UNIVERSIDAD PERUANA DE CIENCIAS APLICADAS

FACULTAD DE COMUNICACIONES

PROGRAMA ACADÉMICO DE COMUNICACIÓN Y PERIODISMO

Narrativas periodísticas sobre lo rural y urbano: el caso de “Reportaje al Perú”

TESIS

Para optar el título profesional de Licenciado en Comunicación y Periodismo

AUTOR(ES)

Sotelo Ramos, Jairo Alejandro (0000-0002-1289-5759)

ASESOR

Sánchez Dávila, Mario Elmer (0000-0002-8973-3678)

Lima, 30 de noviembre del 2019

DEDICATORIA

A mi familia, por siempre apoyarme

RESUMEN

La relación entre el periodismo y turismo es compleja e interesante. Siendo el Perú un país turístico por naturaleza (ya que muchas culturas florecieron en el país dejando demasiados vestigios importantes) resulta necesario analizar el trato periodístico hacia esta actividad económica: cómo se plasma una ciudad o localidad nacional, bajo qué criterios o con qué profundidad y criticidad se intenta retratarla. Se parte de esta premisa para analizar el programa televisivo “Reportaje al Perú”, el cual cuenta con más de 18 años de vigencia en la pantalla chica peruana. Ante ello, resulta pertinente analizar el discurso de dicho producto televisivo, ya sea tanto por la representación que realiza de la ciudadanía así como del trato que realiza hacia las distintas localidades visitadas y de sus respectivos imaginarios. También se toma de partida los distintos tipos de periodismo en el campo del turismo: periodismo de viajes y turístico. Existen dos maneras claras de trato periodístico sobre la actividad económica, por lo que resulta necesario definir en cuál categoría se encuentra el programa conducido por Manolo Del Castillo. Asimismo, bajo los conceptos de nueva ruralidad, naturaleza, cultura y representación, se busca dar una clara perspectiva de cómo realiza el trato periodístico este programa bandera del turismo en la televisión nacional.

Palabras clave: Periodismo; turismo; televisión; representación; estereotipos; prejuicios.

Journalistic narratives about rural and urban: the case of "Report to Peru"

ABSTRACT

The relationship between journalism and tourism is complex and interesting. Peru being a tourist country by nature (since many cultures flourished in the country leaving too many important vestiges) it is necessary to analyze the journalistic treatment towards this economic activity: how a city or national locality is shaped, under what criteria or with what depth and criticality it is tried to portray it. This premise is used to analyze the television program "Reportaje al Perú" (Report to Peru), which has been on the Peruvian small screen for more than 18 years. In view of this, it is pertinent to analyze the discourse of this television product, either because of the representation it makes of the citizenry as well as the treatment it makes towards the different localities visited and their respective imaginaries. It also takes as a starting point the different types of journalism in the field of tourism: travel journalism and tourism. There are two clear ways of journalistic treatment on economic activity, so it is necessary to define in which category is the program conducted by Manolo Del Castillo. Also, under the concepts of new rurality, nature, culture and representation, it seeks to give a clear perspective of how the journalistic treatment makes this flagship program of tourism on national television.

Keywords: Journalism; tourism; television; representation; stereotypes; prejudices.

TABLA DE CONTENIDOS

1. INTRODUCCIÓN	1
2. PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA.....	3
2.1 Realidad Problemática.....	3
2.2 Formulación del Problema	5
2.3 Justificación	6
2.4 Objetivos	7
3. MARCO TEÓRICO	8
3.1 Antecedentes	8
3.2 Bases Teóricas.....	11
3.2.1 Periodismo de Viajes y Periodismo Turístico	11
3.2.2 Representación Ciudadana	20
3.3 Glosario o definición de términos básicos	32
4. METODOLOGÍA	37
5. RESULTADOS	39
5.1 Programas.....	39
5.1.1 Bagua: selva linda, selva grande	41
5.1.2 Huallay, magia en la piedra	53
5.1.3 Mollendo, esplendor en el sur	64
5.1.4 Amazonas, un mundo aún por descubrir	74
5.1.5 Huaguruncho, el apu del Antisuyo	78
5.1.6 Tacna, entre la costa y el mar	82
5.1.7 Moyobamba, la selva del río Mayo	87
5.1.8 Camino Inca, la ruta hacia Machu Picchu	91
5.1.9 Ilo, el puerto del sur	96
5.1.10 Vilcabamba y la resistencia Inca	100
6. ANÁLISIS.....	104
5.1.1 Nueva ruralidad y pluriactividad	104
5.1.2 Modelos de representación	106
5.1.3 Naturaleza y cultura	109
5.1.4 Erotización de la mujer	110
7. CONCLUSIONES	112

8. REFERENCIAS	115
9. ANEXOS	120

ÍNDICE DE FIGURAS

Figura 1. Alusión a la aventura	42
Figura 2. Imagen panorámica de Bagua	42
Figura 3. Erotización de la mujer de la selva	43
Figura 4. Entrevista a arqueólogo	43
Figura 5. Conversación breve con una de las personas que viaja en la balsa	44
Figura 6. Chicas jugando en el río	44
Figura 7. Momento del almuerzo donde se pueden ver al conductor con mujeres locales	45
Figura 8. Imagen del malecón de Bagua	46
Figura 9. Entrevista a poblador	47
Figura 10. Recorrido en las cavernas de Cambiopitec	47
Figura 11. Llegando a Tutumberos en waro	48
Figura 12. Jayder Sánchez, poblador Aguajún	48
Figura 13. Niños en la laguna	49
Figura 14. Entrevista a José Sanchez	49
Figura 15. Lago de la localidad	50
Figura 16. Preponderación del color verde al inicio del bloque	51
Figura 17. Laguna Burlán	51
Figura 18. Entrevista a César Bartra, jefe del Santuario	51
Figura 19. Catarata del Santuario	52
Figura 20. La escena final es una mujer que mira a la cámara y trata de invitar a pasar	52
Figura. 21 Imagen de introducción al capítulo	53

Figura 22. Carretera	53
Figura 23. Canta	54
Figura 24. Plaza de Canta. Manolo conoce a sus guías.....	54
Figura 25. Imágenes de montañas y valles	55.
Figura 26. Parada en Cullhuay	56
Figura 27 Laguna Chuchón	56
Figura 28. Ofrenda a la naturaleza con Pablo Villafuerte	57
Figura 29. Laguna de 7 Colores	57
Figura 30. Ciudad de Huayllay	58
Figura 31. Ciudadanos de Huayllay	59
Figura 32. Manolo Del Castillo hablando con niños locales	59
Figura 33. Complejo minero de San Carlos	59
Figura 34. Momia encontrada en la laguna de Yanacocha	60
Figura 35. Aguas termomedicinales	60
Figura 36. Pachamanca tradicional	63
Figura 37. Vista del bosque	63
Figura 38. Comiendo trucha	64
Figura 39. Entrevista al jefe del santuario	64
Figura 40. Lobos marinos de la zona	65
Figura 41. Puerto de Matarani	65
Figura 42. El conductor conversa con algunas personas locales	67
Figura 43. Se resalta la arquitectura local	67
Figura 44. Ferrocarril de Mollendo	68
Figura 45. Entrevista a Natividad Leiva	69

Figura 46. Imágenes del balneario	69
Figura 47. Humedal del Santuario Nacional Lagunas de Mejía	70
Figura 48. Entrevista al jefe del santuario	70
Figura 49. Manolo comiendo en el restaurante Charlie	71
Figura 50. Castillo Forga	72
Figura 51. Entrevista al arqueólogo Alberto Chávez	73
Figura 52. Entrevista a Teófila Vildoso	74
Figura 53. Sarcófagos	77
Figura 54. Valle de Huaylla Belén	77
Figura 55. Entrevista a Armando Cruz	77
Figura 56. Ruta en mula	78
Figura 57. Desfile de llamas y rally de autos de carrera en el distrito de Vicco	81
Figura 58. Guía mostrándole a Manolo las herramientas a utilizarse para escalar ...	81
Figura 59. Personas del equipo fumando en el camino para hacer que el clima se ponga soleado	81
Figura 60. Hospedaje en Huancabamba (Oxapampa)	82
Figura 61. Ciudad de Tacna	85
Figura 62. Producción de aceitunas y aceite de oliva	85
Figura 63. Manolo y el equipo que lo acompaña bucean	86
Figura 64. Humedales de Ite	86
Figura 65. Exotización de la mujer	86
Figura 66. Manolo en la plaza de Moyobamba	90
Figura 67. En Japelacio resaltan la labor en favor del medio ambiente	90
Figura 68. Cataratas de Pacaypite	90

