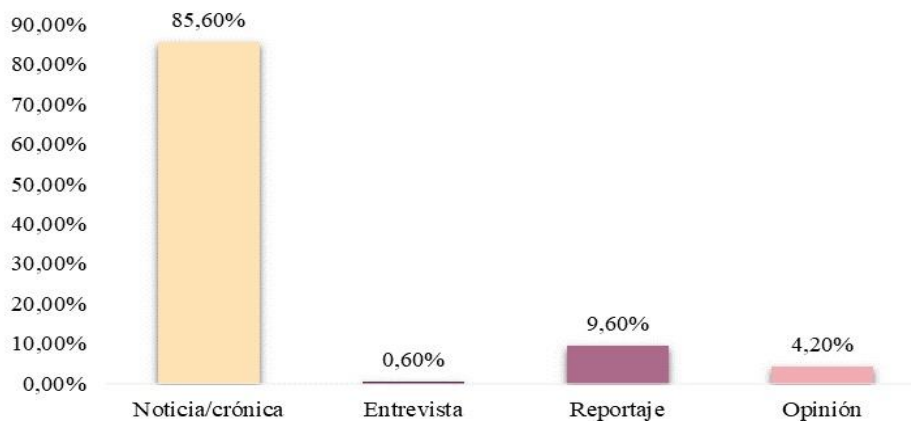
Gráfico 4. Duración de la pieza cultural (en porcentaje)



Fuente: elaboración propia

Otro aspecto en el que la cobertura ha sido significativamente desigual ha sido en el género periodístico que se empleaba para difundir esa información. Atendiendo a los géneros periodísticos empleados, observamos que la cobertura que la radio española hace en sus informativos es eminentemente informativa, puesto que la información ha sido trasladada al oyente a través de la crónica o de la noticia hasta en un 85,6% de las ocasiones. Por otra parte, otros géneros tan interesantes como las entrevistas figuran en una sola ocasión. En su mayoría, hemos percibido que este género se ha empleado en el informativo para cuestiones de mucha más duración y en absoluto relacionadas con el ámbito cultural. Por su parte, en las piezas culturales la opinión representa un 4,2% y el reportaje, un género que se presta a una mayor profundización, abarca un 9,6%.

Gráfico 5. Género periodístico de la pieza



Fuente: elaboración propia

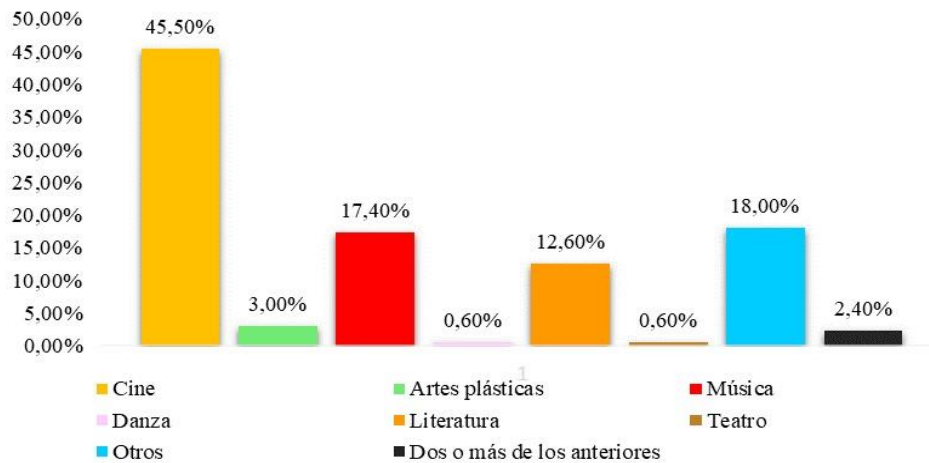
4.1.2 Contenido de la cobertura cultural

Una vez analizados los aspectos más formales, pasaremos a los de contenido. Quizás lo más preocupante sea la categoría cultural de las piezas emitidas. Es decir, a qué ámbito de la cultura pertenecen las informaciones recogidas. Según el estudio, en España, hablar de cultura es hablar casi exclusivamente de cine. Y, si bien el cine es fundamental dentro de la cultura, no deja resultar llamativo que represente un 45,5%, mientras que a la danza solo se le ha dedicado un único espacio dentro de la información. Desde un punto de vista cualitativo, podemos comprobar cómo a la danza se le ha dado un solo espacio y no precisamente por la importancia del evento del que se informa, el baile de debutantes de la Ópera de Viena, sino por el hecho extraordinario de que iban a ser dos mujeres las que harían pareja por primera vez en la historia, en lugar de ser hombre y mujer como marcaba la tradición. La locutora habla de “innovación” en ámbitos conservadores.

Algo bastante similar sucede con el teatro. Tan solo una pieza se centraba en este tipo de arte escénica y el tema que trataba tenía un trasfondo social; la representación de la obra shakespeariana, *El rey Lear*, a cargo de la compañía *Números Imaginarios*. Esta compañía trabajó con personas con alzhéimer para convertirlos en los protagonistas de la obra, una bonita iniciativa que se destaca por esa labor más humanitaria. Parece que el teatro o la danza no se colocan en la parrilla si no hay algún agravante social. El arte por el hecho de ser arte, en estos dos ámbitos culturales, no es suficiente motivo como para que se informe de ello.

Dentro de la parrilla, el segundo ámbito más abordado ha sido el de la música (17,4%) y el tercero, cuestiones relacionadas con literatura (12,6%). Otra de las opciones, eran las artes plásticas, dentro de las cuales se aglutinan la pintura, la escultura y la arquitectura, no obstante, no encontramos ninguna pieza que haga referencia a la arquitectura. Las artes plásticas también se han dejado de lado puesto que solo representan un 3% de la información cultural. En la categoría “Otros” se han agrupado todas aquellas piezas que no podían encajarse dentro de los anteriores parámetros. A esta clasificación corresponden un 18% del total de piezas analizadas. Por último, aquellas piezas que hacían referencia a dos o más categorías culturales de las mencionadas anteriormente han representado el 2,4% del total.

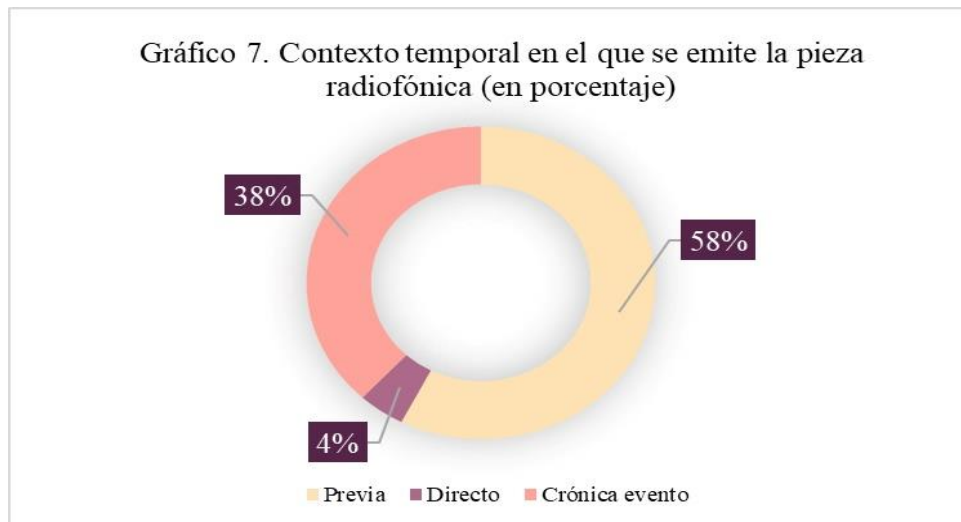
Gráfico 6. Categoría cultural principal de la pieza (en porcentaje)



Fuente: elaboración propia

Respecto al origen geográfico de las piezas radiofónicas encontramos unos resultados bastante equiparables. El 50,9% de las piezas analizadas se centraban en el ámbito nacional, mientras que el 49,1% correspondían al ámbito internacional. Y si hablamos, ya no del origen geográfico sino del informativo, los hechos noticiosos culturales han ganado la partida con un 32,9% del total. Las efemérides han supuesto un 10,2%. Y en la categoría de otros, aquellos de más difícil clasificación, aparecen un 2,4% de las piezas totales.

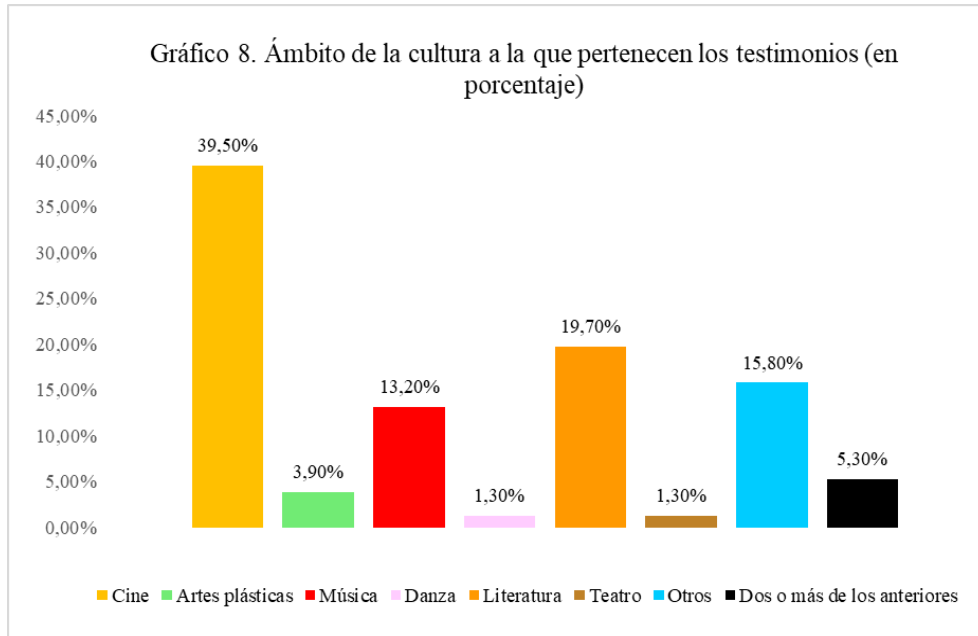
Sin embargo, nos detendremos en los eventos programados. Los de carácter nacional han constituido un 25,7% del total mientras que los eventos programados internacionales les superan por poco con un 28,7% del total. Pero su interés analítico va más allá puesto que su cobertura se ha llevado a cabo de diferentes maneras y resulta muy significativa. Atendiendo al contexto temporal en el que se emiten las piezas, en directo, desde el lugar de los hechos, en el preciso momento en el que el evento acontecía o pasados unos minutos tan solo encontramos un 4,3% de las piezas analizadas. Mientras que, pasado el evento en cuestión, a modo de crónica, el porcentaje asciende al 38%. No obstante, las emisoras han preferido por norma general, informar del evento programado a modo de previa, en un 57,6% de las ocasiones. Estos datos resultan interesantes porque evidencian cómo en muchas ocasiones se anuncia ese evento, pero no se cree conveniente informar de cómo ha ido, de esos detalles que reflejan que no solo se ha informado del evento por cumplir con el deber de ofrecer información cultural. Ese análisis a posteriori también es necesario.



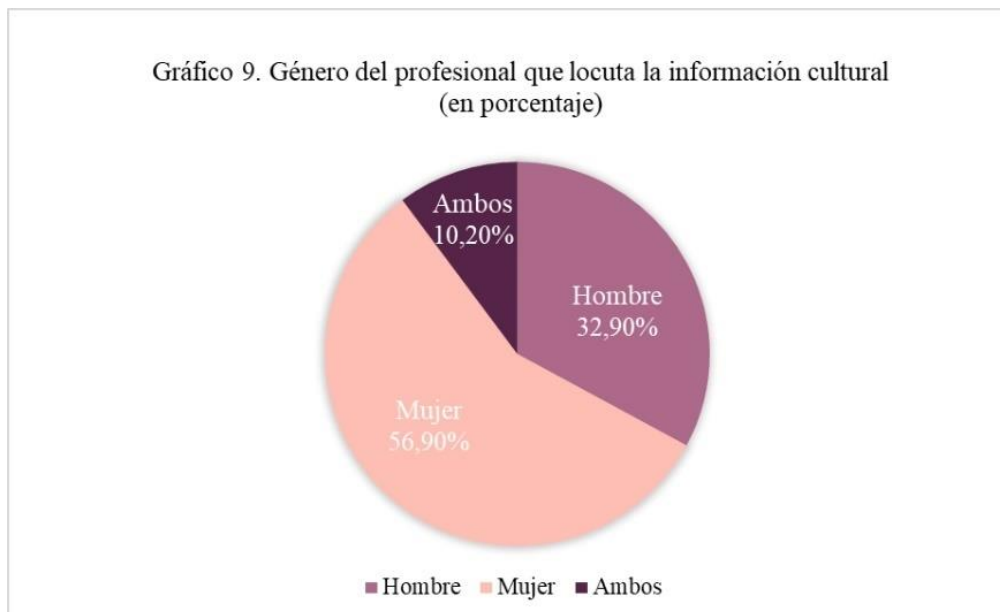
Fuente: elaboración propia

Por otro lado, en las piezas se han recogido en un 45,5% testimonios de personajes representativos del mundo de la cultura. Es decir, se ha dado valor a que voces expertas hablen del tema que trata la pieza cultural para complementar la información. Sin embargo, hasta en un 46,7% no se han incluido estos testimonios. El 7,8% restante hace referencia a otros testimonios que se han incluido pero que no están estrictamente relacionados con el universo de la cultura en su sentido más puro.

Pero ¿a qué ámbito de la cultura pertenecían estas voces? Al mundo del cine corresponden el 39,50% de los testimonios, el porcentaje más alto, algo que no es de extrañar puesto que la información sobre cine ha sido la más abundante. Le sigue el ámbito de la literatura con 19,70%. La música es el cuarto valor más alto con un 13,20%. En las artes plásticas el porcentaje es de 3,90%. En la pieza de danza y en la de teatro, 1,30% cada una, aunque resulta llamativo que se incluya también una voz representativa de cada ámbito. La categoría “otros” representa un 15,80% del total.



De los testimonios recogidos hay una prevalencia de las voces masculinas, 56,6% sobre las femeninas, 39,5%. En tan solo un 3,9% existía un equilibrio entre géneros dentro de las piezas. Atendiendo a las voces también, si nos fijamos en el gráfico 9 que nos indica el género del profesional que locuta la información cultural, los datos son claros. En el 32,9% de las ocasiones son hombres los que llevan la voz cantante, mientras que en el 56,9% lo hacen las mujeres. En menor medida, un 10,2%, la información cultural se locuta a medias entre profesionales de ambos géneros.



Fuente: elaboración propia

4.1.3 La utilización de los elementos del lenguaje radiofónico en las piezas culturales

En cuanto a los diferentes elementos del lenguaje radiofónico, la música se emplea en un 82% de las piezas analizadas. Tan solo un 18% del total carecen de la misma y se hacen por tanto sobre vacío. En cualquier caso, la finalidad de la misma va variando. La función de acompañamiento la cumple en un 69,3% de los casos. Este dato viene a decirnos que respalda la narración por el hecho de reforzarla más que por que aporte algo significativo *per se*. La función expresiva o subjetiva, aquella que busca emocionar a través de la música, solo se percibe en un 8% de las piezas analizadas. La función ambiental o descriptiva, que se emplea para recrear el espacio del que se informa o para evocar un determinado contexto, la encontramos en un 18% de las piezas. Mientras que la función narrativa, ese empleo de la música como elemento estructurador del contenido, tan solo aparece en un 4,4% de los casos.