Figura 69. Manolo desayunando con la familia Shiraishi	91
Figura 70. Manolo con su equipo en Tingana	91
Figura 71. El capítulo inicia mostrando la ciudad del Cuzco.....	94
Figura 72. Comienza el recorrido.....	95
Figura 73. Preponderan muchas imágenes del paisaje.	95
Figura 74. Manolo Del Castillo es el narrador del capítulo e interactúa pocas veces con sus guías.	95
Figura 75. Ciudad de Ilo	98
Figura 76. Manolo comprando pescado cerca al puerto	99
Figura 77. Erotización de la mujer	99
Figura 78. Desierto de Ica	99
Figura 79. Localidad de Huancalle	102
Figura 80. Llegada al complejo inca	102.
Figura 81. Se hace un especial énfasis en la naturaleza local.	103
Figura 82. Visita a los humedales	103
Figura 83. Ciudadela incaica de la resistencia	103

1 INTRODUCCIÓN

Este estudio tiene como principal finalidad brindar un análisis del lenguaje periodístico sobre las localidades nacionales en “Reportaje al Perú”, un programa de televisión que se basa en el turismo como principal materia prima de sus distintas ediciones. El tema principal se centra específicamente en la práctica periodística y en el discurso turístico que el programa sostiene al momento de presentar un destino nacional: uno de los principales puntos a esta investigación es si existe una diferenciación al momento que se presenta una localidad rural y una urbana. Ante dicha situación, es necesario preguntarse hasta qué punto y cómo el producto televisivo en mención hace práctica de los recursos periodísticos, en cuáles los obvia con intencionalidad y con qué finalidad deja de lado algunos recursos. Es por ello que este estudio pretende analizar el lenguaje periodístico de “Reportaje al Perú”, así como describir la funcionalidad de los ciudadanos comunes en las distintas ediciones del programa, es decir, profundizar en la manera en que son retratados.

Antes de ahondar en este aspecto, resulta necesario comentar del papel que juega el turismo en el país. Hablar de la actividad turística en el Perú es un motivo para hacer sentir orgullosos a la gran mayoría de peruanos. La historia con la que cuenta el país, incluso desde antes de la época preincaica, es abundante. Por motivos internos, el turismo no se desarrolló en demasía en los últimos cincuenta años. Por ejemplo, la guerra interna con el grupo terrorista Sendero Luminoso mermó este crecimiento. Sin embargo, en las últimas dos décadas, gracias a la estabilidad social, política y económica, se ha visto un aumento en el turismo. La designación de Macchu Picchu como Maravilla del Mundo en el 2007 ocasionó que la actividad económica goce de un potenciamiento.

Resulta curioso preguntarse hasta qué punto los programas de televisión dedicados al ámbito turístico se han dedicado a difundir los distintos destinos que se pueden visitar. Es hasta necesario preguntarse si los medios de comunicación apoyan en ese sentido a dicha actividad económica: si le dan soporte de manera transparente, resaltando tanto lo bueno como lo malo del sitio, o si, en cambio, tratan de dar una visión errada de la realidad con tal de promover a toda costa el turismo. Ante tal incógnita, resulta un deber mirar la televisión y analizar el discurso de estos programas de viajes que más abundan en la televisión por cable. La cuestión no es simplemente vender un destino por vender: lo necesario es ofertar de manera consciente y honesta para que los turistas regresen cada vez

que gusten, conscientemente de lo que van a encontrar. La finalidad es crear una relación a largo plazo con el visitante, un lazo creado gracias a la honestidad y respeto que se tiene a él. En ocasiones el simplemente hecho de ofertar un producto o servicio simplemente por el hecho de darle exposición resulta contraproducente para los intereses del mismo vendedor.

Ante dicho panorama, se vuelva la mirada sobre “Reportaje al Perú”, uno de los programas más longevos en actividad de la televisión nacional. Este espacio turístico conducido por el periodista Manolo Del Castillo resalta por su manera de retratar la realidad nacional: siempre, con el carisma que lo caracteriza, el presentador suele mostrar un destino nacional que en ocasiones resulta ser hasta inédito para el imaginario del televidente. Al ser un programa de vocación o finalidad periodística (nótese que incluso se utiliza a un recurso periodístico como ‘reportaje’ en el título del programa), resulta curioso analizar el soporte del discurso que se plantea hacia el público, así como la manera en que se retrata a la sociedad visitada.

Al mencionar que es uno de los programas más longevos en actividad, se desprende el hecho que es un programa que ha marcado la pauta en los distintos productos que nacieron posteriormente y que siguen la misma línea turística. Estos nuevos productos televisivos podrían haber tomado como referencia el estilo de “Reportaje al Perú” y seguir su ejemplo.

Ante ello, resulta necesario preguntarse si existe un buen trato de la información en estos programas: si se practica estrictamente el periodismo en ellos, si se utilizan los elementos o herramientas que propone el periodismo para componer un discurso riguroso al momento de tratar la información con el que se cumpla la finalidad que el programa se ha planteado. Es por ello que este estudio pretende abordar este aspecto no tan profundizado: el periodismo relacionado al turismo en el país a partir de la figura que transmite “Reportaje al Perú”. Su manera de plasmar realidad es un tema necesario a ser analizado, especialmente a su discurso referido al momento de intentar plasmar al ciudadano y a su aporte social. No se busca criticar la labor en favor del turismo del programa, sino se intenta encontrar los principales aspectos o mecanismos que utilizan y entender por qué hacen uso de ellos.

2 PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

2.1. Realidad Problemática

En la televisión peruana, no se encuentran demasiados programas periodísticos relacionados al turismo. Los canales TV Perú y Plus TV son los dos más conocidos de la señal local que cuentan en sus parrillas con programas volcados al turismo. Ante tal situación, se puede deducir que no existen demasiados ejemplos al momento de querer estudiar y analizar este estilo de programas.

En la actualidad, además de “Reportaje al Perú”; existen dos programas populares que vuelcan su desarrollo en el ámbito turístico. Uno de ellos es “Tiempo de Viaje”, el cual es conducido por el periodista Rafo León. Este programa resalta básicamente por la narración en primera persona del conductor, asimismo por su interacción cotidiana con los ciudadanos de a pie. Su centro es la vida diaria, retratar el día a día de las personas de la localidad visitada. Rafo León busca conocerlos y los retrata a partir de su narración. El programa tiene una suerte documentalista, ya que el manejo audiovisual dan a entender esta intención a través de planos sin mucha simetría ni perfección. El conductor podría ser definido como un cronista.

Otro programa que resalta actualmente es “5 Destinos”, conducido por el actor Pedro Pablo Corpancho. Este programa resalta porque el conductor se graba a si mismo con una cámara mientras le habla al espectador, dándole detalles del destino que visita. No hay un contacto directo con las personas locales del lugar. Solamente se limita a dar consejos y tips para los turistas: no hay profundidad periodística.

“Reportaje al Perú”, como se mencionó anteriormente, es el programa más longevo en actividad que se vuelca al campo del periodismo relacionado al turismo. Es decir, es un programa que ha podido marcar una tendencia al momento de desarrollarse programas nuevos especializados en la misma rama.

Como se conoce, el periodismo es un oficio fundamental del que toda sociedad debería apoyarse para buscar progresar: su finalidad es dar a conocer hechos que tal vez no se quieren difundir, buscando ante todo la veracidad y la justicia de los hechos. Ante ello, se infiere que todo programa periodístico relacionado al turismo debería buscar retratar el

lugar visitado sobreponiendo ante todo la realidad, sin mentir, con la finalidad de tratar proponer o detectar oportunidades de mejora.

Antes de explicar las distintas hipótesis y conclusiones de estudios realizados anteriormente sobre el mismo campo del presente análisis, es necesario detallar el tema principal que desarrollará el presente estudio. En primer lugar, se explicará en qué consiste el programa analizado en esta tesis: “Reportaje al Perú”. Dicho programa de periodismo cultural es un magazine semanal del canal TV Perú conducido por el reportero Manolo del Castillo. En él se muestran distintos parajes de nuestro país a través de crónicas audiovisuales, crónicas que resaltan los destinos turísticos de nuestro país principalmente. A partir de una visión cómica y amena combinada con la documental, tanto el presentador como el resto de su equipo de producción dan a conocer lugares naturales del Perú en el que se podría detener una persona a hacer turismo.

Es necesario mencionar que uno de los puntos clave del presente estudio son los ciudadanos comunes. Cuando se refiere a ciudadano común, también conocido como habitante de a pie, es el personaje natural de nuestro país, el que desarrolla su vida de manera normal, ya sea en la ciudad o en el campo. Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE), este término hace referencia a la “persona normal y corriente” (DRAE, 2017).

En un contexto nacional en el que la identidad cultural ha comenzado a formarse de manera paulatina, “Reportaje al Perú” es un programa que ha aportado de gran manera al ser un buen aporte al turismo. A partir que expone a ciertos destinos del país, se puede apreciar en sus distintas ediciones a los lugareños de la zona y a su manera de desenvolverse en el ambiente presentado. De alguna manera, ellos reflejaban a la población nacional en cada programa, a los agentes sociales pocos conocidos por la capital. Según el conductor Manolo del Castillo, la popularidad del programa se ha debido a su manera con la que se retrata un viaje:

“Tratamos que sea un espectáculo cercano a la gente, que no sea un documental muy formal ni muy científico ni muy filosófico. Ni muy serio, sino

más bien que sea como cuando el televidente viaja con sus amigos o con su novia”. (Sotelo, 2017)¹

Por ello, se decidió centrarse en el programa “Reportaje al Perú”. Debido a su longevidad en la pantalla y a la gran popularidad con la que goza tanto en rating como en redes sociales, este programa televisivo es uno de los más indicados, con el que se puede llevar a cabo un análisis en el que se puedan obtener varias conclusiones que sirvan para entender este tipo de crónica audiovisual que se ha visto en apogeo en los últimos años. Al tener 17 años al aire, “Reportaje al Perú” ha marcado la pauta a los programas que son más recientes en la pantalla chica. El buscar entender si estos programas generan estereotipos contra las personas representadas o con toda la sociedad nacional en sí, especialmente en las localidades rurales las cuales en un primer vistazo gozan de mayor profundidad al momento de hablar de indagación. Ello es una pregunta que es necesaria contestar, más aún en el contexto político y económico en que la sociedad se encuentra.

2.2 Formulación del problema

A continuación, se detalla el problema general que el presente estudio busca resolver y sus respectivos problemas específicos:

Problema General:

Las formas en las que el programa “Reportaje al Perú” representa las localidades rurales y urbanas del país a través del discurso turístico.

¿Cómo se retratan a las localidades rurales y urbanas del país en el programa “Reportaje al Perú” a través del discurso turístico?

Problemas Específicos:

A. ¿Existen prejuicios y estereotipos al momento de construir audiovisualmente las localidades urbanas?

¹ Entrevista hecha a Manolo Del Castillo.

- B. ¿Existen prejuicios y estereotipos al momento de construir audiovisualmente las localidades rurales?
- C. ¿Cómo se representa a los ciudadanos en ambos contextos?
- D. ¿Qué asociaciones se pueden identificar al momento que el programa presenta a los ciudadanos en su vida diaria?
- E. ¿Existe un proceso de exotización a través del lenguaje periodístico?

2.3 Justificación

Como se conoce, el Perú es un país con riqueza histórica, con vestigios valiosos de gran interés nacional como internacional. La industria turística en el país se encuentra atravesando una excelente etapa: los destinos son diversos ya que se puede detectar una gran cantidad de oferta turística. Es innegable que algunas de las más importantes divisas nacionales tienen como origen la industria en mención.

Entonces, debe tenerse en cuenta que es probable que muchas de las localidades presentadas en el programa “Reportaje al Perú” no sean conocidas por los televidentes. Este es el principal motivo de la existencia del producto televisivo: acercar a la audiencia a aquellos destinos que no han visitado y mostrarles cómo es la realidad allí. Por lo tanto, es necesario preguntarse si esta representación no es tan precisa o cuenta con una intencionalidad muy ajena a la realidad: si se pretende desvirtuarla para hacer la edición más llamativa. Esto ocasionaría que los televidentes generen una errónea percepción de dicha localidad y esto, posteriormente, se canalizaría en prejuicios y estereotipos.

“Reportaje al Perú” es un programa que cuenta con más de 18 años al aire y por lo tanto, en deducción, de años de rating y aceptación. Esto innegablemente marca una tendencia y una manera en desarrollar programas periodísticos relacionados al turismo.

Ante todo lo anterior explicado, es necesario detallar el aporte de la presente investigación. El Perú es un país con mucha riqueza turística y realizar un estudio de uno de los programas relacionados al turismo con mayor recorrido en la televisión nacional será un gran análisis al discurso turístico en la pantalla chica. Se debe tener en cuenta que, como se explicó antes, “Reportaje al Perú” es el programa turístico más longevo con vigencia en la televisión. Este análisis de representación es importante para tratar de descifrar cómo los

peruanos podrían interpretar la realidad del interior del país, no a través de diarios nacionales sino a través de la pantalla chica.

2.4. Objetivos

Los objetivos que se plantean en el presente estudio son los siguientes:

Objetivo General

Analizar de qué maneras “Reportaje al Perú”, a través del discurso turístico, construye una imagen sobre las localidades rurales y urbanas del país.

Objetivo Específico

- A. Analizar qué estereotipos y prejuicios existen al momento de construir audiovisualmente a una localidad urbana.
- B. Analizar qué estereotipos y prejuicios existen al momento de construir audiovisualmente a una localidad rural.
- C. Detallar cómo se representa a los ciudadanos comunes de las localidades visitadas.

3. MARCO TEÓRICO

3.1. Antecedentes

Para iniciar con el presente estudio, es necesario definir que los medios de comunicación son responsables de la manera en que la sociedad se percibe a si misma: desde cómo se ve con sus aciertos, con sus fortalezas hasta con sus mismos estereotipos. Un estudio que aborda este tema es *“La nación de los medios”* (2012), libro escrito por los autores colombianos Omar Rincón, María Soledad García y Jimena Zuluaga. Dicha obra se encarga de desvelar cómo la sociedad colombiana se percibe a si misma, a través de qué personajes se sienten identificados y a quienes más rechazan en su día a día. Los tres autores, a lo largo de toda la obra, plasman sus conclusiones a partir de la oferta de los medios de comunicación, de lo que éstos difunden y lo que en consecuencia causan en el imaginario de los agentes sociales que conforman Colombia.

Este estudio resulta interesante por las conclusiones que expone. Principalmente, a través del análisis que plantean a distintos medios de comunicación locales y también a la manera en que los ciudadanos perciben su alrededor, los autores dan a conocer que los colombianos tienen una identidad un poco alejada de la realidad y que su sentir nacional se centra más en sus representantes internacionales como los cantantes Shakira o Carlos Vives y en su pasado trágico en el que el narcotráfico golpeó profundamente a su sociedad (personajes como Pablo Escobar son los más rechazados en el cotidiano). Por otro lado, su definición de “nación imaginada” se centra en la actualidad en los distintos enfrentamientos que tiene su estado, en la resistencia que plantean, ante las guerrillas terroristas.

Por otro lado, *“La nación de los medios”* confirma y comprueba que los medios de comunicación tienen una gran influencia en la población. Los autores dan a conocer que éstos son dueños y creadores de los miedos y orgullos de la ciudadanía, de lo que adoran y de lo odian. Por ello, se pretende dar un llamado a los medios colombianos a realizar un buen y honesto desarrollo de sus funciones. Se busca que éstos tengan mayor responsabilidad al momento de hacer sus productos de entretenimiento y periodísticos, ya que lo que presentan sirve para moldear la realidad.

Se debe recalcar un elemento importante en esta obra, un elemento que sirve de nexo con el presente estudio. Este estudio plantea definir la importancia y relevancia de los distintos medios de comunicación en una sociedad con un pasado trágico y tercermundista como Colombia. Se da a conocer de primera mano la capacidad de responsabilidad que deben tener dichas empresas de relevancia social, ya que ellas son las causantes y creadoras de la cosmovisión de la ciudadanía local. Por ello se siente una relación casi natural al momento de relacionarlo con el presente tema de estudio, ya que el Perú al ser una sociedad similar, se vislumbra la necesidad y la importancia de los medios y la influencia de sus productos en la población. Dos países limítrofes con pasados similares, trágicos, y con un presente ameno. Los discursos de sus medios de comunicación deben contener patrones similares.

Esta es la capacidad con la que cuenta la disciplina de la comunicación social, una disciplina encargada de crear conceptos sociales mientras difunde lo noticioso, lo nuevo en una sociedad. Así lo definen los autores Robert Von Sprecher y Maria Boito en el libro “Comunicación y trabajo social”, quien a su vez resalta el factor humano y la interrelación al momento de crear significantes:

“Las prácticas comunicacionales, la dimensión comunicacional de lo humano social, son prácticas productoras de sentido; son condición necesaria de la construcción de lo cultural y de la construcción de lo social. Estas prácticas comunicacionales se manifiestan materialmente en los discursos” (Von Sprecher y Boito, 2012, p. 25).