Fuente: elaboración propia

No obstante, al margen de las funciones que puedan tener unas u otras piezas hay una cuestión clave que radica en el tipo de música empleada. Resulta un tanto desalentador que la sintonía del programa se utilice en un 48,2% de las ocasiones, el porcentaje más alto de la clasificación. Porque esto significa que en todas esas ocasiones se ha perdido una gran oportunidad de aprovechar el potencial expresivo de este elemento del lenguaje radiofónico. La radio no son solo las palabras y más si hablamos de información cultural que se presta especialmente a remover esa parte más imaginativa de los oyentes. Por otra parte, en un 33,6% de los casos, la composición musical empleada estaba relacionada con el hecho noticioso, algo fundamental para trasladar al oyente a lo que estamos contando. En un 18,2% la composición musical

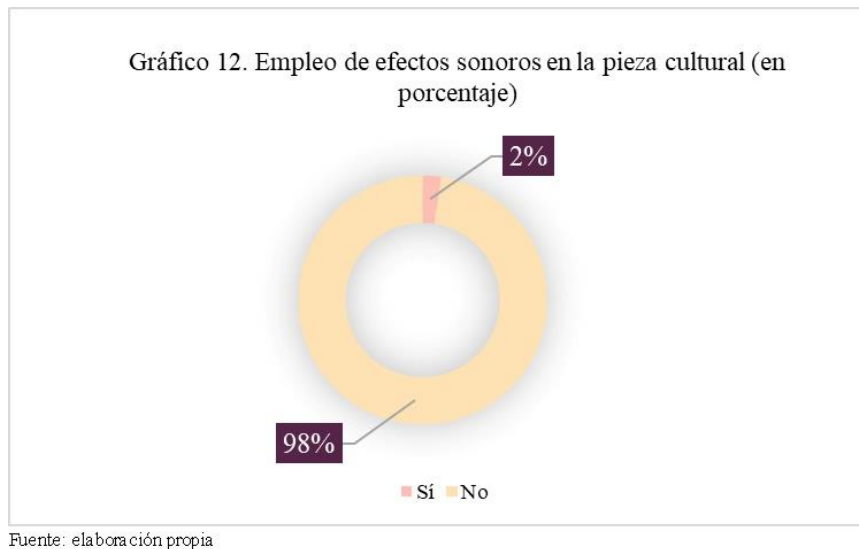
empleada no estaba relacionada con el hecho noticioso, pero aportaba, en cualquier caso, un valor añadido. Una aportación que, como decimos, con la utilización de la sintonía se ve mermado.



Fuente: elaboración propia

Otro de los elementos del lenguaje radiofónico analizado han sido los efectos sonoros. Los resultados son llamativos. Tan solo un 2,4%, es decir 4 piezas de las 167, han empleado efectos sonoros. No obstante, aunque los efectos sonoros no hayan abundado, por contra hemos podido percibir otro tipo de recursos sonoros más específicos hasta en un 19,8%. Aunque no es un porcentaje muy elevado sí que resulta interesante puesto que el 58,8% correspondían a fragmentos sonoros de películas; el 2,9% a fragmentos sonoros de series de televisión; el 5,9% a una batería de cortes que se tomaban a diferentes públicos interesados en un ámbito cultural concreto; otro 2,9% correspondía a fragmentos sonoros de ficciones radiofónicas; el 23,5% correspondía a la categoría “Otros”² y el 5,9% a dos o más de los anteriormente expuestos. A través de estos elementos se aporta más información al oyente de una forma diferente.

² Dentro de la categoría Otros hemos incluido aquellos recursos que no encajaban dentro de los anteriores y que esencialmente hacían referencia a ambientes de las diferentes galas estudiadas, en las que lo importante no era la persona que hablaba (puesto que podría haber sido cualquier otra), sino el propio sonido de lo que se estaba anunciando. En algunas ocasiones, las emisoras mezclaban varios de estos sonidos, haciendo difícil su clasificación



4.2 La cobertura según cada emisora

4.2.1 Aspectos formales

De todas las emisoras analizadas, *Cadena SER* y *COPE* han sido las emisoras que han ofrecido una información menos constante al oyente en materia de cultura. Tal y como podemos apreciar en el Gráfico 13, en el caso de la *Cadena SER*, esta inicia los primeros cuatro días de una manera estable, ofreciendo un 7,69% de información cultural, que, si bien no es mucho, se debe esencialmente a la cobertura de la gala de los premios Goya durante los dos primeros días, y a la gala de los premios Grammy, durante los otros dos restantes. Tras estos eventos el interés fue decreciendo y volviendo a crecer en una especie de ‘dientes de sierra’ bastante drásticos. Cabe destacar que la *Cadena SER* no dedica ningún tipo de espacio a la información cultural en 7 de los 19 días analizados³.

Durante los días 5 y 6 de febrero, dos fallecimientos copan la información cultural de la *Cadena SER*, que, curiosamente cifra alguno de sus porcentajes más altos en estos días con un 15,30% y un 11,54% respectivamente. Estos dos fallecimientos dejan huérfano al mundo del cine con la pérdida del cineasta José Luis Cuerda, y del actor y mito de Hollywood, Kirk Douglas, al día siguiente. En estos dos días, solo se habla de estos dos fallecimientos, no hay ningún otro tipo de información cultural.

³ Durante los días 1, 2, 8 y 9 (coincidiendo con el fin de semana), la *Cadena SER* omitió el informativo y empleó todo su tiempo en cubrir información deportiva sustituyéndola por el programa *Carrusel Deportivo*.

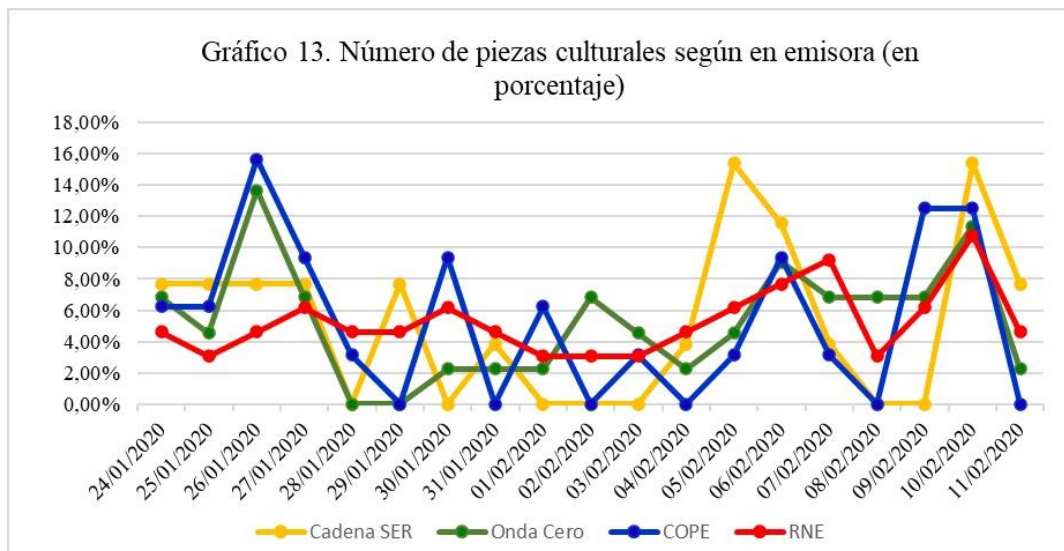
Tras estos trágicos sucesos, en el día 7 de febrero, *Cadena SER* no invierte más que un 3,85% en información cultural, porcentaje que se corresponde a una agenda del fin de semana. Un fin de semana en el que no habrá más que información deportiva. El motivo del repunte tras este periodo se debe esencialmente a la cobertura que hacen de la gala de los premios Oscar y a una pieza sobre el premio Seix Barral 2020. Por este motivo, el día 10 de febrero alcanzamos otro de los picos informativos, de nuevo con un 15,38% de información cultural.

Si observamos la tendencia de la cadena *COPE* veremos que esta es parecida a la de la *Cadena SER*. El pico informativo en este caso se ubica el día 26 de enero con un 15,63% de la información dedicada a la cultura. El motivo de este pico es que en este día se une por un lado, la crónica de cómo han ido los premios Goya y por otro lado, tanto el anuncio del 75 aniversario de la liberación del campo de concentración de Auschwitz como el anuncio de la inminente gala de los Grammy. Nuevamente los segundos datos más altos vuelven a figurar en los días 9 y 10 de febrero (12,50% en ambos casos) coincidiendo con la cobertura de los Oscar. La *COPE* no ofrece ningún tipo de información cultural los días 29 y 31 de enero ni el 2, 4, 8 y 11 de febrero.

Por su parte, *Onda Cero* ha sido un tanto más homogénea en la cobertura de la información cultural, si bien también tiene dos grandes vacíos culturales los días 28 y 29 de enero. Por lo demás, vemos que se repite bastante el esquema de las anteriores cadenas. Es decir, el pico informativo se ubica el día 26 de enero, debido nuevamente a esa cobertura de los Goya y a los anuncios de esos temas también repetidos: el anuncio del 75 aniversario de la liberación del campo de concentración de Auschwitz y el anuncio de la inminente gala de los Grammy. Tras esto decrece en picado y mantiene la apatía informativa durante los días 30, 31 y 1 al 2,27%. El segundo dato más alto, vuelve a coincidir con el 10 de febrero, una vez más, la cobertura de los Oscar es la culpable de ello. Y en este caso concreto, es muy reseñable cómo hay una caída casi absoluta el día 11 hasta el 2,27%. Es decir, una vez ha pasado o el anuncio de un evento cultural destacado o la cobertura de cómo ha ido dicho evento, la información cultural se ve muy mermada, es casi inexistente dentro del informativo.

En último lugar, nos detendremos en el análisis de la cobertura que ha realizado *RNE*, la cual ha sido, con diferencia, la más estable de las realizadas por el resto de emisoras. También es cierto que *RNE* representa el porcentaje más alto de piezas emitidas de forma absoluta, con un

38,9%, tal y como comentamos en anteriores apartados. Resulta llamativo, que, pese a ser la que más piezas a emitido, *RNE* haya dedicado, en proporción, menos tiempo en informar sobre la gala de los Goya en los días 25 y 26 de enero, con tan solo un 3,08% y un 4,62%. Y que también ese pico de información que presenta, pese a coincidir con la cobertura de los Oscar el día 10 de febrero, sea el más bajo de las cuatro cadenas analizadas con 10,77%. Es decir, da información cultural diariamente, tiene una mayor estabilidad, pero los tiempos dedicados a estos eventos en concreto son bastante menores al del resto de emisoras, que, cuando informan, lo hacen con más ahínco.

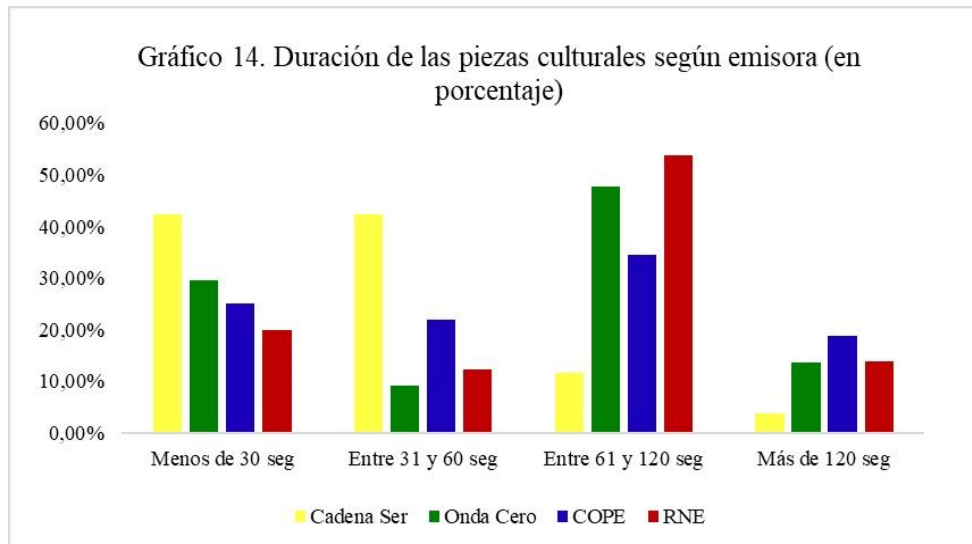


Fuente: elaboración propia

Si bien resulta muy interesante conocer el número de piezas que se han emitido de forma genérica, reuniendo los datos de las cuatro emisoras analizadas en cuestión, no podemos quedarnos únicamente con estos datos. Necesitamos conocer el tiempo concreto que dedica cada emisora a informar sobre cultura dentro de sus respectivos informativos. Como ya se ha comentado previamente, la cobertura cultural de las emisoras es desigual en el número de piezas publicadas. Además, esas diferencias también se aprecian en la duración de esas piezas.

En este sentido, si observamos el Gráfico 14, vemos cómo *RNE* ha sido la emisora que más segundos ha dedicado a hablar sobre temas culturales y de una forma más equilibrada. Pero pese a ser la cadena que más ha informado a nivel cultural en términos absolutos, *COPE* ha emitido más piezas culturales de más 120 segundos, 18,75%, frente al 13,85% de *RNE*. Por otra parte, resulta muy llamativo que el grueso de la información cultural que haya aportado *Cadena SER* a su informativo se base esencialmente en piezas de menos de 30 segundos o piezas de entre 31 y 60 segundos (42,31% en cada caso). Las piezas que tienen una duración superior a los 120 segundos, tan solo representan un 3,85%. Además, no podemos olvidar el

hecho de que, de todas las cadenas, *Cadena SER* es la emisora que menos piezas ha emitido, con un 15,6% del total, y que, por tanto, también son las que tienen una duración más corta. Mientras que *Onda Cero*, siendo la segunda cadena que en términos absolutos ha emitido más piezas, ha preferido primar las piezas de entre 61 y 120 segundos, las cuales representan un 47,73% dentro del informativo, el porcentaje más alto de esta cadena.



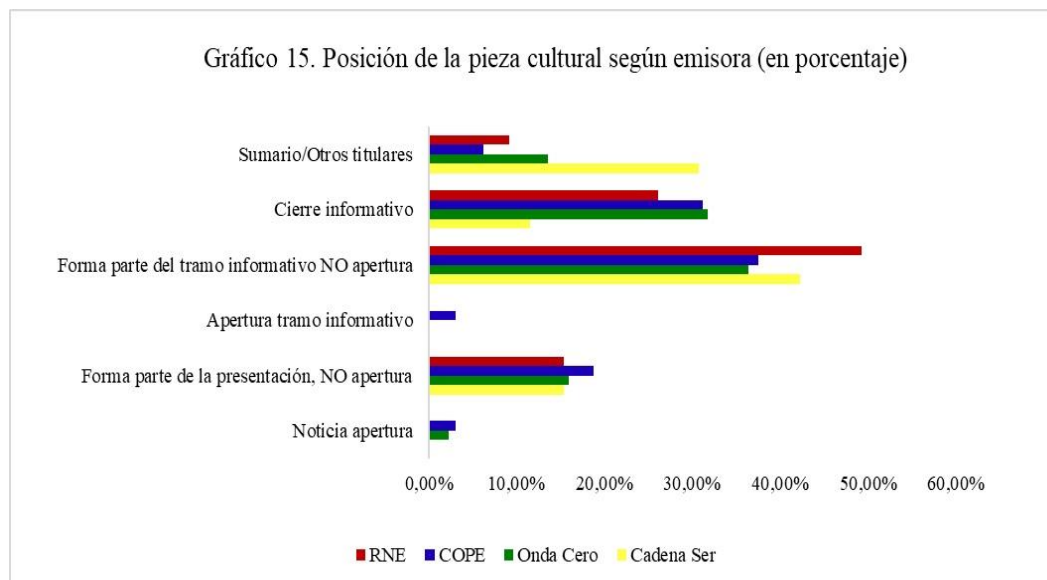
Fuente: elaboración propia

Una vez hemos analizado el tiempo que se dedica a las informaciones culturales y el número de piezas emitidas sobre este tema, tenemos que prestar atención a la posición que ocupa el tema en la escaleta del informativo puesto que también nos va a dar pistas sobre la relevancia que se le otorga a las piezas culturales desde cada emisora. La noticia de apertura del informativo, es, evidentemente, aquella más importante en el día, la que abre el gran bloque de información. Y, en este sentido, resulta muy reseñable que ninguna información cultural haya abierto el informativo de la *Cadena SER* ni de *RNE*, a pesar de que esta última ha hecho una cobertura homogénea y constante de noticias culturales. En el caso de *Onda Cero*, representa un 2,27% y en el de *COPE* un 3,13%.

El segundo paso en relevancia lo podríamos encontrar observando la presentación del informativo. Porque si bien no tiene porqué ser la primera noticia que se emita, sí podríamos encontrar algún tipo de información destacada dentro de la misma. En este sentido, *Cadena SER*, *RNE* y *Onda Cero* han dedicado un tiempo bastante similar, en torno al 15, 38% en las dos primeras y un 15,91% la tercera. *COPE* se despegó un poco más del resto con un 18,75%. Una vez se deja atrás la presentación de lo que se va a encontrar en el informativo, comienza la apertura del tramo informativo en sí, y es muy llamativo comprobar cómo tan solo la cadena *COPE* ha dedicado un 3,13% a esta ubicación dentro de la información cultural.

La información cultural más abundante la encontramos en la misma posición en las cuatro cadenas, es decir, dentro del tramo informativo: *RNE* (49,23%), *Cadena SER* (42,31%), *COPE* (37,50%) y *Onda Cero* (36,36%). Esto nos indica que la mayoría de emisoras prefieren ubicar la información cultural dentro del tramo informativo, pero no dándole un lugar protagónico.

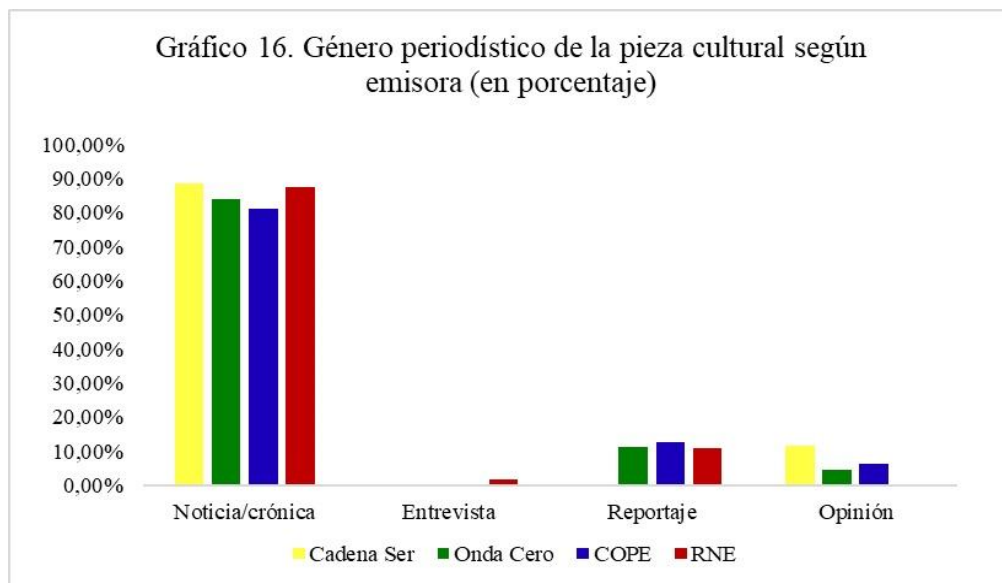
Generalmente, si pensamos en la estructura de un informativo convencional imaginamos que los temas culturales se ubican al final, para cerrar el informativo. Y, aunque en el caso analizado, no ha sido la posición que más prima, sí que ha arrojado unas cifras bastante altas. Las cadenas que más han empleado la información cultural como conclusión han sido *Onda Cero* con un 31,82% y *COPE* con un 31,25%. Por otra parte, existen unos titulares que no son los de portada o que hacen las veces de sumario y que tienen un carácter más breve. En este caso comprobamos cómo la *Cadena SER* ha sido la que más información cultural ha ubicado en este apartado con un 30,77%.



Fuente: elaboración propia

Respecto a cuáles han sido los géneros periodísticos que han dominado las informaciones culturales encontramos, tal y como se puede ver en la Gráfica 16, un gran desequilibrio por parte de todas las emisoras. Desde el 81,25% de *COPE* hasta el 88,46% de *Cadena SER* pasando por el 84,09% de *Onda Cero* y el 87,69% de *RNE* vemos que la diferencia entre las emisoras es muy ligera y que todas ellas se han decantado esencialmente por las noticias y las crónicas. En cambio, otros géneros como la entrevista solo han formado parte del informativo de *RNE* (1,54%). Si bien podemos atribuir el hecho de que la entrevista es un género dialógico que exige de más tiempo que una noticia y que, generalmente, se reserva para temas de otra índole como cuestiones políticas, económicas, o en estos últimos tiempos, sanitarias, el hecho

de que el reportaje tampoco tenga un gran peso sí llama bastante la atención. La *Cadena SER* no invierte ni un segundo en crear reportajes, un género que se presta especialmente para tratar temas culturales en mayor profundidad. Mientras que *Onda Cero* (11,36%), *COPE* (12,50%) y *RNE* (10,77%) tampoco hacen un gran alarde de enfocarse en este tipo de género. Por contra, si hablamos del género de opinión vemos cómo *Cadena SER* se despegaba un poco de sus competidoras con un 11,54% gracias, esencialmente, a la sección de Juan Cruz, *El revés y el derecho*, en la que eventualmente decidía enfocar el asunto del día hacia una cuestión cultural. En el caso de *Onda Cero* (4,55%) y *COPE* (6,25%), la opinión venía marcada por un tono mucho más desenfadado, casi siempre entre los propios colaboradores o por parte de algún crítico especializado, con el que aprovechaban esencialmente para dar su opinión o hacer sus quinielas sobre quiénes serían los triunfadores en la noche de los Oscar. *RNE* no incluye el género de opinión en su información cultural.

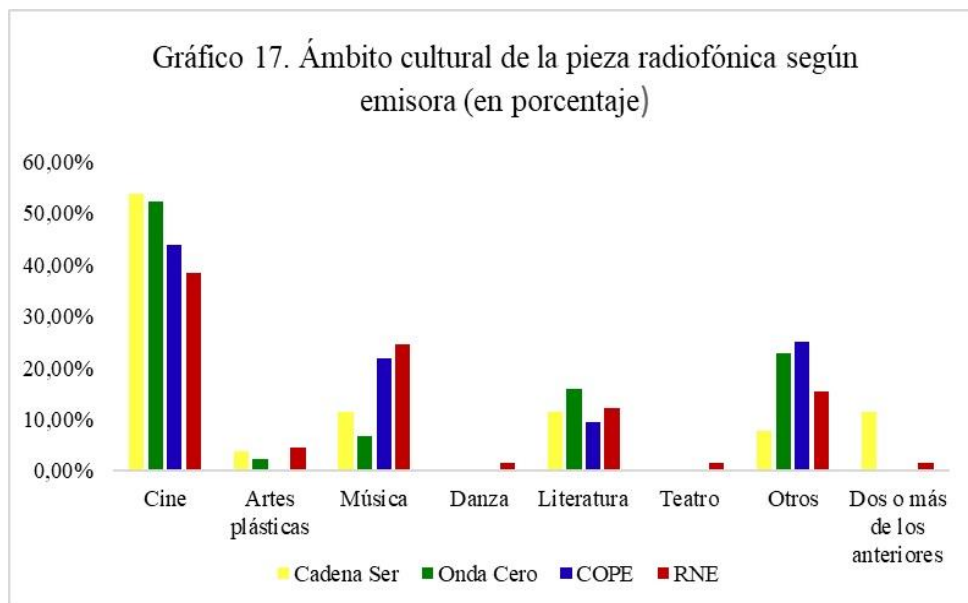


Fuente: elaboración propia

4.2.2. Contenido de la cobertura cultural

Una vez hemos comprobado cómo hay una gran desigualdad entre los géneros empleados en el informativo debemos saber cuáles son los ámbitos culturales a los que se ha prestado más atención y, en este sentido, los resultados que se desprenden del Gráfico 17, tampoco son mucho más equitativos. El cine se alza como el ámbito cultural que más información cultural ha copado en todas las emisoras: *Cadena SER* (53,85%), *Onda Cero* (52,27%), *COPE*

(43,75%) y *RNE* (38,46). Cualquier comparación con el resto de las categorías propuestas resulta bastante desproporcionada. Los otros ámbitos que más se han tratado después del cine son la música y la literatura. De hecho, *RNE* es la emisora que da una cobertura más equilibrada entre cine (38,46%) y música (24,62%). Los ámbitos más ignorados han sido, sin duda, la danza por parte de todas las emisoras, si bien *RNE* al menos le dedica un 1,54% de su información y el teatro con las mismas cifras. De manera general, la emisora pública ha tratado de dar salida a una variedad mayor de temas para no encasillarse. Por otra parte, uno de los aspectos más destacados que nos muestra el gráfico es que *Onda Cero* es la única emisora que otorga más protagonismo a la literatura (15,91%) que a la música (6,82%).



Fuente: elaboración propia

Sin embargo, desde una perspectiva cualitativa podemos notar cómo independientemente de los ámbitos a los que pertenezcan las informaciones ha habido unos temas más protagonistas que otros. En total, obtenemos 45 piezas que hablan sobre personas que ya no están vivas, ya sea por lo actual de su muerte o por el aniversario de alguna fecha relevante en su vida. Lo que nos interesa de la cobertura de los fallecimientos es esencialmente las diferencias sustanciales que se han percibido entre emisoras. Para poder hacer un análisis realizable y representativo hemos decidido seleccionar los tres fallecimientos más representativos tanto en número de piezas como en abordaje de los propios sucesos porque, si bien comparten ciertas características entre ellos, se perciben también unas diferencias muy significativas que procederemos a analizar a continuación.

En primer lugar, encontramos el fallecimiento del cineasta José Luis Cuerda, un hombre muy importante a nivel nacional. Casi todas las emisoras cubren el momento en el que los familiares

acuden al tanatorio, con ese carácter de seguimiento de lo sucedido. En segundo lugar, se ha seleccionado el fallecimiento del actor Kirk Douglas como cobertura representativa de la muerte de una estrella internacional de larga trayectoria y sobre la que todas las emisoras sin excepción se deshacen en halagos, el “mito” por excelencia. En tercer lugar, encontramos la muerte prematura del periodista David Gistau para entrar a ver cómo el discurso se vuelve más personal en función de la emisora que cubre la información y cómo este se ve marcado por la enfermedad que le arrebató la vida siendo tan joven.

En primer lugar, la *Cadena SER* dedica cuatro piezas al fallecimiento de José Luis Cuerda, las cuales se ubican en la presentación del informativo, en el sumario, o el tramo informativo. Una de ellas corresponde a la sección de opinión de Juan Cruz, *El revés y el derecho*, y las otras tres son puramente informativas. Dentro de estas últimas existe una repetición del *modus operandi* de la cobertura, puesto que en todas ellas destacan no solo la ubicación del tanatorio y hacen referencia a la capilla ardiente, sino también a las palabras de un amigo en concreto del cineasta, Andreu Buenafuente, quien afirma que el mundo de la comedia se queda “huérfano”. Buenafuente afirma además que se va un rey, un gigante de lo absurdo. También se destaca el paso de algunos amigos por el tanatorio en dos de las piezas, estos son Ana Belén, Víctor Manuel, Masiel, el escritor Manuel Vicent o los productores Gutiérrez Aragón y Enrique Cerezo. De igual forma, en dos de las piezas se incide en las palabras del Ministro de Cultura, Rodríguez Uribes, a su paso por el Tanatorio quien habla de su legado y del vicepresidente del gobierno Pablo Iglesias quien habla de su surrealismo y de la mordaz crítica política “que todos tenemos que aplicarnos”.

En la pieza de opinión de Juan Cruz prima su característico estilo intelectual y poético, del que podemos destacar la siguiente frase “*Amanece que no es poco* es la indagación de un surrealista que sabe que si miras **al revés** verás la verdadera sustancia de las cosas”. Alaba su reflexividad entroncando con la idea del título de su sección, ambos comparten una visión diferente de la vida. En definitiva, la cobertura de la *Cadena SER* pretende hacer ver el respaldo que tenía Cuerda entre los suyos y en el mundo de la cultura. Una despedida afectuosa.

Por su parte, *Onda Cero* realiza una cobertura mucho más aséptica de su muerte, incluyen dos piezas ubicadas en la presentación del informativo y en el sumario, piezas cortas y muy directas que no entran en detalles. De hecho, llama la atención que en la primera de ellas se introduzca el testimonio de alguien que no está directamente relacionado con el universo de la cultura en

el momento presente y que es el actual alcalde de Ayna, Juan Ángel Martínez. De pequeño participó en *Amanece que no es poco*, algo que recuerda de forma un poco confusa porque admite que la película se comprendía poco, al menos porque él era un niño y que gustó poco, a pesar de que hoy es de culto. La segunda pieza, la del sumario, es tan concisa y rápida que no da lugar a ningún momento emotivo. Simplemente se informa de que el Ayuntamiento de Madrid dedicará al director de cine un ciclo en la cineteca con la proyección de sus películas y con charlas de amigos del cineasta.

En último lugar, *RNE* tiene un estilo mucho más literario, con constantes guiños a las películas y al hacer de Cuerda de una manera sutil pero bonita. Tan solo se le dedica una sola pieza, pero esta es la más extensa de todas las emisoras y se ubica en la presentación del informativo. La locutora comienza apelando a la emotividad: “Así marcha este miércoles, un poquito más vacío que ayer, un poquito más triste”. A continuación, introduce un corte de *Amanece que no es poco* en la que se habla de la muerte con la mítica frase de “qué irse, qué apagarse, con qué parsimonia”. Después, utiliza la primera persona del plural, volviendo más cercana la noticia para decir, “seguro que Cuerda encontraría un detalle absurdo que nos haría sonreír en mitad del dolor por su muerte”. Formamos parte de una sociedad que despide a un grande de la cultura. También es destacable el guiño que hace a su película más famosa cuando afirma: “El día ha amanecido un poco más triste para el escritor Manuel Vicent y para el productor Manuel Gutiérrez Aragón”, de los que incluyen dos cortes.

La pieza hace hincapié en que fue un maestro de directores y un surrealista, palabra que se repite de hecho en cuatro ocasiones. También se incluye el testimonio del Ministro de Cultura, Rodríguez Uribes y el del vicepresidente de Asuntos Sociales, Pablo Iglesias, pero en esta ocasión se destaca que ha recordado una escena de *La lengua de las mariposas* y otras grandes frases como “mátame camión”, “todos somos contingentes alcalde, menos tú, que eres necesario”.

En el caso del fallecimiento del actor Kirk Douglas todas las noticias recogidas pertenecen al día 6 porque atienden a ese carácter de inmediatez propio del hecho noticioso. Recordemos que su muerte se había producido en la madrugada del 5 al 6 de febrero de 2020. Además, de forma genérica, las emisoras han recogido la edad de su muerte, los 103 años, así como el número, ya sea aproximado o exacto, de películas en las que participó a lo largo de su extensa carrera, un total de 92 (exceptuando *RNE* que menciona varias de sus películas, pero no da cifra total).

Desde un punto de vista semántico, algunas de las palabras que más han aparecido en las piezas por su vinculación con el actor son las siguientes. En primer lugar, uno de los campos semánticos más utilizados para describir a este actor ha sido el de “*leyenda*” (por tanto, también su derivación con lo legendario). Una relación que han establecido todas las emisoras hasta en un total de ocho ocasiones de manera muy reseñable. Además, también son destacables las otras ocho alusiones a su relación con *Hollywood*. Y si hablamos de *Hollywood* hablamos también de los Oscar, tanto los del 2020, nombrados en dos ocasiones por la cercanía con la muerte del actor, como el premio honorífico que recibió por su extensa trayectoria, dato que destacan cinco veces. También debemos sumar cómo se relaciona al actor en cinco ocasiones con esos “*años dorados*” o “*época dorada*” de la industria cinematográfica estadounidense.

Pero, quizás uno de los aspectos más llamativos sea como todas las emisoras han hablado de Kirk Douglas y de *Espartaco* al mismo tiempo, como si se diese una especie de fusión o de simbiosis muy clara entre uno de sus personajes más míticos y el propio actor. Las emisoras le han recordado y vinculado con este papel en ocho ocasiones. Muy similares son esas dos alusiones tan metafóricas y emotivas a “*el eterno gladiador*”, expresión relacionada nuevamente con ese papel en *Espartaco* (1960). Dos de sus películas han copado la cobertura informativa, la anteriormente mencionada y *Senderos de Gloria* (1957), a la que se ha mencionado cuatro veces. De forma más tímida, pero también remarcable, se hacía alusión a *El ídolo de Barro* (1949) y a su papel como Vincent Van Gogh en *El loco del pelo rojo* (1956) en dos ocasiones respectivamente. En dos ocasiones se ha hablado de “*ícono*” y “*todoterreno*” para describir al actor.

Cadena SER decide emitir tres piezas con un mensaje claro y directo, aunque de escasa duración. Resulta llamativo cómo vincula, en dos de sus piezas, el fallecimiento del actor con su activismo político durante los años del macartismo, algo que no hacen el resto de emisoras. De hecho, incluye un corte del propio actor hablando con orgullo de cómo trató de acabar con la lista negra de McCarthy. También se hace mención, a pesar de la escasa duración de las piezas, a su afiliación política al partido demócrata. Un enfoque cuanto menos llamativo y centrado tanto en su faceta profesional como en la ciudadana.

Onda Cero emite otras tres piezas ubicadas respectivamente en la presentación del informativo, en el sumario y en propio tramo informativo. Esta emisora decide detenerse durante la primera pieza en su origen humilde e incluye la idea de que nadie pensó cuando nació que “*llegaría tan*

lejos”. También hacen referencia a la apoplejía que formó parte de su vida hasta el final, algo que no aparece en el resto de coberturas. En esta se incluye también un corte del propio Kirk Douglas durante la recepción del Oscar honorífico en 1993 hablando de lo orgullosos que se sentirían sus hijos de él. Sin embargo, en la tercera de las piezas resaltan que “nunca consiguió un Oscar por sus interpretaciones”, un apunte que deja una sensación amarga. También, en la segunda de las piezas, establecen una relación entre el actor y tres grandes directores con los que trabajó directamente; Wilder, Cukor y Kubrick, un enfoque diferente.