Hablar del papel del periodismo en la comunicación social es un tema esencial. Ya que el presente estudio abordará -en términos generales- el campo del periodismo cultural, resulta necesario plasmar cómo se encuentra el panorama de este campo del oficio en nuestra sociedad local. Una obra que aborda este tema es el estudio realizado por la exalumna María Gracia Valle Vera, *“El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de El Comercio, La República y El Peruano”* (2014).

A partir de una mirada social (que podía definirse también como inclusiva), este estudio parte con la finalidad de desentrañar las pautas que sigue en la actualidad el periodismo cultural en nuestro contexto nacional. La autora define desde un principio que este tipo de periodismo crea sus contenidos a partir de la visión que el Perú es un país multicultural, lo cual hace más rico y profundo el análisis intelectual de las distintas expresiones presentadas en los diarios que analiza.

Por otro lado, en la tesis se plantea una mirada centrada en la interpretación que las personas suelen tener de la realidad a partir de sus creencias. Esa visión busca desentrañar la capacidad de simbolismo que puede haber tanto en las distintas costumbres que son retratadas en los productos periodísticos, así como la habilidad de profundización e interpretación por parte del periodista al momento de presentarlas en sus textos. Por ello, la autora de la tesis busca dar a conocer cómo el periodismo cultural representa la realidad a partir de las creencias de los distintos agentes que participan en la creación de los productos dados a conocer por los distintos diarios analizados.

Tras analizar el discurso de los mencionados diarios y tras entrevistar a periodistas baluartes de dichos periódicos (vale mencionar que uno de los entrevistados es Enrique Planas, periodista y escritor representativo de “El Comercio”), la autora descubre que luego que la sociedad comenzó a conformarse luego de la migración, las distintas personas solicitaban contenido relacionados a sus cosmovisiones, a sus respectivas culturas. Posteriormente, el espectáculo haría su aparición a partir de esta demanda, lo cual ocasionaría que la cultura sea relacionada con el mundo de la farándula.

Por otro lado, luego de analizar el contenido publicado por “El Comercio”, “La República” y “El Peruano”, la autora descubrió que la literatura es el campo, la expresión artística con mayor cobertura en el periodismo cultural nacional. Asimismo, da a conocer que la interpretación cultural por parte de los dos diarios primeros mencionados es más limitada que la del medio del estado, ya que solo se limita a dar a conocer eventos de tinte artístico que se llevan a cabo en Miraflores, San Isidro, San Borja y Centro de Lima. Por su parte, “El Peruano” si suele publicitar eventos que se llevan a cabo en otras zonas de la capital o del país en general.

Un estudio que profundiza en la actualidad del periodismo de viajes y turístico es “Periodismo turístico y de viajes. La calidad de información especializada sobre turismo en la red”, realizada por la autora Josefa García (2018). En dicho análisis, García comenta que aún existe una deficiente producción audiovisual relacionada al periodismo en el campo del turismo. Asimismo, comenta que los medios digitales son un terreno no apto para desarrollar un periodismo con los más altos estándares de calidad. Por ello, menciona que el periodismo turístico y de viajes no encuentra una buena plataforma en el internet para desarrollarse en todo su esplendor y exigencia (p. 293).

La naturaleza de la plataforma de internet es un elemento que se debe tomar en cuenta al momento de hablar de periodismo. La globalización ha ocasionado que el mundo se encuentre más interconectado que nunca gracias al internet. Esto lleva a preguntarse a qué costo se logró la interconexión: el periodismo turístico y de viajes puede mantener su esencia periodística pero el internet ha hecho que pierda calidad debido a la inmediatez que de la información se espera. ¿Acaso ocurre lo mismo o algo similar con los productos periodísticos en la televisión?

Ante todo lo anteriormente expuesto, se puede denotar claramente cómo el debate sobre la relación entre el periodismo y el turismo inunda de dudas la manera en que los distintos medios forman sus discursos al momento de plantear y retratar una realidad abordada.

3.2 Bases Teóricas

3.2.1 Periodismo de viajes y Periodismo Turístico

El periodismo y el turismo cuentan con una relación llamativa. Esta rama del oficio es conocida por encontrarse dividida en dos partes: una que se caracteriza por ostentar una clase de estudio más profunda y académica, mientras que la segunda es conocida por desarrollar un análisis más superficial respecto a la realidad, de descripción ya que su principal misión es publicitar o difundir el lado positivo y llamativo de algún destino turístico. Así los define el escritor y periodista español Mariano Belenguer, quien en su obra “*Comunicación Social*” (2002), define al primero mencionado como “periodismo de viajes” y al segundo, como “periodismo turístico”.

Cabe destacar las principales características de cada una de estas secciones. En primer lugar, el “periodismo de viajes” es reconocido en el universo del oficio por su exigencia periodística al momento de ser desarrollado. Un producto de esta sección puede caracterizarse por contener algún estudio etnográfico, demográfico, sociológico, entre otros análisis volcados en el ámbito humanista y social. Asimismo, es conocido por su imparcialidad y dote realista al momento de retratar la realidad analizada. Es decir, no se limita a plasmar únicamente el lado positivo del destino turístico presentado, sino que a su vez se encarga de realizar crítica y presentar los elementos negativos que caracterizan al sitio en mención.

Un ejemplo de productos del oficio que podrían ser reconocidos como elementos de “periodismo de viajes” son las conocidas crónicas de viaje. Este género, el cual es conocido desde la Edad Antigua, es una herramienta que siempre se caracterizó por narrar la realidad desde una visión meramente informativa sin intención de distorsionar y de acercarse lo más posible a lo real. Así lo aclara también, aparte de Belenguer, el periodista español Antonio Rodríguez Ruibal en su obra *“Periodismo Turístico. Análisis del turismo a través de las portadas”* (2009). Él afirma que:

“(…) las visitas de Alejandro Magno hacia todo su imperio eran recogidas por cronistas pagados por él mismo, para que fueran haciendo una auténtica crónica de sus viajes y de sus grandes batallas. Sabía que pasaría a la historia y quería dejarlo documentado. Ese fue uno de los grandes orígenes de la crónica.” (Rodríguez Ruibal, 2009, p. 57).

Asimismo, Belenguer afirma que desde la época antigua se han desarrollado distintas crónicas viajes. Tanto de batallas históricas, de episodios que han marcado el pasado, de todos estos capítulos nace la esencia del periodismo de viajes. Sin aquella necesidad de querer documentar lo ocurrido, el registro no hubiera existido. A fin de cuentas, el periodismo se convierte a largo plazo en un registro histórico.

Ello es todo lo relacionado con el “periodismo de viajes”. Sin embargo, aún no se ha definido el papel de su contraparte, el “periodismo turístico”, en esta división. En su obra,

Mariano Belenguer aclara que este último se caracteriza por presentar el destino ofertado desde una visión más relacionada con la publicidad, un poco alejada de la imparcialidad al momento de retratar la realidad. Su única misión es narrar los posibles lugares de entretenimiento del destino presentado, sin abordar los problemas de su realidad local, solo centrándose en lo positivo, en lo que atrae al turista, en lo que vende.

Una escritora y periodista que toca el tema del “periodismo turístico” es Mercedes Parrilla. En su texto “*Sobre periodismo de viajes*” (2006), publicado en la página periodística especializada 6 Veletas, la autora hace énfasis en el papel actual de dicha sección del oficio.

En primer lugar, Parrilla define claramente que el “periodismo de viajes” es una especialización tan igual que el mencionado oficio enfocado al ámbito político, deportivo o social. No le resta importancia ni trascendencia social. Por el contrario, comenta que el periodismo turístico –que se caracteriza por hacer una difusión de carácter comercial de los recintos o lugares visitados- ha proliferado en los famosos ‘blogs de viaje’, los cuales no merecen tener la denominación de blogs periodísticos ya que sus textos difundidos no cuentan con las exigencias básicas del oficio: una posición clara en contra de este último.

Además, la autora revela que estos últimos textos mencionados se caracterizan por hacer referencia y colocar como protagonista al narrador, lo cual le quita todo posible mérito periodístico. El exceso de información con el que se lidian todos los días ha ocasionado que se pierda este sentido poético en las crónicas de viaje, las cuales se caracterizaban en un antaño, afirma la autora, por tener un discurso de crítica y de revelación ante la sociedad. Después de todo, ese es el carácter que define a los productos periodísticos según Parrilla.