Por su parte *COPE* emite una sola pieza, en formato reportaje, ubicada en el tramo informativo, pero con una duración más extensa y un enfoque más original. Es la única cadena que incluye un corte del propio Kirk Douglas cantando en español, momento que aprovechan para calificarlo de “todoterreno”. Además, no se limitan a mencionar sus dos grandes éxitos cinematográficos, *Espartaco* (1961) y *Senderos de Gloria* (1957), sino que hacen un repaso un poco más extendido a su filmografía. Ayudándose de varios cortes de películas como *El ídolo de barro* (1949), *El loco del pelo rojo* (1956) o *Duelo de titanes* (1957) van engarzando con frases que recuerdan lo más representativo de las mismas de una manera dinámica. Pero, sin duda, lo que diferencia su tratamiento del resto de coberturas es el cierre. Especifican que fue Michael Douglas quien informó de la muerte de su padre recordando que fue una “leyenda” de Hollywood a la que él llamaba “papá”. Tras este significativo apunte, la locutora aprovecha para matizar: “El resto le seguiremos llamando Espartaco”. Una fusión entre su personaje y el actor, un papel que trascendió a la persona. Un final emotivo y potente que apela tanto a su faceta humana, no tan destacada en otras emisoras, como a su versión más profesional por la que será eternamente recordado.

En último lugar, *RNE* emite dos piezas. La primera de ellas se ubica en la presentación del informativo y comienza de una manera diferente al resto. Lo primero que se escucha es un corte de la película *Espartaco* (1961) en la que todos los personajes se hacen llamar como el gladiador protagonista, motivo por el cual la locutora sale del corte diciendo, “Pero no todos pueden ser Espartaco”. Es la única emisora que en sus piezas hace referencia al “legado” que deja Kirk Douglas o que enfatiza la idea de que deja “huérfano” al Hollywood de los años “más dorados del cine”. La segunda pieza es un reportaje con un carácter mucho más literario debido a la introducción de metáforas como la que hace referencia a la “eterna lucha contra el tiempo” que mantuvo Kirk Douglas. Además, se hace mención por vez primera a su característico hoyuelo por el que muchas personas lo identificaban y también cómo no necesitaba ninguna

compañera de reparto puesto que él “se bastaba por sí solo”. Además, *RNE* hace referencia a muchos otros de los personajes que encarnó. Un aspecto que le diferencia es que recurren a la opinión del crítico de cine Otis Rodríguez Marchante para recordarle, el cual utiliza calificativos como actor “irrepetible”, “carismático”, “todoterreno” o “irrepetible” y quien le considera un “unicornio” de un Hollywood que “se perdió hace mucho tiempo”. De esta manera destaca la unicidad del actor en su especie, en un cine ya desaparecido y del que, tras su muerte, ya no que nada, ni, mejor dicho, nadie. Uno de los aspectos que más llaman la atención es el final irónico y emotivo que consigue arrancar una sonrisa al oyente. Se alude a la pronunciación de su apellido, cuando se recuerda cómo consiguió que todos le llamásemos “Douglas” mientras que su hijo Michael siempre fue “*Daglas*”. La apelación a un recuerdo colectivo ligero y que alivia la pena, momento en el que la locutora aprovecha para apostillar que Kirk Douglas fue “legendario”.

Lo que parece evidente tras este breve análisis es que se ha enmarcado a Kirk Douglas dentro de una especie de halo inalcanzable. Primero fueron sus papeles y después las palabras que se le atribuyen las que lo convierten en ese mito del Hollywood dorado. Dentro de la cobertura de un fallecimiento parece evidente que esa alusión al “adiós”, al “último adiós”, o, a la “despedida” aparezcan a menudo, algo que en esta cobertura no ha sido excepción: ha sucedido en seis ocasiones. Con esta necesidad de despedida percibimos una clara diferencia con la cobertura de otras muertes, en las que el adiós no es tan claro. Todos quieren despedir a un mito porque despedir, significa formar parte del suceso ya sea en tercera o en primera persona del plural.

En último lugar, nos detendremos en la cobertura del fallecimiento del periodista David Gistau, suceso al que *Cadena SER* solo dedica una pieza. Se enmarca dentro de la sección de opinión de Juan Cruz, *El revés y el derecho*, en la que destacan frases como “*creyeron vislumbrar signos de que había esperanza de que volviera a ser el articulista que, en el periódico El Mundo, diseccionaba con igual maestría caracteres de la política o del fútbol*”. A pesar de su carácter literario, no deja de ser la más aséptica de las tres, pues habla en tercera persona de él, lo que distancia la noticia del oyente y da un tono pesimista aunque realista cuando afirma que “la esperanza pudo menos que el mal que sufrió”. Corto, directo, lamenta su pérdida para el mundo del periodismo.

Por su parte, *Onda Cero* le dedica dos piezas, la primera en la presentación del informativo y la segunda en el sumario. En la primera de ellas, el locutor utiliza la primera persona del plural: “Hemos despedido a David Gistau” al que considera “compañero” además de periodista. A la despedida en ambas piezas se suma la reiteración de la “consternación” que siente la profesión por perderle y la introducción de la ida de “lucha” contra la enfermedad. La segunda pieza apunta además que el Ayuntamiento de Madrid pondrá su apellido a la biblioteca de Buenavista a la que solía acudir.

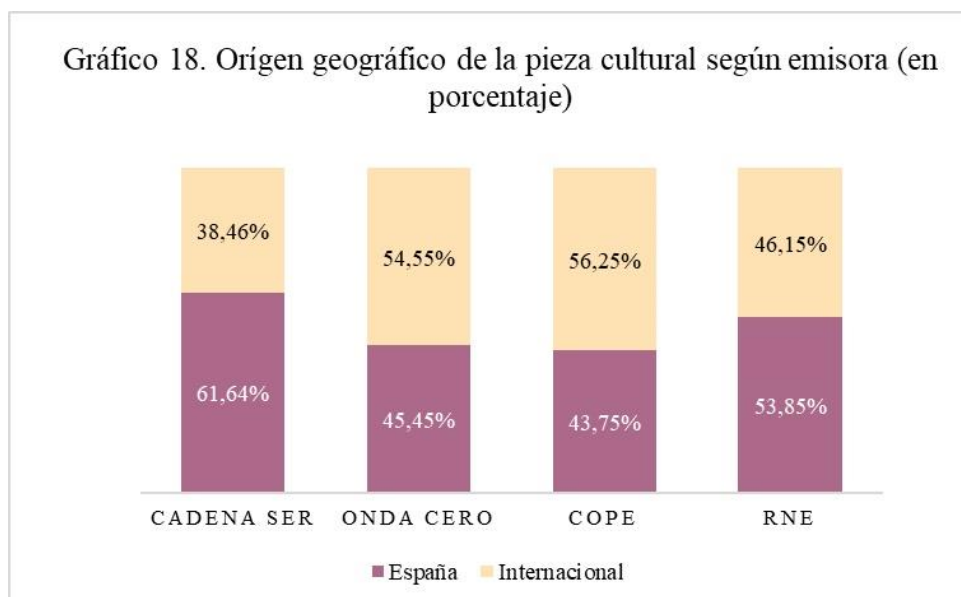
En último lugar, aparece *COPE* con dos piezas de mucha más extensión que el resto y con una emotividad muy significativa impregnando cada una de ellas. La primera pieza es la que abre el informativo, es decir, consideran tan importante su muerte que la ubican como la primera noticia que escucha el oyente. Y, además, con este inicio: “No está siendo un día fácil para los que trabajamos en esta gran casa que es la cadena *COPE*”. Hace que el oyente empatice con el locutor quien comparte que todavía no se habían recuperado de la muerte de otra compañera, Paloma Tortajada, cuando de pronto la muerte de Gistau les ha dejado un poco más “huérfanos”. Habla constantemente en primera persona del plural (“para los que hemos conocido a Gistau”) y convierte la noticia en algo absolutamente personal (“sabemos que jamás, jamás, habría querido abrir el informativo”). Alaba su profesionalidad, su sello.

Lo más llamativo es el cambio que hace el locutor tras poner un corte del propio Gistau en que afirmaba que tenía miedo a morir prematuramente, porque en ese momento el locutor dice: “Demasiado premonitorio, David, para que se haya hecho realidad tan pronto”. De repente, el locutor ya no habla a los oyentes sino al fallecido, despidiéndose de él, y recordando pensamientos y anécdotas tan personales como el hecho de que habían hablado de que quería irse a hacer una ruta en moto por Guadalajara. De manera metafórica concluye que la vida le ha llevado “mucho más lejos” y afirma que allá donde se encuentre está convencido de que seguirá siendo “único”. También es muy destacable la siguiente frase: “Gistau ha muerto tras dos meses de una pelea sin cuartel tratándose de agarrar a la vida”. Aparece el concepto de batalla campal contra una enfermedad que pudo con él. El locutor termina con un contundente, “descansa en paz, compañero”.

La segunda pieza que forma parte del informativo también se inicia con lo difícil que está siendo el día para los que trabajan en *COPE*. Incluyen cortes de compañeros como Carlos Herrera hablando de “uno de los nuestros”, “se nos ha ido demasiado pronto”, “uno de los

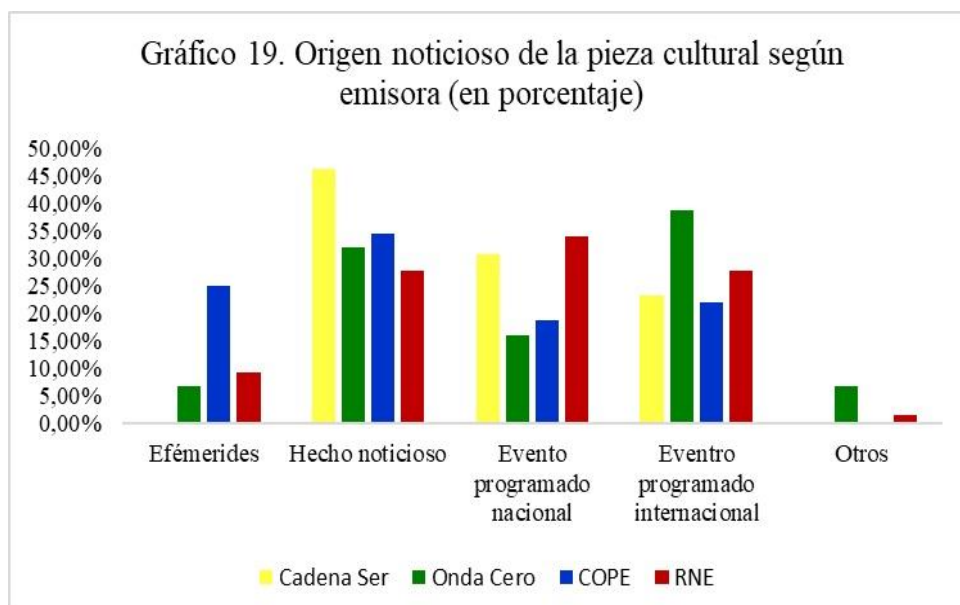
periodistas más brillantes”. De pronto ya no son solo sus compañeros de trabajo, sino sus amigos. La emotividad se cuele en toda la pieza. No disimulan el cariño que le tenían y a través de la misma repasan sus múltiples facetas como reportero de guerra, columnista o cronista parlamentario, tan capaz de hablar de fútbol como de literatura. En esta pieza se trasladan al tanatorio de Tres Cantos en Madrid, con una enviada especial que informa de cómo se le está dando el último adiós. Vuelven a introducir un corte de Carlos Herrera completamente emocionado, de otros compañeros y de Adolfo Suárez Illana, al borde del llanto que habla de Gistau como hombre defensor y amante de la familia. También resulta llamativo cómo se introduce la información de que Jordi Gutiérrez, el jefe de prensa de la Casa Real, había transmitido el pésame a su viuda Romina. La pieza de nuevo termina con un contundente, “descanse en paz, David Gistau”. Un claro ejemplo de cómo los periodistas sacan a relucir su lado más humano en aquellas coberturas que les tocan especialmente, huyen de los clichés para hablar del profesional y de la persona desde dentro.

Dejando a un lado el ámbito cultural de las informaciones, los temas más repetidos y sus respectivas coberturas también hemos observado el origen geográfico al que pertenecen las informaciones culturales. Tanto en *Cadena SER* como *RNE* han primado la información nacional con un 61,64% y un 53,85% respectivamente, mientras que *Onda Cero* y *COPE* han apostado por contenidos culturales centrados en el extranjero con un 54,55% y un 56,25% en cada caso, tal y como se puede percibir en el siguiente gráfico.



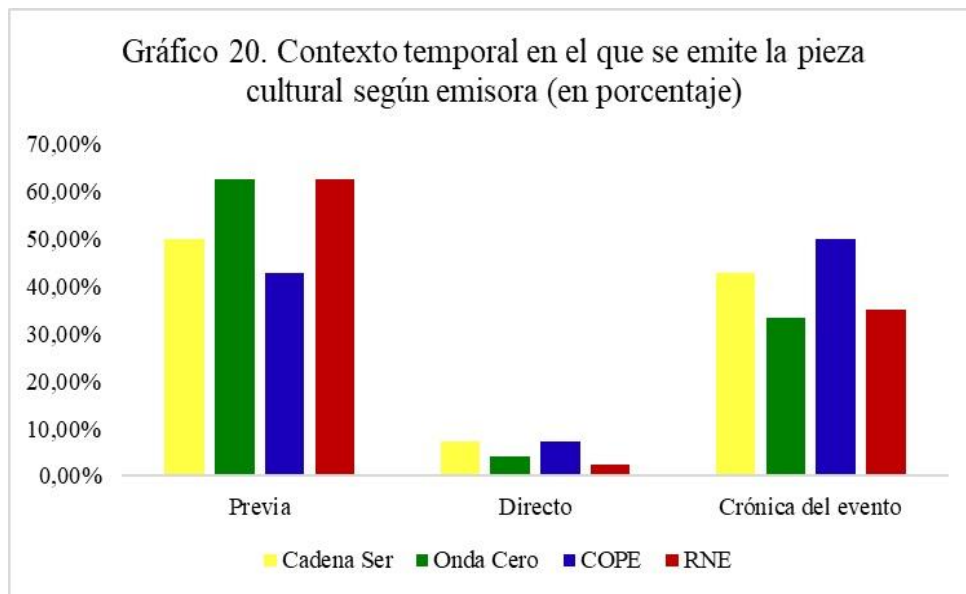
Fuente: elaboración propia

Pero no solo es importante conocer el origen geográfico, también es crucial conocer cuál es el origen noticioso de cada una de las piezas emitidas, el motivo que impulsa a informar de ello. Del siguiente gráfico podemos inferir que *RNE*, al ser un servicio público, está más equilibrada, da más información nacional que el resto de las emisoras que, al contrario que esta, han tenido grandes picos de información. No deja de ser destacable una vez más cómo *COPE* y *Onda Cero* no han prestado tanta atención como cabría esperar a los eventos programados nacionales, 18,75% y 15,91% respectivamente, frente a la cobertura de los eventos programados internacionales, 21,88% y 38,64%. Por su parte *Cadena SER* no ha prestado atención a las efemérides y se ha decantado por una información basada esencialmente en los hechos noticiosos con un 46,15%.



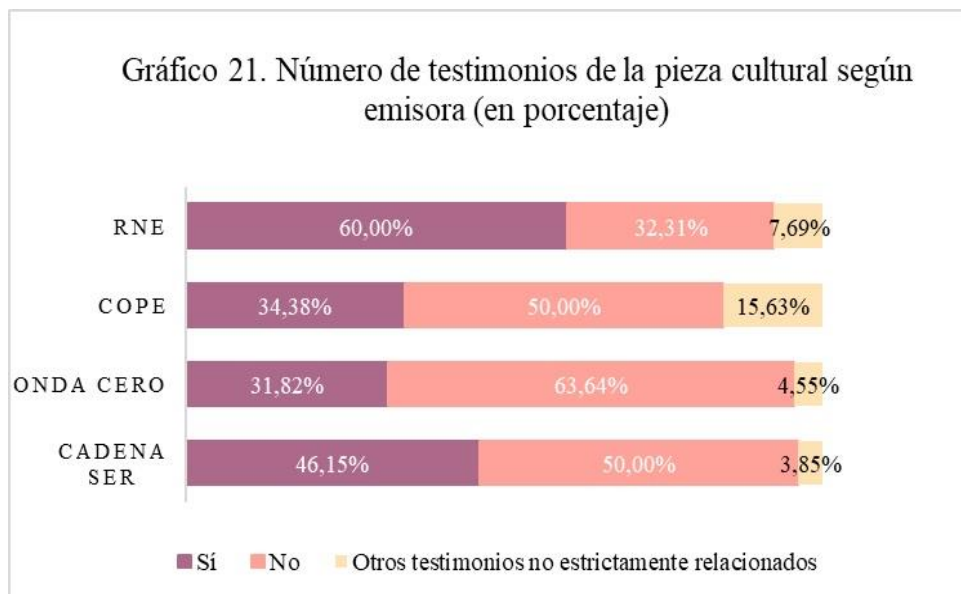
Fuente: elaboración propia

Una vez hemos detectado que se ha dado bastante cobertura a los eventos programados, ya sea de carácter nacional como de carácter internacional, es interesante ver de qué manera se ha producido la cobertura de la misma. El siguiente gráfico es bastante esclarecedor puesto que vemos cómo las previas de *Onda Cero* (62,50%) y *RNE* (62,50%) duplican a las crónicas, 33,33% y 35,00%, respectivamente. La *Cadena SER* muestra un mayor equilibrio entre las previas a las que le otorga un 50% de su importancia y las crónicas del evento, con un 42,86%. Por lo que vemos cómo, al contrario que sus competidoras, prima más esa información a posteriori sobre el evento, no lanza simplemente una información, sino que se preocupa por dar más datos una vez ya ha pasado, de forma más calmada. Por otro lado, y uno de los aspectos más evidentes que nos muestra el gráfico es la escasísima cobertura que se hace de los eventos en directo, la cual en ninguna de las cadenas ha sobrepasado el 7,14%.



No podemos dejar de notar el hecho de que, desde un punto de vista cualitativo y en el total de eventos programados, tanto nacionales como internacionales, tanto en previas como en crónicas, el tema central en torno al que gira la pieza no tiende a alejarse mucho de lo puramente cultural, como parece evidente. Mientras que, en el caso de la gala de los premios Grammy hay otro dato que eclipsa en cierta medida lo puramente musical: el fallecimiento del jugador de baloncesto Kobe Bryant. Resulta curioso el hecho de que, en una pieza de música, se hable tanto de una leyenda deportiva, de cómo su “recuerdo” ha “marcado” la ceremonia hasta el punto en el caso de *Cadena SER* de que se introduzca el primer corte de Alicia Keys, la presentadora, hablando de que están “con el corazón roto en la casa que Kobe construyó”. En el caso de la cobertura que efectúa *RNE*, lo más chocante es cómo en una de las piezas se comienza hablando de Bryant y la locutora añade que la gala ha tenido además “otro nombre propio” e introducen un corte de Billie Eilish, la ganadora de la noche. Ese “otro” resulta un tanto chocante puesto que, aunque protagonista también, y por desgracia, Kobe no tenía nada que ver con el tema, los Grammy. Por su parte, *Onda Cero* no se desvía tanto en su foco hacia Kobe, pero se centra en los escándalos que han marcado la Academia de la Música en relación con la ex directora Deborah Dugan que denunció la corrupción y el sexismo dominantes en la institución. Un tema polémico que aparta la atención en algunas piezas de lo puramente musical. En último lugar, *COPE* se desmarca de las otras emisoras porque emite dos repases breves, pero con mucha información que sirven de colofón al informativo de dos días diferentes y para una emisora que no destacó nada más allá de lo puramente musical.

Al margen de los temas tanto centrales como coprotagonistas de las piezas, debemos reparar en el espacio que se dedican a las voces dentro de un informativo, a esos testimonios que se han molestado en recabar, puesto que esto nos indicará el mimo o la dedicación que cada emisora emplea en elaborar su información. Lo más sencillo es elaborar una noticia cultural sin ningún tipo de corte o con cortes que no estén tan estrechamente relacionados para no acudir a la fuente primordial. Lo que nos encontramos en el siguiente gráfico es que *RNE* (60,00%) duplica los testimonios recogidos por *Onda Cero* (31,82%) y *COPE* (34,38%). Mientras que, curiosamente, *Cadena SER*, para ser la cadena que menos información cultural emite, por contra, sí que se esfuerza por mostrar bastantes testimonios culturales (46,15%).

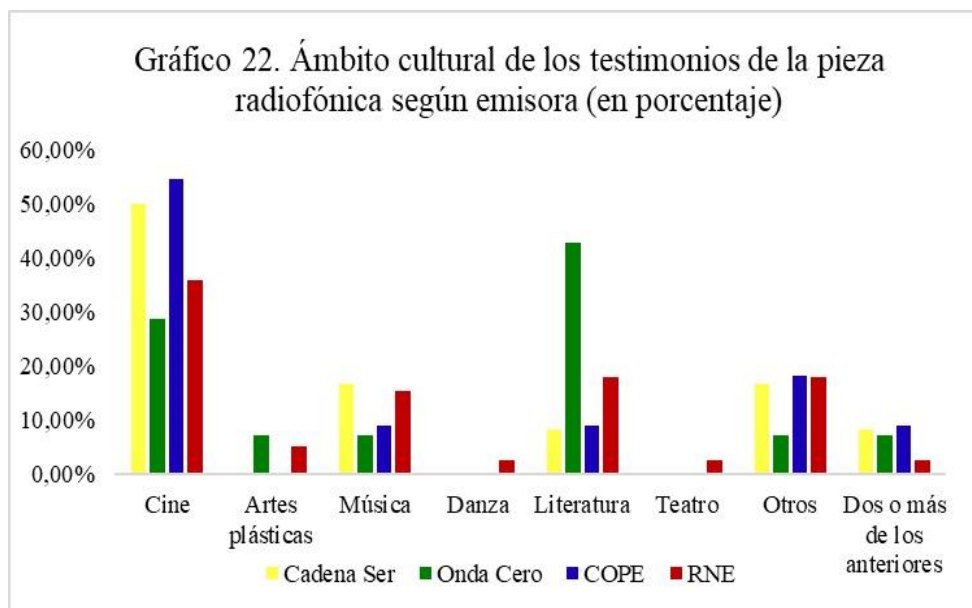


Fuente: elaboración propia

Si nos fijamos en los testimonios no estrictamente relacionados con la cultura, pero que se incluyen en la pieza cultural, la cadena *COPE* (15,63%) triplica los de *Onda Cero* (4,55%) y *Cadena SER* (3,85%), y duplica a los de *RNE* (7,69%). En definitiva, resulta un tanto preocupante que tanto en *COPE* como en *Onda Cero* tan solo se emplee en un tercio de las piezas testimonios relacionados con la cultura. Dicho de otra forma, en todas las emisoras privadas no llegan a la mitad de los testimonios mientras que la cadena pública hace más hincapié en la importancia de ilustrar lo contado con voces relacionadas con el ámbito cultural tratado y lo hace de una manera mucho más constante.

En el gráfico 22, vemos cómo *RNE* es la única que ha realizado piezas tanto de danza como de teatro, pero curiosamente, ambas piezas (puesto que solo son una de cada tema) tienen testimonios para tratar de dar más empaque a la pieza. En el caso de la danza se preocupan por introducir varios cortes de María José Ruiz Mayordomo, Catedrática de Historia de la Danza

por el Conservatorio Superior de Málaga y que sea ella quien explique cómo se va abrir el baile de debutantes de la Ópera de Viena con dos mujeres por primera vez en la historia como pareja. En el caso del teatro, han considerado oportuno contactar con Paula Amor, coordinadora de la compañía *Números Imaginarios*, para que explique cómo sus talleres familiares para personas con alzhéimer, en concreto este última sobre *El rey Lear*, han ayudado a personas con esta enfermedad a desenvolverse en el escenario. Y, además, introducen la voz de uno de los familiares que cuenta en primera persona en dos cortes cómo su mujer que sufre alzhéimer tiene unos “rasgos de satisfacción en la cara” desde que acude a estos talleres que en sí no tienen un fin terapéutico pero que ayudan y mucho. Es decir, incluso en estos ámbitos culturales a los que nadie presta atención, *RNE* le da ese mimo con los diferentes testimonios, esa importancia con el fin de construir una buena pieza.

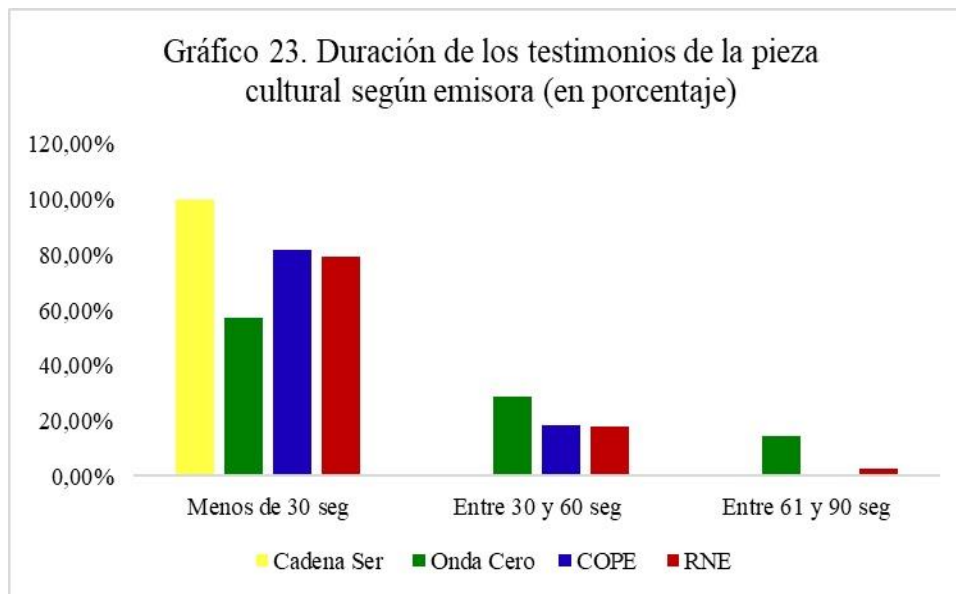


Fuente: elaboración propia

Otra cuestión interesante es ver cuánto tiempo han dado a esos testimonios. Es importante recalcar que en radio un corte no debe ser superior a los 15 segundos como norma general. Si bien podrá sobrepasarlo en la medida que se considere oportuno debido a la relevancia de la información en sí o al propio protagonista del mismo. De ahí que maticemos que estos segundos son la acumulación resultante de varios cortes dentro de una misma pieza cultural, de lo contrario no tendría sentido agruparlos porque los resultados serían poco coherentes.

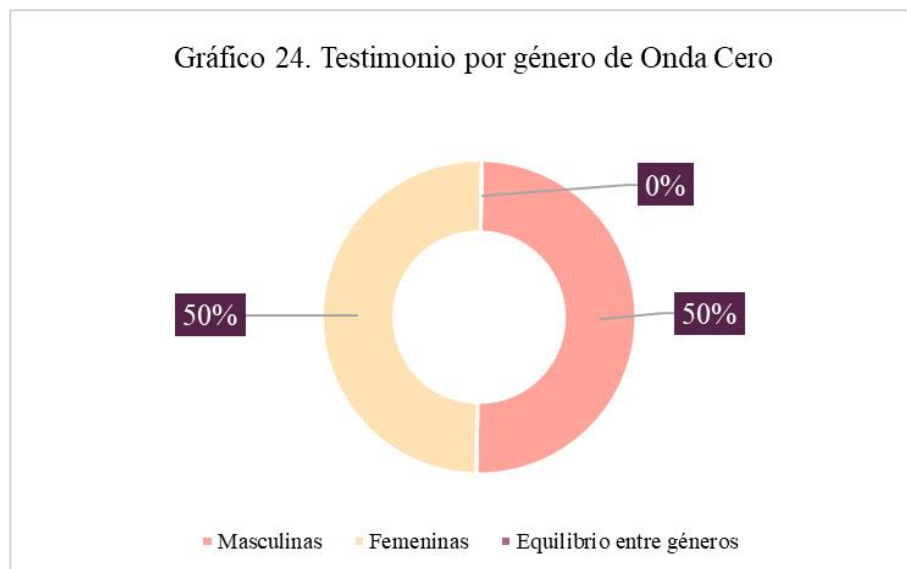
Una vez aclarado esto podemos fijarnos en que, aun así, en el caso de *Cadena SER* no ha habido ningún corte que exceda los 30 segundos de duración, es decir, han querido incluir voces, pero no le han dado mucho margen para poder explayarse. *Onda Cero* ha sido la emisora con más

variedad, dando más prevalencia a los cortes de menos de 30 segundos con un 57,14%, pero también incluyendo cortes de entre 30 y 60 segundos hasta en un 28,57% de las ocasiones e incluso dando pie a cortes de entre 61 y 90 segundos en un 14,29%. Por su parte, *COPE* no ha empleado cortes de más de 61 segundos y también ha primado los de menos de 30 segundos con un 81,82%. En último lugar, *RNE* ha dado poco margen a los cortes de entre 31 y 90 segundos, tan solo un 2,56%, y también ha primado los cortes de menos de 30 segundos con un 79,49%. Es decir, por norma general, excepto *Onda Cero*, los cortes de cada una de las piezas eran breves.



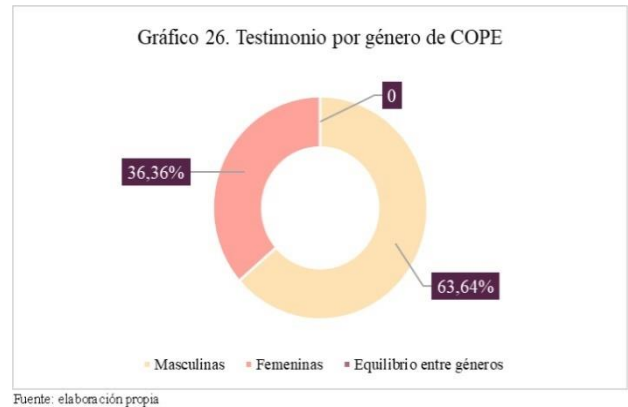
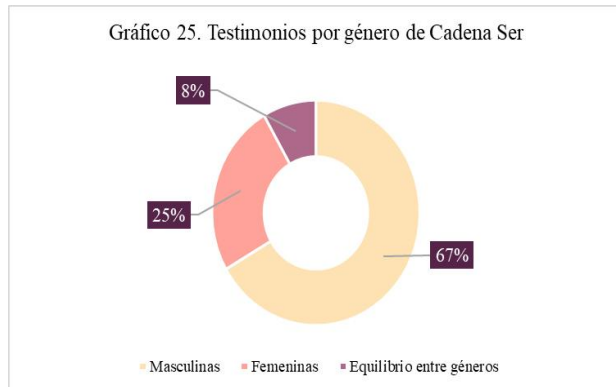
Fuente: elaboración propia

Respecto al género de las voces que priman en los cortes, vemos que *Onda Cero* es absolutamente igualitaria, tiene 50% de voces femeninas y 50% de voces masculinas. Da tanta importancia a las voces de un género como del otro, algo muy positivo.

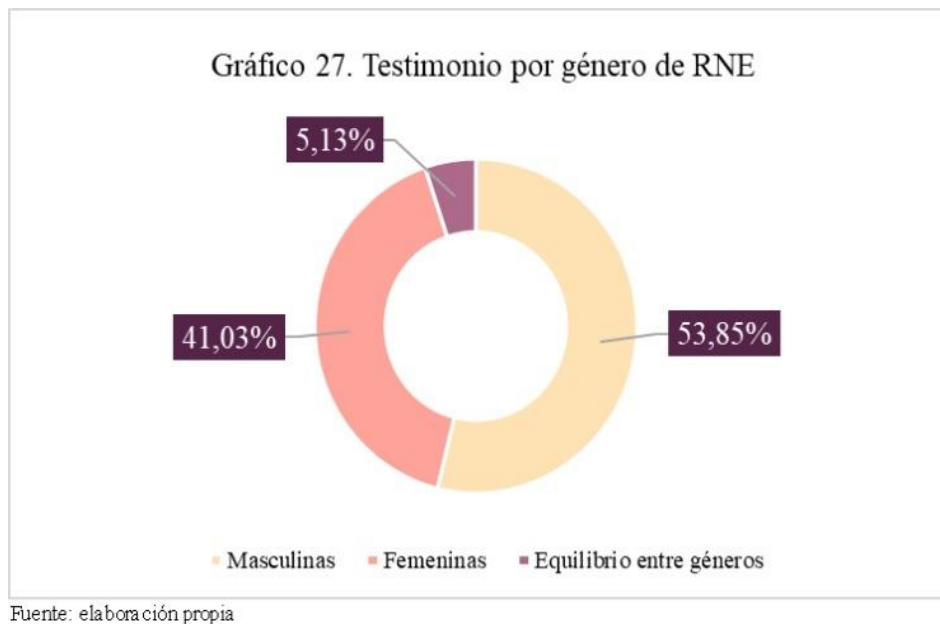


Fuente: elaboración propia

Mientras que el resto de emisoras, de forma general, dan más espacio a las voces masculinas. En el caso de *COPE* y *Cadena SER* las voces masculinas 63,64% y 66,67%, casi doblan a las femeninas con un 36,36% y un 25% respectivamente. Prefieren que los cortes de autoridad vengan de hombres relacionados con la cultura.