Es necesario aclarar que este artículo académico tiene una relación singular con la presente tesis ya que ambos parten de una mirada crítica al momento de definir lo que es realmente el “periodismo de viajes”. La capacidad de diferenciar lo que es un producto periodístico de un comercial es algo fundamental al momento de discernir los textos o elementos audiovisuales que retratan a una ciudad o destino en sí.

La profundidad al momento de desarrollar uno de estos tipos de retratos es un aspecto que debe definir la calidad característica del periodismo turístico. Esta especialización dentro del oficio marca una mirada crítica y poco parcial ante el común lado comercial del turismo. Sin embargo, para la Alianza Latinoamericana de Periodista Turístico, esta sección del periodismo se caracteriza en sí por olvidarse del fin promocional. Así lo da a entender en su libro, realizado por sus distintos miembros, “Aportes para el periodismo turístico por periodistas turísticos” (2015):

“Para concluir la especialización del periodismo, que para algunas personas pasa de ser una ignota desconocida a la encarga de promover el desarrollo, el cuidado de la flora, fauna y cultura al tiempo que rescata las tradiciones que han sido olvidadas, tiene mucho futuro y su sanidad dependerá de la posibilidad que todos los profesionales puedan crearlos espacios para generar debates, con actitud crítica, con el fin de construir y formar y no viendo en el que piensa distinto a ‘un enemigo’ al que hay que vencer” (Alianza Latinoamericana de Periodista Turístico, p. 52, 2015).

A pesar de esta división que podría parecer clara entre el “periodismo de viajes” –y su baluarte: la crónica de viaje– y el “periodismo turístico”, en la actualidad ambos no parecen contener límites tan claros. Así lo da a conocer la autora María Celia Forneas en su estudio “¿Periodismo o literatura de viajes?” (2006). Ella parte del concepto de la crónica en sí. Afirma que al ser un texto que relata lo ocurrido en un supuesto lugar desconocido para el lector, la crónica vendría a ser un canal de acceso a dicho sitio desconocido. La cuestión de la que parte la autora es profundizar en esta expresión periodística y reconocer si en su discurso existen tópicos de idealización, más cercanos a la literatura que al oficio en mención.

Al tratar de profundizar en esta supuesta distorsión de la crónica de viajes, la autora reconoce cómo nació esta expresión mencionada: con qué pautas se la reconoció en un primer instante, con qué finalidad se creó. Algo que toma en cuenta es que la crónica de viajes nació en la época del Romanticismo, periodo de tiempo en el que contexto político no era de lo más idóneo en Europa, lo cual repercutía en la visión de la sociedad sobre lo que ocurría a su alrededor.

En dicha obra, Forneas descubre que la crónica de viajes se ha volcado más al ámbito de la publicidad que del periodismo. Esto justifica, de cierta manera, su carácter idealizador más cercano al de la literatura. La capacidad que tiene esta expresión para comunicar lo que ocurre en un sitio en específico es una herramienta que el turismo está aprovechando y que lo explota para su propio beneficio.

Por lo tanto, la capacidad de sumergir en la reflexión al lector que en la antigüedad solía proponer una crónica de viajes se ha dejado de lado por la finalidad lucrativa de las distintas empresas de turismo. Este estudio plasma una mirada crítica a la crónica de viajes, a la manera en cómo se encuentra este género periodístico en la actualidad. La presente tesis, al centrarse en la crónica audiovisual propuesta por el programa “Reportaje al Perú”, se sumergirá en este contexto disyuntivo: es un análisis fidedigno de lo que ocurre en el lugar visitado, ya sea rural o urbano.

Para tener un mejor panorama sobre cómo el periodismo y el turismo se relacionan en los medios de comunicación, es necesario un estudio que plasme, en primera instancia, la interrelación entre ambos en el medio más básico: el escrito. El periodista Antonio Rodríguez Ruibal –antes ya mencionado- llevó a cabo dicho estudio en su obra *“Análisis del turismo en las portadas de El País y El Mundo (2006 – 2009)”* (2011).

Con este estudio, el autor desea explorar la denominación, la verdadera acepción de lo que es la “información turística”. A partir del análisis de los diarios “El País” y “El Mundo” de España, pretendía desvelar lo que es verdaderamente un artículo volcado en el ámbito del turismo: si hay cierto sesgo, si se toma esta actividad desde una perspectiva más económica o cultural.

Al conocer ello, Rodríguez Ruibal buscaba dar a conocer el papel que juega el turismo en España: si se le considera más como una actividad de entretenimiento, como un campo que se debería explorar por el bien de la economía o como un mecanismo cultural. Todo esto parte de la estructura del discurso que manejan los diarios más importantes del mencionado país europeo. Además, estos medios mencionados al no pertenecer a ninguna entidad

estatal, manejan distintos enfoques que hacen aún más rica la capacidad de interpretación sobre lo que significa realmente el turismo.

Tras llevar a cabo este análisis, el autor descubre que la “información turística” es poco valorada en el ámbito periodístico escrito. Por ejemplo, menciona que al momento de proponer una noticia relacionada al turismo como posible portada del diario, se desecha en la mayoría de veces porque se lo observa de una manera cuasi despectiva. Además, por otro lado, define que los periodistas volcados al ámbito turístico no se encuentran especializados en dicha campo, ya que suelen usar términos o definiciones simples o triviales para lo que se refieren. Por ejemplo, definen a los turistas como simples “viajeros”.

Por otro lado, el autor revela que la mayoría de las noticias relacionadas con el turismo se refieren específicamente a las líneas de transporte que llevan a cabo negocio con la actividad económica planteada. Por ello, y por lo anteriormente presentado, define que no existe una profesionalización en este ámbito turístico porque la información resulta en muchas ocasiones poco específica y general.

Esta tesis da un aporte importante al presente estudio, ya que define cómo el periodismo de viajes es retratado en los dos medios escritos principales de España, un país con el que se comparte muchos símbolos y significados culturales. Esta manera despectiva con el que se ve a este tipo de noticias en el grado de importancia de un diario es una característica que justifica claramente la poca profesionalización que existe en dicho ámbito informativo. Esta característica, este enfoque sirve al momento de comparar la situación que existe en periodismo de viajes audiovisual que propone “Reportaje al Perú”. ¿El conductor sabe a qué tipo de turistas se dirige? Este tópico es importante ya que permite desvelar si lo mismo ocurre en el ámbito del video y audio.

La esencia del periodismo de viaje radica en su capacidad innata de revelar datos y aspectos que eran de ignorancia común, información que solamente podría ser difundida tras llevarse un estudio en profundidad en un lugar casi inédito. La labor que un periodista de viajes realiza se basa principalmente en sumergirse en lo desconocido y examinar detalladamente aquel ecosistema del que no se tiene mucho conocimiento.

En algunas ocasiones, el periodismo de viajes tiende a tomar como punto de partida algunas celebraciones locales como fuentes de información para tratar de explicar el estilo de vida de la comunidad visitada. Un ejemplo claro de este enunciado es lo que se menciona en “Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco”, escrito por la autora Beatriz Pérez (2006). Ella se refiere principalmente al estudio de los festivales de origen incaico como fuente de identidad histórica:

“Por ello, y desde una perspectiva antropológica, el estudio de estos festivales es relevante por dos motivos. El primero, por el activo papel que la industria turística desempeña en la reproducción e invención global del imaginario colectivo acerca de lo que significa el mundo indígena hoy, es decir, en tanto que activos productores de etnicidad” (p. 31-32).

Según Pérez, el estudio de los festivales cuenta con otro motivo antropológico que va de la mano con la identidad local. Ella explica que los pobladores reconocen y hacen suyo estos festivales, con la finalidad de promocionarlo ante el público turista. Esto ocasiona que estos eventos de origen e identidad incaica cuenten con mayor sustento y atracción, ocasionando un impacto positivo en el turismo (p.32). Este proceso de autoadueñarse de lo local para generar un beneficio económico, es una clara prueba que las localidades que viven al interior del país intentar insertarse en el sistema económico del país: ya no existen barreras en un mundo como el actual, globalizado.

La actividad turística estará relacionada tanto al periodismo de viajes como al periodismo turístico. Si se habla específicamente del último en mención, el periodismo turístico es aquella rama del periodismo que se encarga de difundir la historia y todo lo relacionado al turismo local desde un punto de vista más comercial. El fenómeno comercial del turismo es explicado por las autoras Delmy Poma y Cedy Aronés en su investigación “Impacto del turismo en el Valle del Colca” (2011). Las autoras mencionan que la globalización es el principal causante que el turismo haya generado apertura a nuevos mercados internacionales que en el pasado eran ajenos. Se debe tener en cuenta que el turismo no solamente genera ingreso económico: también tiene impacto sociocultural (p. 248). Este factor de causa-consecuencia no era un tema de mayor profundización en el pasado. En un mundo globalizado, donde ya no existen barreras al momento de interrelacionarse, las representaciones son más fáciles de difundir.