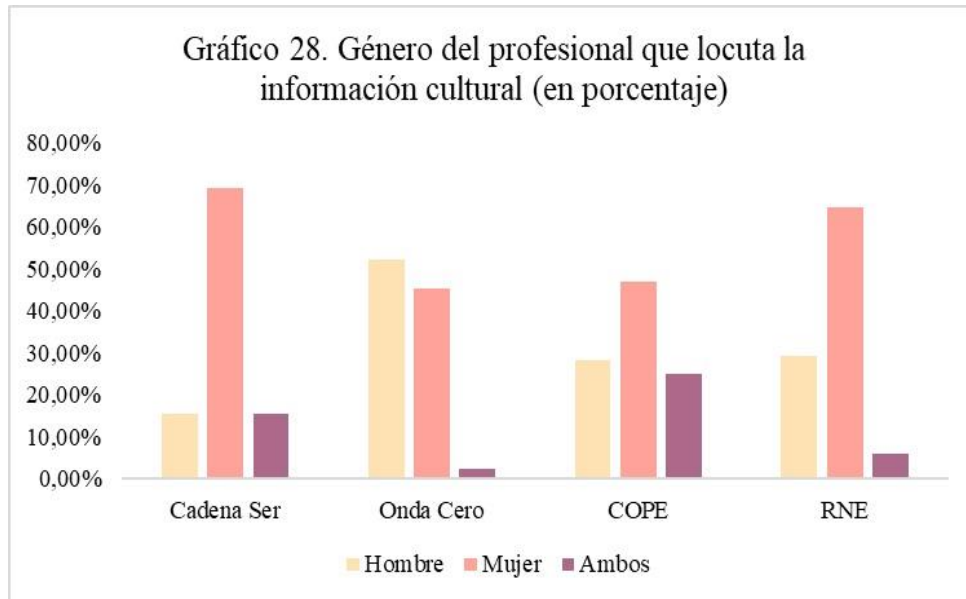


RNE procura el equilibrio entre géneros en un 5,13%, pero sigue teniendo más voces masculinas con un 53,85%, si bien las femeninas no son muy inferiores con un 41,03%.



Si atendemos al género de los profesionales que emiten la cultura, podemos destacar de forma positiva que, en tres de las cuatro cadenas, la mujer como locutora de información cultural tiene un papel destacado. Tan solo en *Onda Cero* vemos cómo las mujeres representan un 45,45% del total mientras que los hombres que locutan información cultural alcanzan un 52,27%. En cualquier caso, esa una cifra bastante equilibrada. En el caso contrario se ubican *RNE*, emisora en la que la información cultural está bastante dominada por la locución de las mujeres con un 64,62% en contraposición a la de los hombres con un 29,23%. En último lugar, tenemos

Cadena SER. En esta las mujeres locutan un 69,23% de la información cultural y los hombres tan solo un 15,38%, misma cifra que comparten en las locuciones de ambos géneros. *COPE* aparece como la cadena con más informaciones locutadas de forma conjunta por hombres y por mujeres con un 25%.



Fuente: elaboración propia

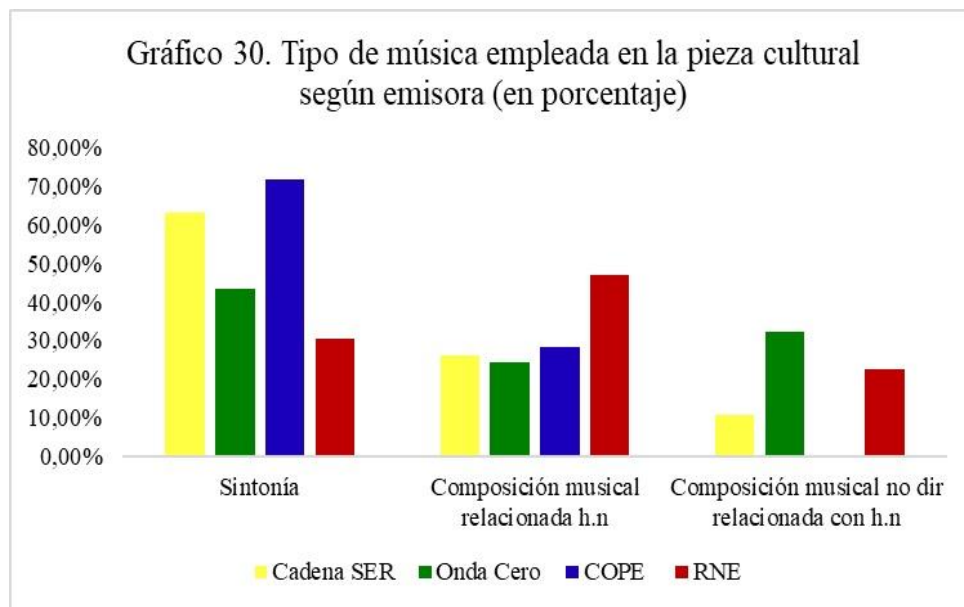
4.2.3. La utilización de los elementos del lenguaje radiofónico en las piezas culturales



Fuente: elaboración propia

Dentro de los elementos del lenguaje radiofónico, la música juega un papel esencial para contextualizar una pieza, ensalzarla, embellecerla, cumplir con una misión estructuradora o

para aportar información que no se puede transmitir de manera oral. El siguiente gráfico nos advierte de la presencia que ha tenido esta dentro de las piezas culturales analizadas en cada emisora. Comenzaremos por lo más llamativo de todo; *COPE* ha utilizado la música en el 100% de las ocasiones. Ahora bien, si atendemos el gráfico 30 veremos cómo en un 71,88% de las ocasiones esto se debe a que ha puesto la sintonía de fondo sin complicar mucho más la elaboración de la pieza. El tanto por ciento restante se debe a la utilización de una composición musical directamente relacionada con el hecho noticioso, algo que emplea hasta en un 28,13% de las ocasiones. Por lo tanto, nos encontramos con que *COPE* ha empleado, véase el gráfico 31, hasta en un 93,75% de las ocasiones una función de la música con carácter esencialmente funcional, de acompañamiento. Tan solo en un 3,13% ha utilizado la música con un sentido expresivo y descriptivo. En su caso, la música no ha servido para estructurar la narración en ninguna de las ocasiones, sino que ha permanecido generalmente a modo de cama, como un apoyo para que el oyente no escuchase la pieza sobre vacío.



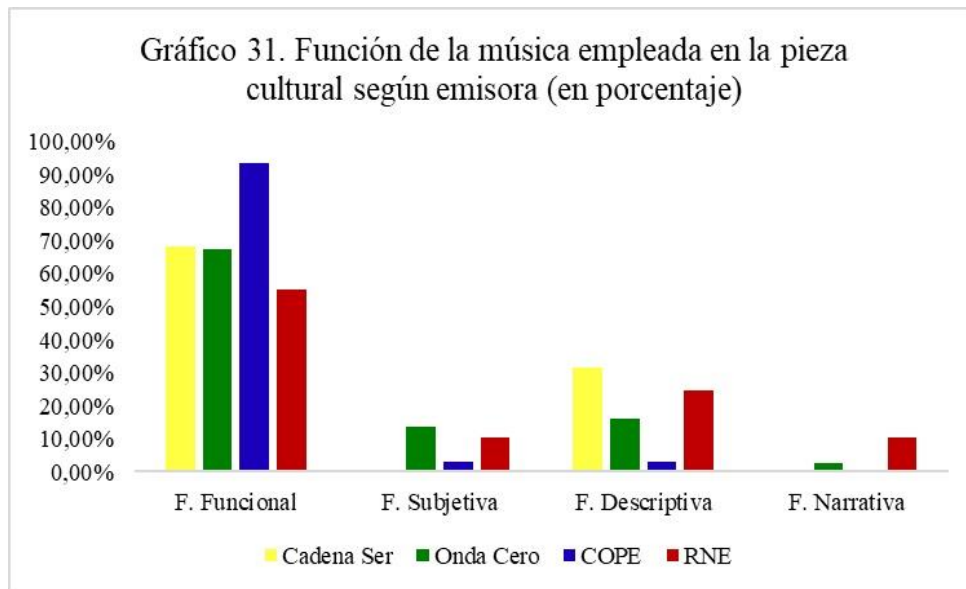
Fuente: elaboración propia

En el lado opuesto, vemos cómo *Cadena SER* es la que menos música ha empleado en la cobertura de información cultural con un 73,08%. Y aunque no ha abusado de la sintonía como en el caso de *COPE* también representa un porcentaje muy elevado, un 63,16%, frente al 26,32% que marca la composición musical relacionada con el hecho noticioso, algo que podemos atribuir también a una función más descriptiva de la música con un 31,58%. Emplear músicas que están estrictamente ligadas con lo que se informa es crucial para aportar otro tipo de información al oyente, para enriquecer lo que se cuenta. No obstante, en muchas ocasiones vemos cómo las músicas son un elemento muy socorrido para rellenar espacios. *Cadena SER* ha empleado hasta en un 10,53% composiciones musicales no directamente relacionadas con

los hechos noticiosos. Algo que podemos relacionar con esa función más funcional que aparece hasta en un 68,42% de las ocasiones. La función narrativa y subjetiva de la música brillan por su ausencia.

Por su parte, *RNE* ha sido la emisora que ha empleado la música de una manera un poco más atrevida y lo ha hecho en un 75,38% de las ocasiones, siendo el segundo porcentaje que, curiosamente, menos música ha empleado. Pero a pesar de no ser la emisora con más música, no se ha encorsetado en la sintonía que, si bien representa un 30,61%, es un porcentaje menor al marcado por las composiciones musicales relacionadas con los hechos noticiosos que emplea en un 46,94% de las ocasiones. También ha dedicado su espacio a las composiciones musicales no directamente relacionadas con un 22,45%. Las funciones de estas músicas han sido muy variadas. Nuevamente prima la de carácter más funcional, ese acompañamiento, que aparece hasta en un 55,10% de las ocasiones. Pero también aparece la función subjetiva, esa que quiere emocionar, y la narrativa, como elemento de estructuración o separación de espacios, con un 10,20% cada una. La función descriptiva abarca un 24,49%.

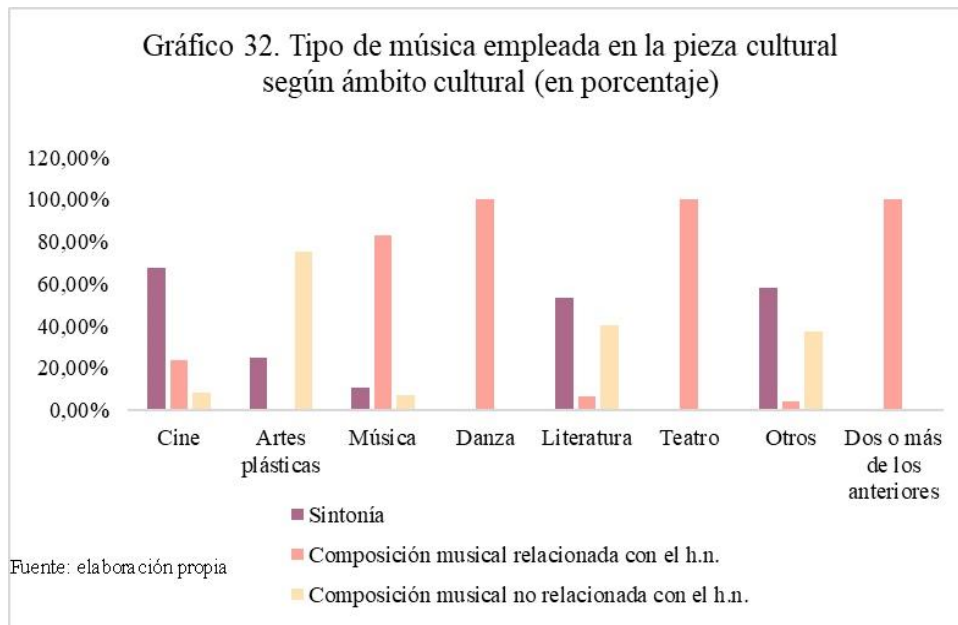
Por último, hablaremos de *Onda Cero*, emisora que ha empleado la música hasta en un 84,09% de las ocasiones. Ahora bien, ha caído más veces en el comodín de la sintonía que *RNE*, porque la emplea hasta en un 43,24% de las ocasiones. Y, curiosamente, utiliza en más ocasiones composiciones musicales no directamente relacionadas con el hecho noticioso (32,43%) que composiciones musicales relacionadas (24,32%), de lo que se infiere que no otorga tanta importancia a que la música tenga un sentido directo con lo que se está narrando. Respecto a las funciones de estas músicas encontramos la funcional a la cabeza con un 67,57%, la subjetiva con un 13,51%, la descriptiva con un 16,22% y la narrativa, sin duda la más omitida por todas las cadenas, con un 2,70%.



Una vez obtenidos estos resultados, no podemos dejar de reparar en que hay una tendencia en la utilización del tipo de música en función del ámbito cultural, es decir, que según del ámbito de la cultura en torno al que gire el tema central hay unos tipos de músicas que se prestan a ser más utilizados que otros. Resulta muy llamativo cómo las composiciones relacionadas con hechos noticiosos son empleadas mayoritariamente en las piezas culturales que hacen referencia a la música, en concreto, en un 82,80% de las ocasiones. Parece extraño hablar de música e incluir una melodía diferente, algo a lo que se ha recurrido en un 6,9% de las ocasiones. El 10,30% restante de las noticias musicales aparecían sobre la sintonía.

En el caso del cine, el tema estrella por excelencia, la creatividad musical ha brillado por su ausencia. En el 67,80% de las ocasiones la pieza cultural iba sobre la sintonía. Tan solo se incluían composiciones relacionadas con lo que se estaba narrando en un 23,70%. El tanto por ciento, restante, 8,50%, hace referencia a esas piezas sobre cine en las que se incluía una composición musical sin relación estricta con lo narrado.

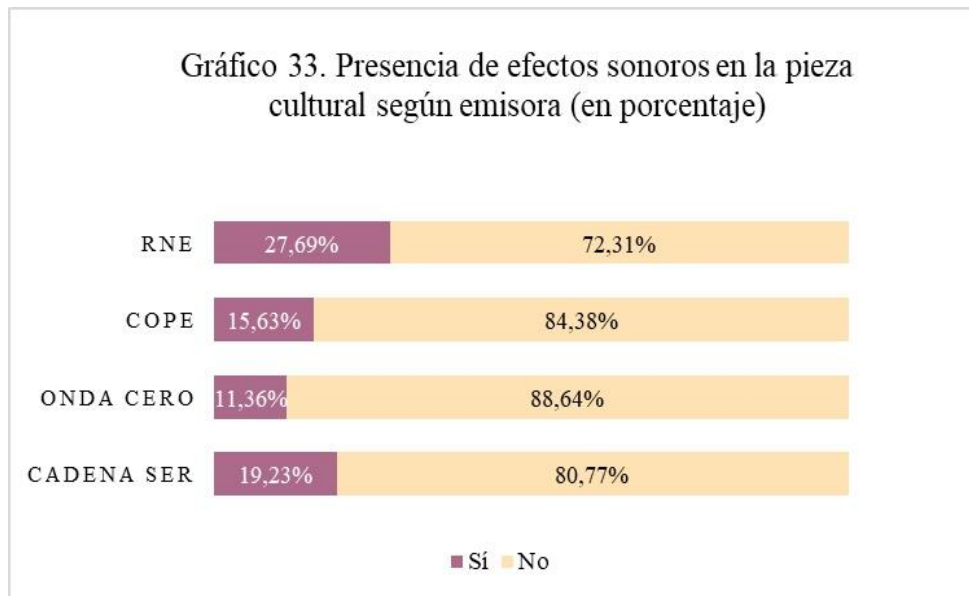
Sin embargo, en otros ámbitos, como el de la literatura, la utilización de música relacionada con hecho noticioso tan solo alcanza un 6,70% del total. En la pieza de danza y en la de teatro encontramos que han huido de la sintonía y se han preocupado por incluir una composición musical que estuviese relacionada con lo que se estaba contando en cada caso. Una deferencia que no han tenido en las artes plásticas por la complejidad de encontrar una composición a fin. En este tipo de piezas en el 25% ponían de fondo la sintonía y en el 75% restante aparecía una melodía no estrictamente ligada con lo que se narraba.



Los elementos del lenguaje radiofónico no solo se componen por la palabra, la música o el silencio, sino que también deben atender a los efectos de sonido. El empleo de efectos sonoros suele ser prudencial dentro de un informativo puesto que este tipo de elementos son vistos, generalmente, como un adorno que puede, en un momento determinado, restar importancia a la narración y caricaturizarla si no es adecuada su incorporación. No obstante, en el ámbito cultural pueden resultar de gran ayuda para incentivar la imaginación del oyente. A pesar de su posible aunque comedida utilización, tan solo *Onda Cero* y *RNE* han incluido efectos sonoros en un 6,82% y un 1,54% respectivamente. Es decir, tres de estos han sido emitidos por la misma cadena, *Onda Cero* y el restante por *RNE*.

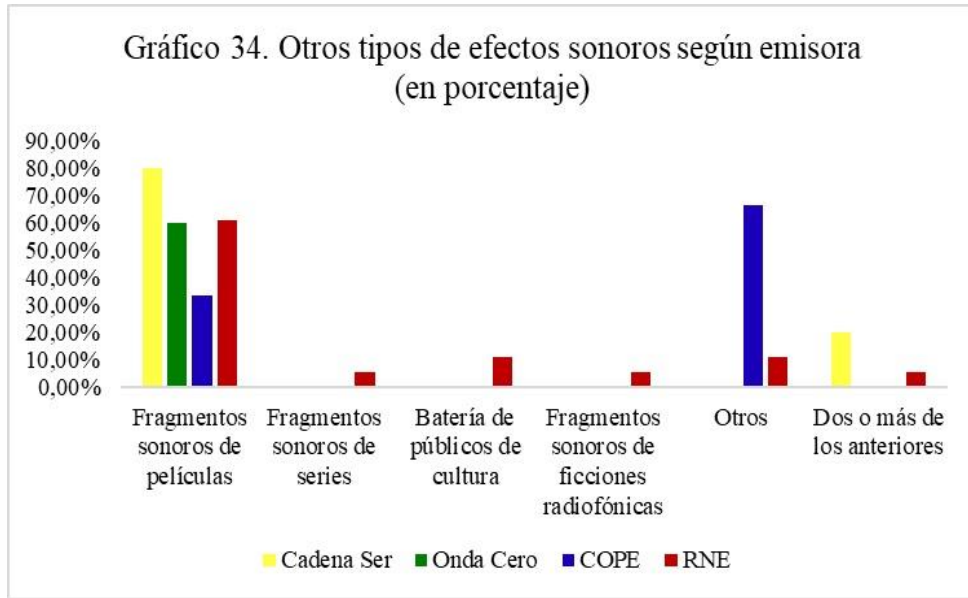
Desde un punto de vista cualitativo podemos señalar que, en el caso del efecto empleado por *RNE*, este ha sido el sonido ambiente del metro de Barcelona para hablar del Festival de Novela Negra 2020. Este efecto respalda las palabras de la locutora que dice que “hay un mapa con paradas reales y ficticias” como manera de organizar las diferentes actividades del festival. En el caso de *Onda Cero*, en dos de las ocasiones se ha empleado el mismo efecto, el de un proyector, para anunciar que se van a locutar los próximos estrenos de la cartelera. El tercer efecto sonoro de *Onda Cero* ha sido el de las chocas que acompañan a los peliqueiros de Laza. Este efecto sirve para anunciar el carnaval en el Triángulo Mágico, el Entroido de Galicia, y da paso a la información porque es lo primero que escuchamos. De todos los efectos empleados es el que más información aporta al oyente puesto que el resto de efectos empleados tan solo sirven para ambientar o embellecer la narración. Pero este efecto en sí es información, no un

elemento decorativo, y traslada de lleno al oyente a Galicia a través del sonido de un instrumento típico de allí.



Fuente: elaboración propia

No obstante, se pueden emplear otro tipo de recursos sonoros de catalogación más compleja. Esto es lo que hemos recogido en los dos siguientes gráficos. En el gráfico 33, podemos ver cómo *RNE* vuelve a ser la emisora más creativa e incluye un 27,69% de este tipo de recursos no tan habituales. Algo que contrasta bastante con *Onda Cero*, la emisora que menos incluye con un 11,36%. Ahora bien, estos recursos, tal y como vemos en el gráfico 34 son de lo más variado. Los más frecuentes son los fragmentos sonoros de películas puesto que en mayor o menor medida son un recurso fácil de sacar, muy adaptable a la radio y que todas las emisoras utilizan, si bien vemos cómo la *Cadena SER* (80,00%) duplica a la *COPE* en esta materia (33,33%). No obstante, de este gráfico, quizás lo más interesante sea ver cómo *RNE* apuesta por recursos más variados. En las tres siguientes opciones (fragmentos sonoros de series, baterías de personas que asisten a un determinado evento cultural, y fragmentos sonoros de ficciones radiofónicas), *RNE* es la única que decide apostar por ellas en su búsqueda de riqueza. Por otro lado, veamos cómo la cadena *COPE* destaca en la categoría “Otros” por encima del resto con un 66,67%. Este es el motivo de que se haya incluido el apartado “Dos o más de los anteriores” en los que vemos una vez más la apuesta de *RNE* por la variedad con un 5,56% y, sorprendentemente, la de la *Cadena SER* con un 20,00%.



5. CONCLUSIONES

Del análisis de los resultados obtenidos en lo referente a la cobertura cultural de las cuatro principales emisoras de radio españolas se desprenden las siguientes conclusiones:

Primera: La cobertura cultural en los informativos del mediodía de las principales emisoras nacionales es francamente escasa. Esta era la hipótesis de la que partía la investigación y hemos conseguido constatar que, efectivamente, se cumple. También hemos visto que *RNE* constituye, en cierto sentido, una excepción porque si bien tampoco es excesivamente abundante la información cultural que incluye, al menos, si se despega de sus competidoras significativamente. Tanto es así que hemos comprobado cómo el número de piezas culturales que emiten *Cadena SER* y *COPE* juntas no llega a superar al de *RNE*. También es cierto que el margen de emisión de *RNE* es más amplio porque en el resto de privadas debemos descontar las desconexiones territoriales y que *RNE* no obtiene tantos oyentes como las otras tres emisoras, las cuales no apuestan con tanta insistencia en cubrir aspectos culturales. Pero no deja de ser llamativo que, con menos oyentes, doble el número de piezas culturales de las otras dos emisoras privadas. De este hecho, podemos inferir que *RNE*, al ser una emisora pública, tiene la obligación de cubrir la información cultural, de ofrecer ese servicio a la ciudadanía dentro del informativo del mediodía, mientras que las emisoras privadas no se preocupan tanto por este ámbito salvo en contadas excepciones.

Segunda: La constancia informativa en términos culturales se debe esencialmente a la presencia de eventos programados de carácter tanto nacional como internacional. En aquellas fechas en las que no figura ningún tipo de actividad semejante, la información cultural descende drásticamente quedándose a unos niveles francamente preocupantes. Dentro del periodo seleccionado encontrábamos eventos absolutamente relevantes para el mundo de la cultura, entre ellos los premios Goya, los premios Grammy, los premios BAFTA, los premios César y los premios Oscar. Resultaba sencillo por tanto que, en las fechas que coincidían con tales eventos, las piezas se disparasen, algo que ha sucedido, pero quizás no tanto como cabía esperar. Es cierto que la presencia de la cultura en los informativos radiofónicos en las fechas coincidentes con los Goya y los Grammy (26 de enero) han sido significativamente mayores al resto, al igual que el día 10, punto máximo informativo debido a los Oscar. Pero también hemos comprobado cómo, desgraciadamente, exceptuando los principales atractivos para aglutinar algo más de información cultural, esta quedaba bajo mínimos.

Tercera: Las emisoras analizadas relegan a un papel no protagonista a la cultura. Hemos detectado esto porque, en primer lugar, la información cultural no ha sido digna merecedora de abrir un informativo más que en dos contadas ocasiones. Una, en la emisora *Onda Cero*, con motivo de la gala de los Goya, de nuevo un destacado evento nacional, y la otra en *COPE* con motivo del prematuro fallecimiento de su compañero y amigo, el periodista David Gistau. Por norma general, las noticias culturales se han integrado como parte del informativo, un aspecto que sí resulta positivo porque nos da una idea de cómo este apartado de la información también se integra como destacado en la misma. No obstante, el segundo porcentaje más elevado sí relegaba la cultura a ese último puesto al que acostumbra, como cierre de informativo. Sería conveniente que las emisoras apostaran por darle el merecedor protagonismo a la cultura sin recelos, también en un informativo, y no solo en aquellos magazines culturales que integren la parrilla de cada emisora. En el tramo que ha sido objeto de análisis había muchos eventos a los que se les podría haber dado una importancia mayor de la que se le ha dado. Además, hemos podido detectar, cómo en el aspecto de la duración, aquellas emisoras que están a la cabeza en la realización de piezas culturales, *RNE* y *Onda Cero*, también han dedicado un porcentaje mayor de tiempo a informar sobre cultura. En cualquier caso, el tiempo dedicado a ciertas piezas es menor a 30 segundos en el 26,95%, el segundo porcentaje más alto de los casos, algo que invita a reflexionar sobre la importancia que se le confiere a la cultura dentro del mismo. Por lo que también se confirma nuestra segunda hipótesis, especialmente el apartado referente a la posición informativa.

Cuarta: En los informativos, la cultura es esencialmente informativa, algo que era de esperar pero que nos lleva a sugerir la siguiente idea: podría haberse dado una explotación menos desigual de los diferentes géneros radiofónicos para aportar una mayor riqueza informativa al oyente. Sin embargo, y sin perder de vista el hecho de que es un informativo, por cuestiones de tiempo, formatos como el reportaje o la entrevista, géneros especialmente atractivos para explotar los contenidos culturales, han caído en el olvido mientras que la noticia o la crónica copan casi por completo el espacio informativo. De estos resultados podemos inferir que los espacios culturales se reservan dentro de la parrilla para otros magazines de mayor extensión, mientras que su carácter noticioso no es tan relevante como lo podría ser una noticia política o económica.

Quinta: La información cultural analizada está relacionada, básicamente, con grandes eventos culturales (siendo estos de música y de cine esencialmente) y con el fallecimiento de rostros

conocidos. Por un lado, estos eventos han sido premios en su mayoría, grandes eventos tanto nacionales como internacionales sobre los que recaen todas las miradas por el despliegue de elegancia, estrellas y medios que traen consigo. Pero recordemos que estos premios que trufaban las fechas de análisis no son más que la culminación de un trabajo cultural bien realizado, podríamos decir que la punta de un iceberg mucho más profundo sobre el que nadie ha reflexionado. Si no llegan estas grandes galas con sus estrellas no se hablaría de los motivos que impulsan esos galardones, esencialmente, las películas o la música.

Por otro lado, no podemos dejar de destacar que encontramos muchas informaciones culturales centradas en el pasado en forma de efemérides o de noticias sobre fallecimientos de personajes relevantes. Y, si bien resulta fundamental recordar a los grandes de la cultura, honrarles, rendirles el homenaje que merecen, también lo es dar espacio a los que en la actualidad forman parte activa de la cultura. En definitiva, la información cultural no está lo suficientemente volcada en informar sobre el día a día de lo que sucede. A fin de cuentas, la cultura debería estar muy viva dentro de la información porque forma parte del ocio y el acervo de la ciudadanía. Por este motivo, también deberían abrirse espacios informativos culturales con otras miradas que fuesen un poco más allá dentro de los informativos. Aprendamos a destacar lo meritorio de los artistas mientras están en activo.

Sexta: Existe una desproporción significativa entre los ámbitos culturales a los que pertenecen las diferentes piezas culturales. El cine como instrumento de ocio queda a la cabeza con una diferencia abismal, seguido por la música y la literatura mucho después en todas las emisoras analizadas. Sin embargo, percibimos un esfuerzo mayor en *RNE* por variar, pues es la cadena que ha tratado otros temas como la danza y el teatro. Sobre este último punto es conveniente a pararse a reflexionar que las dos piezas relacionadas con esos dos temas tienen un carácter humanitario y social que las define y diferencia del resto de informaciones de ese ámbito, motivo por el cual deciden incluirse. Esto nos lleva a preguntarnos si la danza o el teatro, y en menor medida las artes plásticas, entendidos como tales no son lo suficientemente relevantes como para destacarse en un informativo si no tienen ese trasfondo detrás. Bien es cierto que este tipo de actividades culturales mueven menos dinero que los eventos relacionados con el cine o la música, pero también lo es que si los medios de comunicación no ponen de su parte por generar ese interés y dar el respaldo que necesitan el interés por parte de la ciudadanía será aún menor. Se debería apostar por incentivar esas artes que, pese a no ser tan populares, también merecen un espacio informativo digno por su relevancia cultural.

Séptima: No hay un seguimiento en profundidad de los eventos culturales que tanto interesan. Las informaciones se limitan a realizar previas, es decir, a anunciar que ese evento va a acontecer, pero no cubren con igual intensidad cómo se ha desarrollado el evento en sí, algo que resultaría absolutamente enriquecedor desde un punto de vista cultural. De nuevo, es interesante incidir en cómo la información cultural se queda en la superficie sin ahondar lo suficiente ya sea en variedad de temas, o como en este caso, en los propios acontecimientos a los que sí que se les ha dado un espacio.

Octava: Respecto a los datos en materia de género, no podemos dejar de notar que mientras que las mujeres tienen un lugar muy destacado como locutoras de este tipo de información, los testimonios que se recogen de personajes femeninos representantes de la cultura es muy inferior. Las mujeres como expertas solo aparecen en el 39,5% de los casos frente al 56,67% de los hombres. Los datos parecen invertidos. El equilibrio de géneros entre voces relacionadas con la cultura es tan solo del 3,9%. Aquellas noticias culturales que han sido locutadas por ambos géneros alcanzan el 10,2%. Es decir, se le da un puesto muy destacado a la mujer como profesional de los medios de comunicación, pero su testimonio como persona relevante en el universo de la cultura ya no interesa tanto. Aunque en este sentido, es destacable matizar que en el caso de *Onda Cero* se da un absoluto equilibrio entre la importancia que confieren a uno y otro género dentro de las informaciones culturales.

Novena: En lo referente al uso de los diferentes elementos del lenguaje radiofónico se ha detectado una falta de originalidad. Si bien el empleo de la música es más que abundante, la función que cumplía en la mayoría de los casos no aportaba un significado real a lo narrado. En la mayoría de las ocasiones cumplía una función esencialmente de acompañamiento, no potenciaba el entendimiento de la misma, ni despertaba emociones en el oyente ni servía para describir un paisaje imaginario. Se deberían buscar propuestas más innovadoras dentro de los espacios informativos, los cuales, por temor a no ser completamente objetivos, dejan a un lado ciertas posibilidades sonoras de la radio que enriquecerían enormemente el valor de las piezas. Algo similar sucede con los efectos sonoros, los cuales, entendidos como tales, solo aparecen en cuatro ocasiones, pero con gran acierto. Un efecto sonoro acertadamente colocado puede servir de gran ayuda al oyente para hacerse una composición de lugar, no tiene por qué desprestigiar el resto de la nota informativa. Existe un temor o un recelo evidente a innovar en la narración de las piezas culturales, quizás también agravado por otros aspectos como la falta de tiempo.

Si, tal y como afirmaba categóricamente Rodero (2005), la radio “se ha convertido en monotonía, en improvisación, pura realidad, en un medio que ya no obliga a sentir” (p. 135), despertémosla. Comprendamos en qué erramos para poder devolver la cultura al lugar que se merece dentro de la radio generalista española y explotar al máximo sus posibilidades sonoras.

6. ANEXOS

6.1 Código de análisis

1. Número de unidad de análisis

2. Fecha

1. 24/01/2020
2. 25/01/2020
3. 26/01/2020
4. 27/01/2020
5. 28/01/2020
6. 29/01/2020
7. 30/01/2020
8. 31/01/2020
9. 01/02/2020
10. 02/02/2020
11. 03/02/2020
12. 04/02/2020
13. 05/02/2020
14. 06/02/2020
15. 07/02/2020
16. 08/02/2020
17. 09/02/2020
18. 10/02/2020
19. 11/02/2020

3. Emisora de radio en la que se emite el anuncio

1. *Cadena SER*
2. *Onda Cero*
3. *COPE*
4. *Radio Nacional de España*

4. Género del profesional que locuta la información cultural

1. Hombre
2. Mujer
3. Hombre y mujer
4. Otro

5. ¿Qué posición ocupa la información sobre cultura en el informativo?

1. Noticia de apertura del informativo.
2. Forma parte de la presentación del informativo, pero no como apertura.
3. Forma parte del tramo informativo, como apertura.
4. Forma parte del tramo informativo, pero no abre el tramo.
5. Es el cierre del informativo.
6. Sumario / Titulares dentro del informativo que no sean los de portada

6. Duración de la pieza cultural

1. Menos de 30 segundos
2. Entre 31 y 60 segundos
3. Entre 61 y 120 segundos
4. Más de 120 segundos

7. ¿Cuál es el género periodístico con el que se identifica la pieza radiofónica?

1. Noticia / crónica
2. Entrevista
3. Reportaje
4. Opinión
5. Otros

8. ¿Cuál es la categoría cultural principal de la pieza?