Las autoras son claras al mencionar en su investigación que el fenómeno del turismo puede traer progreso a una específica comunidad y pobreza a otra, todo dependiendo del turismo que se promueve en dicha localidad. Esta manera de presentar y difundir las actividades turísticas locales dependerá mucho de la manera en que se hace uso del periodismo en dicha localidad y de su manera de presentar los hechos. El periodismo turístico puede centrarse primordialmente en la manera en cómo se resalta los principales atractivos de la localidad, pero si únicamente se vuelve exclusivo a algunos puntos específicos y no se busca expandirlo, la más perjudicada será la comunidad que es retratada en este producto periodístico (p. 249). Incluso existe profundidad al momento de decidir desde qué perspectiva se desarrollará el periodismo turístico.

El periodismo turístico es una herramienta periodística más relacionada con la finalidad de difundir los atractivos locales. Estos lugares llamativos que el periodismo puede describir, para que funcionen, deben ser por lo general atractivos que el turista pueda reconocer fácilmente. Así lo explica la autora María Eugenia Ulfe en su investigación “¡Sal de la rutina! Sobre cómo se imagina y se construye la imagen del Perú” (2011). La autora reafirma este enunciado tras haber entrevistado a una alta funcionaria de PromPerú, quien le comenta que para que promocionen un destino turístico, éste debe ser “bonito, pintoresco, ponernos dólares delante de los ojos. Tiene que ser grande (...). Lo que hacemos es posicionar la festividad (...). Promocionarla y que se gaste en transporte, alojamiento, que compren artesanía” (p. 331).

Esta exposición de destinos turísticos es fundamente si se quiere referir a la difusión periodística como herramienta para brindar conocimiento al receptor y así, generar un beneficio en la comunidad de la que se origina el producto comunicativo. Según la autora Maria Eugenia Ulfe:

“Convertido en recurso y en el ámbito invariable de la costumbre, lo cultural se transformará en un espacio de negociación y en un objeto de deseo; de imágenes de otro que resaltarán e importará mostrar a aquellos que diseñan las campañas pero, además, de las costumbres que servirán como una fuente de ingreso para poblaciones locales” (p. 331).

La difusión, como tal, es un acto que es mucho más factible y sencillo en una sociedad moderna como en la que se vive. La globalización es un estado mundial en el que la difusión puede desarrollarse en todo su esplendor. Esta es una idea que desarrolla en gran medida Zygmunt Baumann en su estudio “Turistas y vagabundos” (1999), en el cual menciona que el mundo se encuentra en un constante movimiento y qué hablar de barreras o muros solo sería factible si el universo fuera inmóvil (p. 2). Esta tesis resulta interesante ya que Baumann desentraña ese valor intrínseco del siglo XXI del que nada sería posible sin él.

El turismo nace de esta idea de globalización, de un mundo sin barreras y muros. Desde esta simple acción de difundir un destino, de difundir sus atractivos y sus beneficios. El carácter atractivo del turismo es el que resulta fundamental al momento a aquel turista que quiere conocer más del mundo, a aquel turista que le resulta atractivo conocer nuevas costumbres y sociedades (p. 13).

Esta suerte de globalización es fundamental al momento de definir el papel que juega la autoidentificación de cada comunidad del interior del país: si ya no existen barreras, ¿cuál es el papel que ellos sienten que juegan en el mundo? Esta es una pregunta que responden Jean y John Comaroff en su estudio “Etnicidad” (2011). Ellos comentan que estos grupos de seres humanos, con las mismas costumbres y cosmovisiones, han comenzado a generar un sentido de propiedad hacia sus mismas culturas, en un mundo en el que la globalización ya se ha asentado (p. 52).

Esta característica de apropiación es llevada hacia el plano comercial: las personas nativas de aquellas comunidades han comenzado a administrarla en el plano del turismo. Como dicen los autores, con la identidad crean *“una marca y la venden bajo formas reconocidamente consumibles, incluso a los antropólogos”* (p. 52). Este carácter de autoapropiación, de identidad neta, será abordado en mayor profundidad más adelante, al momento de hablar de la representación ciudadana desde el discurso turístico. Sin embargo, por el momento, es necesario definir que esto mencionado es una consecuencia del turismo en un mundo globalizado, en el que ya no existen barreras al momento de hablar de flujo de información.

3.2.2. Representación ciudadana

Para el presente análisis se tomará de punto de partida a los enunciados de algunos autores cuyas obras se relacionan directamente con el enfoque de esta investigación. En primer lugar es necesario definir el papel fundamental que juega el periodismo al momento de crear significados y significantes sociales que sirven de referentes en el imaginario social: conceptos que se utilizan en el día a día en las interacciones entre los distintos agentes humanos que conforman la comunidad en la que vivimos.

Existe una relación peculiar entre los términos “cultura” y “naturaleza”. Son dos términos que a lo largo del tiempo han sido adjudicados a ámbitos completamente distintos. Así lo da a entender el autor Philippe Descola en su estudio “Más allá de la naturaleza y la cultura (2005). El autor menciona que el término ‘naturaleza’ ha sido históricamente ligado a la selva, al lado animal de la vida. Por otro lado, ‘cultura’ ha sido siempre relacionado con el esplendor humano, con el arte y con la creación realizada por las manos del ser humano (p. 83). Esta relación debe ser tomada en cuenta al momento de analizar los programas de “Reportaje al Perú”: ¿aún se siente presente esta diferenciación?

Naturaleza y cultura son un claro reflejo de la diferenciación que en el país se suele tener entre los habitantes de la costa y de las personas que residen en las comunidades del interior del Perú. Relacionar la cultura con la parte más desarrollada del país y naturaleza con las regiones poco explotadas son un claro paralelismo y analogía de la manera en cómo se tiende a representar en ocasiones al Perú.

El periodismo es un gran canal por el cual, a lo largo de tiempo, se ha difundido este importante contraste entre naturaleza y cultura. Según los reconocidos periodistas Bill Kovach y Tom Rosenstiel, el oficio periodístico tiene una gran importancia en el devenir comunal por la capacidad que el mismo tiene al momento de transmitir mensajes. Así lo afirman en su libro “Los elementos del periodismo” (2003) y definen que “el propósito principal del periodismo es proporcionar a los ciudadanos la información que necesitan para ser libres y capaces de gobernarse a sí mismos” (p. 24). Ambos autores afirman rotundamente que los medios de comunicación relacionados con el ámbito periodístico por lo general actúan como un guardián que impide que la ciudadanía caiga en la complacencia y que suelen buscar dar ‘pantalla y voz’ a los que menos la tiene (Kovach y Rosenstiel,

2003). La capacidad de los ‘mass media’ hacia la exposición total y difusión es clave al momento de entender las relaciones sociales y la creación del imaginario de una sociedad.

Esta característica de denuncia, de dar a conocer de lo que no se suele hablar o de lo poco conocido o difundido, es un aspecto que definen ambos periodistas a lo largo de su obra. Es por ello, Kovach y Rosenstiel sostienen que el concepto de periodismo no puede ser ajeno ni distante a la esencia de la democracia y, de por sí, al sentido de comunidad. La mejor manera de fundamentar esta asociación de conceptos es cuando los autores dan un ejemplo bien claro: ellos mencionan que cuando en una sociedad se busca suprimir la libertad de expresión, lo primero que se bloquea es al libre actuar de la prensa (p.25).

Lo que mencionan Kovach y Rosentiel es un factor esencial del periodismo. La naturaleza de este oficio está muy relacionada con aquella faceta de querer develar lo que es incómodo, lo que no se quiere que se conozca: el periodismo es un gran canal a través del cual las personas ejercen su natural derecho de libertad. La revelación es un carácter fundamental del periodismo que debe ser practicado en todas sus distintas ramas.

Una práctica social como la que lleva a cabo el periodismo incluye también una interpretación, una manera de decodificación del mensaje tanto por parte del emisor como del receptor. Es simple: no todos piensan lo mismo, no se ostentan los mismos ideales, los mismos conceptos que conforman el imaginario social, a los cuales se adquieren desde las interrelaciones o de las interacciones con la esfera social.

Este carácter personal, de introspección y de profundización es lo que lleva a que una sociedad cree conceptos generales que sirvan como elementos de consenso entre los distintos agentes de una comunidad: elementos que sirvan como los ‘mínimos’ adquiridos entre los distintos agentes humanos que conforman una sociedad. Según afirma el poeta – y también periodista- español Lorenzo Gomis en su libro “Teoría del periodismo. Cómo se forma el presente”, el oficio en mención se encarga de dar una mejor concordancia y sentido a la realidad a través de la difusión y la relación de conceptos ya establecidos en la sociedad con las noticias del día a día. Cabe recalcar que toda esta relación de preceptos es

llevada a cabo desde la perspectiva de un comunicador o, específicamente, de un periodismo. Ante ello, Lorenzo Gomis menciona que:

“ese alguien por lo general son muchos, que trabajan en medios de comunicación y, que no se rigen por reglas objetivas, sino más bien por convenciones, impresiones e improvisaciones. Pero, aún así, lo que hacen se ajusta a un método que puede ser descrito y estudiado. El periodismo puede entenderse como un método de interpretación de la realidad social” (Gomis, 1991, p. 36).

A partir de esta definición, Gomis refiere que la estructura del mensaje depende mucho de la manera en que el periodista tenga su punto de vista: de la manera en que el emisor tenga definida su imaginario, su cosmovisión, la cual serviría como punto de partida al momento de desarrollar un producto periodístico en favor de la sociedad emisora del mensaje. El autor se refiere principalmente a la interpretación que tenga el periodista sobre el hecho. Para Gomis, este proceso se divide en dos estados: comprender y expresar. Estos hechos a interpretar son netamente parte de la realidad social: según el autor, a la audiencia no le interesa recibir información sobre una interpretación de un caso intrapersonal, netamente sumergido en la consciencia. A la sociedad le interesa lo que le pueda afectar (p. 36).

Esta capacidad de expresión en el que se encuentra inmerso el oficio periodístico se encarga, de cierta o alguna manera, de intentar plasmar la realidad objetiva a través de un único enfoque, una visión que a su vez ocasiona que los lectores – o la sociedad en sí – se adhiera a dichos productos periodísticos al momento de formar la realidad en la que piensan habitar. Cabe recalcar que cada medio de comunicación forma su propio y único enfoque, lo cual lleva a concluir que a partir de esta mixtura de enunciados los ciudadanos obtienen gran cantidad de insumos para formar su imaginario y su manera de ver el día a día. Gomis es preciso al momento de comentar sobre el proceso de interpretación: de aquí nacen todos los estereotipos o prejuicios que se puedan identificar en el discurso periodístico.

Se debe hablar también del poder de los prejuicios en el discurso periodístico. Según Van Dijk, los prejuicios son generados a partir de la necesidad innata que tiene el ser humano

de diferenciarse de otras personas de distintas costumbres. Esta tesis se menciona en el estudio “La construcción del otro a partir de estereotipos y la reproducción de los prejuicios a través del lenguaje y del discurso de las élites”, hecho por la autora Rebeca Martínez (2011, p. 2253). Van Dijk hace una clara alusión a la importancia de los prejuicios a nivel social, ya que menciona que éstos pueden ser utilizados por grupos de poder para manipular a la masa, al pueblo a su favor. Una distorsión en el discurso para generar beneficio, ya que como diría la autora, *“quienes controlan el discurso controlan indirectamente las mentes de la gente y esto implica el control directo de la acción”* (p. 2258).

Si se quiere ejemplificar un caso típico de estereotipo o prejuicio, el caso de las personas que residen en la región de la selva es uno de los más palpables. Este tema lo retrata el autor Oscar Espinosa de Rivero en su investigación “¿Salvajes opuestos al progreso?: aproximaciones históricas y antropológicas a las movilizaciones indígenas en la Amazonía peruana” (2009). En este análisis, se parte de la idea que la sociedad limeña tiene de las personas nativas de la Amazonía: se tiende a estereotipar a los indígenas de dichas comunidades como indios salvajes, no contactados, prejuicios que tienden a caracterizar a estos terceros como seres exóticos. Posteriormente, el autor se sumerge en su investigación: analizar como los medios de comunicación, especialmente los canales de televisión, retrataban a los indígenas durante los eventos ocurridos en la ciudad de Bagua en el 2009. Él afirma que los medios de comunicaciones hacían esfuerzos por retratar a los indígenas de la manera más cercana al prejuicio: solo los mostraban con lanzas, vestidos con la indumentaria típica, transmitiendo y afirmando esa faceta de salvajismo:

“Este interés de los medios por producir imágenes que apelan al imaginario exótico de los consumidores les lleva a ocultar o minimizar aspectos centrales de las demandas indígenas y a no ver la complejidad de la movilización. Ha habido aspectos que nunca han llegado a los medios de comunicación (...). Y este tipo de silencios y de ausencias han llevado a muchos peruanos a cuestionar la autenticidad de la lucha indígena y a creer en la teoría de la conspiración externa” (Espinosa de Rivero, 2009, p.149).

A través de la representación más cercana al estereotipo se puede eclipsar la realidad. Eso es lo que Espinosa de Rivero quiere transmitir en esta investigación: el conflicto perdió toda validez social frente al país cuando los canales de televisión transmitían imágenes de los indígenas con una intencionalidad y sentido de salvajismo. El enunciado del autor es totalmente válido, lo cual llama a preguntarse si es que en un programa de corte turístico, en el cual no se transmiten noticias relacionadas a conflictos internos, se puede caer en un discurso tan superficial como ocurrió durante el conflicto llevado a cabo en Bagua. La manera de dar a conocer la realidad, el día a día de una comunidad interna, siempre influye en el imaginario de la audiencia. De este enunciado es de donde comienzan a nacer los prejuicios.

Este punto sobre la manera de retratar la realidad es clave para el ensayista y periodista Alberto Chillón, quien plantea en su artículo “El ‘giro lingüístico’ y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística” que el mundo comienza a adquirir sentido cuando el ser humano empieza a designar con conceptos a los objetos que lo rodean. Esta característica es fundamental al momento de tratar de entender al mundo: Chillón comenta que este proceso que se ha realizado desde el inicio de los tiempos, cuando las personas comenzaron a generar sus propios idiomas, se le denomina “empalabrar”. Asimismo, el autor admite que el universo “*adquiere sentido solo en la medida en que lo traducimos lingüísticamente*” (p. 70). Existe un punto cierto en toda esta tesis de Alberto Chillón: el mundo se convertiría en un lugar sin coherencia, conformado por sensaciones que no se pudieran transmitir de manera sencilla.

Este punto es fundamental para entender la importancia del periodismo y de la comunicación en general en nuestros días, entender su relación recíproca al momento de definir nuestro desarrollo social. El lenguaje, elemento clave dentro del mundo de las comunicaciones, es un vehículo de interpretación y de significantes, de conceptos y encriptación, de codificadores y decodificadores. Por ello, Alberto Chillón afirma que “*pensar, comprender, comunicar quiere decir inevitablemente abstraer y categorizar lingüísticamente*” (p. 70). El autor en mención hace énfasis en este enunciado, ya que busca retratar la manera en que el ser humano decodifica la información de la que se vuelve receptor: en primer lugar, tras recibirla, la persona busca en su imaginario significantes que se asemejen, que tengan algún parentesco con los conceptos que recibe en

la noticia. A partir de ello, busca crear lazos que sirvan de puente entre los distintos términos y significados con la finalidad que desarrollen su cosmovisión. La abstracción es importante en este proceso ya que a través de ella el individuo tiene la capacidad de categorizar.

Si se parte desde la idea de “empalabrar” el mundo, un término que se encuentra ligado totalmente a este concepto es el de la “representación”. Tratar de retratar una comunidad, a sus costumbres es complicado si se tiene presente ante todo los prejuicios y estereotipos. El investigador James Clifford en su estudio “Sobre la autoridad etnográfica” (1996) plantea que a lo largo del siglo XX se han desarrollado 4 modelos de representación, los cuales se diferencian tanto por la relación entre el etnógrafo y la comunidad visitada como por la manera de interpretar los sucesos de los que son testigos.

La primera manera de representación que el autor plantea es la “autoridad experiencial”. Esta se basaba especialmente en el mero registro de ceremonias o costumbres típicas de la comunidad sujeta a estudio. La descripción era el principal protagonista de este nivel de representación, sin mayor profundidad en el análisis (*p. 54 – 56*). Otro nivel de retrato social que plantea Clifford es la “autoridad interpretativa”. Vale aclarar que la descripción sigue presente en este nivel de análisis, aunque ahora esta observación se convierte en un insumo para su respectiva interpretación. El etnógrafo debía contar los hechos, las costumbres de dicha comunidad, desde un análisis meramente interpretativo, aunque salgan a flote en dicho momento los prejuicios y estereotipos de dicho testigo (*p. 62 – 63*).