1. Cine
2. Artes plásticas

3. Música
 4. Danza
 5. Literatura
 6. Teatro
 7. Otros
 8. Dos o más de los anteriores
9. ¿Cuál es el tema que aborda la pieza principal?
1. La gala de los Goya
 2. La gala de los Oscar
 3. Estrenos de cine
 4. Agenda o propuestas de fin de semana
 5. La gala de los premios Grammy
 6. Premio Francisco Umbral de literatura
 7. Fallecimiento del cineasta José Luis Cuerda
 8. Fallecimiento del actor Kirk Douglas
 9. Premio Seix Barral 2020
 10. ARCO, Feria de Arte Contemporáneo
 11. Fallecimiento del periodista y escritor David Gistau
 12. Fallecimiento del actor de televisión Félix Casas
 13. 75 aniversario de la liberación del campo de concentración de Auswitch
 14. Concierto de Keane
 15. Publicación del libro *Imagine this; creciendo con mi hermano John Lennon*
 16. Concierto Hatsune Miku, la estrella del pop japonés creada por holograma en España
 17. Concierto de la banda de punk rock *Dropkick Murphys*
 18. La gala de los premios de cine César
 19. Ficción sonora dirigida por Elvira Lindo en *RNE*
 20. Concierto de Creedence Clearwater Revival
 21. Festival de cine negro de Barcelona 2020
 22. Elección de la canción Eurovisión 2020
 23. 200 años del nacimiento de Concepción Arenal
 24. Fallecimiento de la novelista de misterio estadounidense Mary Higgins Clark
 25. La gala de los premios BAFTA
 26. Exposiciones de Rodin (Fundación Canal Madrid y MAFRE).

27. Fallecimiento de George Steiner, premio Príncipe de Asturias de Comunicación 2001
28. Regreso a los escenarios de *The Black Crowes*
29. Exposición del video artista contemporáneo Bill Viola
30. Gira de *Kaiser Chiefs*
31. Dos bailarinas abren por primera vez el baile de debutantes de la Ópera de Viena
32. Representación de *El Rey Lear* a cargo la compañía *Números Imaginarios*
33. 75 aniversario del nacimiento del músico Bob Marley
34. Publicación del libro de Almudena Grandes *La madre de Frankenstein*
35. Lanzamiento en disco del concierto de Bryan Ferry en 1974
36. Inmersión en las pinturas rupestres de Altamira gracias a la realidad virtual
37. 130 aniversario del nacimiento de Anita Delgado
38. Publicación del libro *De qué dolor son tus ojos*
39. 40 aniversario del inicio de la Movida Madrileña.
40. Restauración de *Plaza de San Marcos en Venecia* de Canaletto gracias al micromecenazgo en el Museo Thyssen- Bornemisza
41. Interpretación de las sinfonías nº 4 y 5 de Beethoven a cargo de sir John Eliot Gardiner y Orchestre Révolutionnaire et Romantique
42. Fallecimiento del escritor Carlos Rojas
43. Condecoración con la Gran Cruz de la Orden Civil de Alfonso X El Sabio para el cineasta José Luis Cuerda
44. Publicación *Visitar todos los cielos* de Vicente Aleixandre
45. Premio de Música Polar
46. Premio Ramón Llull de las Letras Catalanas 2020
47. Publicación *La casa del padre* de Karmele Jaio
48. Recomendaciones de libros
49. *Mercedes Benz Fashion Week*
50. Recorrido sonoro por las dos Kansas y San Francisco
51. Centenario del nacimiento de Isaac Asimov, padre de la ciencia ficción
52. Carnaval en el Triángulo Mágico, el Entroido de Galicia
53. Reutilización de la basura como arte a través de Basuarama, Escombrarte
54. Capaces, película sobre personas paralímpicas
55. Presencia de la mujer actriz en el cine español
56. “Casas y tumbas”, la última novela de Bernardo Atxaga
57. Presentación de la Fundación Montserrat Caballé

58. Celebración del año de “la rata” en la cultura China
59. Videojuegos más respetuosos con el medioambiente
60. Nueva línea de ayudas a los videojuegos y a la cultura digital
61. El papel de la FEDERACIÓN ES MUSICA
62. Movilización desde el mundo de la cultura británica para intentar frenar el Brexit

10. ¿Cuál es el origen geográfico de la pieza radiofónica?

1. España
2. Internacional

11. ¿Cuál es el origen noticioso de la pieza radiofónica?

1. Efemérides
2. Hecho noticioso
3. Evento programado nacional
4. Evento programado internacional
5. Otros

12. En caso de que en la pregunta 11 se responda “evento programado nacional” o “evento programado internacional” ¿en qué contexto temporal se emite la pieza radiofónica?

1. Antes, a modo de previa
2. En directo
3. Posteriormente, como crónica del evento.

13. ¿Se emplea el elemento del lenguaje radiofónico de la ‘música’ en la pieza?

1. Sí
2. No

14. En el caso de que la pregunta 13 sea afirmativa ¿con qué finalidad?

1. Función objetiva o funcional
2. Función subjetiva o expresiva
3. Función descriptiva o ambiental

4. Función narrativa

15. En el caso de que la pregunta 13 se afirmativa ¿qué tipo de música se emplea?

1. Sintonía
2. Composición musical relacionada con el hecho noticioso
3. Composición musical no directamente relacionada con el hecho noticioso

16. ¿Se emplean en la pieza informativa ‘efectos sonoros’?

1. Si
2. No

17. ¿Se recogen ideas y/o testimonios de personajes representativos del mundo de la cultura en la pieza informativa?

1. Sí
2. No
3. Otros testimonios no estrictamente relacionados

18. En caso de que la respuesta a la pregunta anterior sea afirmativa, ¿a qué ámbito de la cultura pertenecen?

1. Cine
2. Artes plásticas
3. Música
4. Danza
5. Literatura
6. Teatro
7. Otros
8. No identificados
9. Dos o más de los anteriores

19. En caso de que la respuesta a la pregunta 17 sea afirmativa, ¿cuánto tiempo se le dedica a esos personajes?

1. Menos de 30 segundos
2. Entre 30 y 60 segundos
3. Entre 61 y 90 segundos
4. Más de 90 segundos

20. En caso de que la respuesta a la pregunta 17 sea afirmativa, ¿quiénes son los protagonistas de los cortes?

1. Almodóvar
2. Almodóvar y Amenábar
3. Tres o más protagonistas
4. Silvia Abril y Mariano Barroso
5. Antonio Banderas
6. Rosalía
7. Alicia Keys y Rosalía
8. Andreu Buenafuente
9. Kirk Douglas
10. Gonzalo Cunill
11. Joaquin Phoenix
12. Joaquin Phoenix y Bong Joon-Ho
13. Curru Garabal, directora artística *Intemperie*
14. Amanda Digon, protagonista del musical *Flash Dance*
15. Marisol
16. Rosalía y Billie Eilish
17. Julia Lennon
18. Academia del Cine Francés
19. Joaquín Martínez, Federación ESMUSICA
20. Carlos Zanón, comisario Barcelona Negra 2020
21. Blas Cantó
22. Ana Caballé, escritora y biógrafa de Concepción Arenal
23. Mary Higgins Clark, novelista de misterio
24. Guillém Ramisa, supervisor de composición musical de la película de animación *Klaus*

25. Nadia Arroyo, directora de cultura de la Fundación MAPFRE
26. George Steiner, premio príncipe de Asturias de comunicación 2001
27. Kira Petrov, comisaría de la exposición y director de Bill Viola Studio
28. Otis Rodríguez, crítico de cine
29. María José Ruiz Mayordomo, catedrática de danza en el Conservatorio Superior de Málaga
30. Paula Amor, coordinadora de los *Números Imaginarios*
31. Pedro Almodóvar y Carlos Martínez
32. Almudena Grandes
33. Ramón María del Valle Inclán
34. Bon Joon-Ho
35. Hildur Guðnadóttir, ganadora del Oscar mejor banda sonora por Joker
36. Sir John Eliot Gardiner, director de Orchestre Révolutionnaire et Romantique
37. El escritor Carlos Rojas
38. Elvira Lindo y Víctor Fernández editor *Visitar todos los vuelos*
39. Nuria Pradas, ganadora del premio Ramón Llull de las Letras 2020
40. Ex directora de la Academia de los Grammy, Deborah Dugan (acoso sexual)
41. La escritora Karmele Jaio
42. Directora de la Mercedes Benz Fashion Week, Nuria de Miguel
43. Ángel Fernández, dir Fundación Asimov e Isaac Asimov.
44. Blanca Apilánez, actriz y Silvia Abril, presentadora de los Premios Goya 2020.
45. Sergio Pablos, director de *Klaus*.
46. Bernardo Atxaga, escritor de *Casas y tumbas*
47. David Gistau, periodista
48. Benedicta Sánchez, premio Goya 2020 actriz revelación por *O que Arde*.
49. Mariano Barroso, Director Academia del Cine Español
50. Claudia Cedó, autora de *Como una perra en un descampado*
51. José Manuel Rodríguez Uribes, Ministro de Cultura y Deporte

21. En caso de que la respuesta a la pregunta 17 sea afirmativa, ¿qué voces priman en los cortes en función del género de sus protagonistas?

1. Masculinas.
 2. Femeninas.
 3. Equilibrio entre géneros.
22. ¿Se utilizan otro tipo de recursos sonoros que no sean los anteriormente mencionados?
1. Si
 2. No
23. En caso de que la respuesta a la pregunta 22 sea “Si” ¿qué tipo de recursos?
1. Fragmentos sonoros de películas
 2. Fragmentos sonoros de series de televisión
 3. Batería de *públicos* de cultura
 4. Fragmentos sonoros de ficciones radiofónicas
 5. Otros
 6. Dos o más de los anteriores.

Hoja de instrucciones para la codificación

1. Se han codificado todas las unidades de análisis relacionadas con la cultura escuchadas en cada una de las cuatro emisoras analizadas a lo largo de los diecinueve días estipulados.
2. En la variable 4, se entenderá como “Hombre y mujer”, aquella información que ha sido locutada por ambos géneros. Es decir, una pieza en la que la información que aporte tanto el locutor como la locutora sea indispensable a pesar de que un género tenga más espacio informativo que otro en esa misma información.
3. En la variable 7, se entenderá como “Otros” todas aquellas piezas cuyo género periodístico no encaje a la perfección en las anteriores opciones.

4. En la variable 8, se entenderá como “Otros” cuestiones relacionadas con el periodismo, los videojuegos, la moda, la historia, carnavales y demás temas de una catalogación menos estricta dentro de lo que entendemos puramente como “cultura”.
5. En la variable 14, se entenderá como “función funcional o de acompañamiento” a la melodía que actúe como respaldo de la información cultural sin aportar ningún otro valor añadido más que el de servir de base a la información. Por otro lado, se denominará “función subjetiva o expresiva” a aquella melodía ubicada en una pieza cultural con el fin de emocionar al oyente. Tiene el objetivo de removerlo ayudándose de esa composición que, relacionada con el hecho o no, es capaz de embellecer la pieza informativa. En tercer lugar, se conocerá como “función descriptiva” a aquella melodía que sirve para ambientar, describir o recrear la pieza informativa de manera genérica o la información concreta que se da dentro de la misma. En último lugar, aparecerá la “función narrativa” siempre que la melodía tenga un sentido estructurador de la información dentro de la pieza cultural, ya sea como introducción, cambio de ambiente (transición) o finalización de la misma.
6. En la variable 17 se entenderá como “Otros testimonios no estrictamente relacionados” aquellos testimonios que se recogen dentro de una pieza cultural pero que no corresponden estrictamente a los actantes de la cultura. Todos aquellos testimonios de personas que aportan información a la pieza cultural pero que no colaboran estrictamente en la creación de un producto cultural o que no tienen un nombre significativo dentro del universo de la cultura.
7. En la variable 18 se aplicará la misma norma que a la variable 8 (punto 4).
8. En la variable 21 se entenderá como “equilibrio entre géneros” a aquella pieza en la que aparezcan el mismo número de cortes correspondientes tanto a voces masculinas como femeninas.
9. En la variable 23 se entenderá como “batería de públicos de cultura” a aquellas piezas en las que se incluyan varios cortes de personas anónimas a las que se entrevista por el hecho de asistir o participar en un evento o actividad cultural. Dentro de esta misma variable se entenderá como “Otros” a aquellos fragmentos de galas de eventos de relevancia en los que no se da una información más que puramente ambiental ya sea

por el sonido de aplausos en un momento dado o por sonidos de voces que realmente no aportan una información con el valor de corte en un sentido estricto. En definitiva, todos aquellos sonidos de una difícil catalogación que aportan una información más decorativa o estética que puramente informativa.

7. BIBLIOGRAFÍA

Andréu, J. (2002). *Las técnicas de Análisis de Contenido: Una revisión actualizada*.

Fundación Centro de Estudios Andaluces. <https://url2.cl/uULLi>

Bustamante, E. (Coordinador). (2019). *Informe sobre el estado de la cultura en España*.

Cultura local, democracia, desarrollo. [ICE-2019]. Fundación Alternativas.

<https://url2.cl/18ZeK>

Cebrián, M. (2001). *Información radiofónica: mediación técnica, tratamiento y programación*. Síntesis.

Delgado, E. (2011). *Temas para el debate económico y político del contexto*. OEI, Cultura

Documentos. <https://www.oei.es/historico/cultura/debatesdelgado.htm>

Denzin, N. K. (2003). *The landscape of qualitative research. Theories and issues*. Sage

Publications.

Fundación Contemporánea. (2020). *Lo mejor de la cultura 2019*. <https://url2.cl/4nQNx>

Fundación SGAE. (2019). *Anuario sgae de las artes escénicas, musicales y audiovisuales*.

<http://www.anuariosgae.com/anuario2019/home.html>

- García, M. C. y Berganza, M. R. (2005). El método científico aplicado a la investigación en Comunicación Mediática. En MR. Berganza y JA. Ruiz (Eds.), *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. (págs. 19- 42). McGraw-Hill/Interamericana de España, S. A. U.
- González, M. J. (2006). La credibilidad de la voz como aspecto persuasivo de creación radiofónica. *REVISTA DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS*. Icono 14 (6). <https://icono14.net/ojs/index.php/icono14/article/view/424>
- Grijelmo, A. (2012). *La información del silencio. Cómo se miente contando hechos verdaderos*. Editorial Taurus. <https://bit.ly/2B2o6Xt>
- Izquierdo Expósito, V. (2014). Análisis de la información artística en los medios escritos generalistas españoles (El País, El Mundo y ABC). *Estudios sobre el Mensaje Periodístico*, 20(2), 1121-1130. https://doi.org/10.5209/rev_ESMP.2014.v20.n2.47053
- Kantar Media (2017). *La Cultura en los medios de comunicación. Una aproximación cuantitativa*. <https://url2.cl/DFPns>
- Krippendorff, K. (1990). *Metodología de análisis de contenido. Teoría y Práctica*. Piados Comunicación.
- Moreno, P. (2015). *Análisis de los informativos de mediodía en la radio generalista española Estudio comparativo en cuanto a forma y contenidos de las temporadas 2012/2013 y 2013/2014*. [Tesis doctoral]. <https://n9.cl/kgw9>

Riffe, D., Lacy, S., y Fico, F.G. (1998). *Analyzing media messages: using quantitative content analysis in research*. Mahwah-Nueva Jersey, Lawrence Erlbaum Associates.

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

Rodero, E. (2005). Recuperar la creatividad radiofónica. Razones para apostar por la radio de ficción. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (32), 133-146.

<https://ddd.uab.cat/record/5415>

Rodríguez, F. (2003). *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*. Editorial Gedisa.

Rodríguez, F. (2017). *Oficio de lecturas: escritos del periodismo cultural*. Terra Ignota Ediciones.

Rodríguez, J. L. (26 de diciembre de 2011). *La cultura del periodismo cultural*.

<https://mesadetrabajo.blogia.com/2011/122605-la-cultura-del-periodismo-cultural.php>

Sánchez, J. J. (2005). Análisis de contenido cuantitativo de medios. En MR. Berganza y JA. Ruiz (Eds.), *Investigar en comunicación. Guía práctica de métodos y técnicas de investigación social en Comunicación*. (págs. 207-228). McGraw-Hill/Interamericana de España, S. A. U.

Schwartz, H., y Jacobs, J. (1984). *Sociología cualitativa. Método para la reconstrucción de la realidad*. México, Editorial Trillas.

Tylor, E. B. (1977). *Cultura primitiva 1. Los orígenes de la cultura*. Ayuso.

Villa, M. J. (1998). El periodismo cultural. Reflexiones y aproximaciones. *Revista LATINA de Comunicación Social*. Núm. 6.

<https://mdc.ulpgc.es/utills/getfile/collection/rldcs/id/523/filename/150.pdf>