El tercer nivel de representación según Clifford se centra ya no en la manera en cómo se observa el mundo analizado sin poner en tela de juicio la realidad tal y como se la conoce. En esta manera de representación, llamado por el autor como “autoridad dialógica”, el principal insumo del etnógrafo es su constante relación y, por sobre todas las cosas, el diálogo que mantenga con algún miembro legitimado por su propia comunidad (*p. 64 – 70*). Por último, falta comentar sobre la “autoridad polifónica”, en la cual Clifford hace hincapié en el diálogo con personas nativas de la comunidad analizada, pero en esta ocasión, menciona que se han comenzado a anexar mayores testimonios en el análisis desarrollado por la etnografía. Si se busca dar un retrato digno de una localidad poco conocida, el etnógrafo debe hablar con una buena cantidad de personas locales de la zona

(p. 67 – 74). Estos niveles de representación son fundamentales al momento de hablar de maneras de plasmar una realidad ajena, una acción que es practicada por el programa “Reportaje al Perú”.

La representación está presente también en la relación entre los distintos medios de comunicación y los individuos de una sociedad, según el periodista y analista Omar Rincón. Él considera que los medios de comunicación forman de cierta manera estereotipos, calificaciones con la que se definen el alrededor, que conforman el imaginario único. Resulta necesario denotar que estas calificaciones además conforman la manera en la que se percibe la sociedad. En su libro “La nación de los medios”, en la cual analiza justamente este aspecto social, se centra en el imaginario propio de los colombianos y se centra específicamente en que los medios de comunicación se convierten en el espejo de la nación, ya que están compuestos de distintos conceptos que solamente los colombianos entenderán en su plenitud. También el autor comenta que los medios es primordialmente un canal de transmisión de ideas, formas de pensar, estereotipos y prejuicios (p.13).

Una herramienta narrativa que es usualmente explotada en el ámbito periodístico al momento de relatar una realidad, una sociedad poco conocida, es la crónica. Este género periodístico se caracteriza por aprovechar instrumentos netamente literarios al momento de la narración, instrumentos que se conjugan con el insumo de lo real con la finalidad de crear un producto periodístico que resulte atractivo y ameno para el lector y a su vez que cuente con la exigencia y calidad con la que toda herramienta del oficio debe contar. La crónica es un baluarte del periodismo literario, del que todo reportero y periodista debe hacer uso si desea hacer un retrato cercano a la realidad. Así lo cree el autor y periodista español Rafael Yanes Mesa, quien resalta en su obra *“La crónica, un género del periodismo literario equidistante entre la información y la interpretación”* (2006) la capacidad de este instrumento periodístico por dar voz al narrador, es decir al reportero creador de la narración.

Yanes Mesa hace hincapié en la manera en que la crónica realza el papel del periodista ante todo, brindándole a su creación su visión única, su cosmovisión e imaginario. El estilo introspectivo de la crónica, de sello personal es la gran característica de este elemento

periodístico. Este aspecto debe ir de la mano con la finalidad informativa, ya que es un producto del oficio, por lo tanto debe tener una intención de revelación. Yanes Mesa enfatiza en este aspecto y aleja a la crónica del periodismo estrictamente informativo: ya que se puede denotar claramente la perspectiva del autor, una crónica no es un texto rígidamente hecho. (2006)

Es importante tomar en cuenta este aspecto, ya que los medios de comunicación están conformados por distintos reporteros y periodistas con distintas maneras de observar el mundo, su sociedad en la que viven y a las personas más próximas de su alrededor. De alguna manera, la manera en que percibimos nuestro colectivo social está condicionado por cómo lo perciben otras personas, ciudadanos igual a nosotros. Por ello, Yanes Mesa plantea que la ética periodística debe ser más visible acá que en otros géneros del oficio. Transmitir mensajes noticiosos no deben limitarse a meramente informar cuando se cuenta con una herramienta como la crónica, una herramienta voluble y por qué no “inflamable”. Una realidad debe ser transmitida como es, sin desvirtuaciones de por medio. Aunque la subjetividad se sienta presente en esta clase de textos, no debe ser el motor de la creación del texto: no es un escrito de opinión ni mucho menos uno creado para denigrar la imagen de alguien o de alguna comunidad:

“La crónica tiene, además, el propósito de orientar, por lo que esta libertad de estilo también deberá combinarse con el conocimiento previo del acontecimiento del que se habla, de forma que el lector adquiera un conocimiento global desde un determinado punto de vista, pero siempre con la belleza expresiva propia de un género del periodismo literario. Teniendo en cuenta todo ello, puede definirse la crónica como “un texto del periodismo literario redactado desde el lugar en el que han ocurrido unos hechos noticiables, y donde es imprescindible la interpretación de su autor” (Yanes, 2006).

Así como la comunicación trata de dar sentido al mundo, el turismo intenta transmitir también un significado, un concepto sobre cierto destino que guste dentro del imaginario de los posibles visitantes: una idea vendible, que cuente con todos los tópicos necesarios

para que la mayor cantidad de turistas decidan invertir en un viaje de ocio con la finalidad de visitarlo. Esta actividad económica, conjugada con un oficio ligado al arte de las comunicaciones como el periodístico, siempre pretende dar un mensaje de promoción cargado de conceptos comunes en el imaginario colectivo, significantes que sean utilizados a menudo en el día a día de los ciudadanos. Así lo cree la periodista española Claudia Palmero Pérez, quien en su estudio “Periodismo turístico y de viajes. Análisis de programas televisivos y su relevancia en la sociedad” (2016), hace énfasis en la relación que pueden llegar a tener el periodismo y el turismo.

Palmero Pérez comenta que aunque la principal finalidad del periodismo se encuentra estrechamente relacionada a la objetividad, se toma ciertas licencias al momento de desarrollarse en el rubro del turismo. La autora incluso afirma que la mirada del periodista se encuentra más presente que en otras ocasiones cuando realiza artículos sobre destinos turísticos, pues se “*necesita de la literatura para hacer llegar las impresiones al lector*” (p. 5). Esto es relacionado al medio escrito. Si se habla de canales audiovisuales, la autora enfatiza que la televisión tiene a su favor la imagen y el audio, los cuales son un factor a su favor por su gran capacidad de descripción.

Respecto a lo que menciona Palmero Pérez, uno debería preguntarse hasta qué punto es cierto que la televisión no hace uso de un lenguaje con matices literarios: todo fotograma que puede observarse en un programa relacionado al turismo cuenta con una intencionalidad literaria, con subjetividad de por medio al igual que el medio escrito.

Se puede denotar cómo la autora define la manera en que el periodismo y el turismo se conjugan para arribar a una finalidad claramente comercial. En primer lugar, Palmero comenta que los medios escritos hacen uso –o explotan– el arte literario para desarrollar la difusión turística de buena manera: a través del realzamiento, de la buena descripción de algún destino turístico, se pretende que la mencionada actividad económica obtenga buenas divisas. Un caso aparte es el periodismo turístico y de viajes que se desarrolla en medios televisivos o digitales. Palmero recalca que la capacidad con la que cuenta la imagen y el audio, la facultad de transmitir emociones a través de sus atributos, son oportunos al momento de desarrollar ambas categorías de periodismo: una manera más directa de atraer turistas a través de la visión. Ante ello, resulta adecuado cuestionarnos qué tan real puede

ser la imagen mostrada, lo que oculta y lo que revela. Si se busca publicitar algún destino turístico, es oportuno preguntarnos entonces si conviene revelar en los enunciados turísticos tanto lo bueno como lo malo del lugar ofertado. Estos detalles revelados u omitidos forman – y conforman- el imaginario colectivo en el que vivimos, lo que piensa la sociedad. Un simple detalle omitido no aparece en el imaginario, uno revelado realzaría probablemente lo positivo del lugar en detrimento de los problemas del lugar turístico. La ignorancia y la ingenuidad saldrían a flote en aquel escenario y la sociedad no tendría un imaginario justo y lo más real posible.

Esta situación llama aún más la atención al saber cómo se encuentra el periodismo volcado más a la rama turística en la actualidad. Como se mencionó anteriormente, este mundo del oficio se dividió en dos sectores. El primero, conocido como ‘periodismo de viajes’, se caracteriza por retratar de manera imparcial lo ocurrido en algún destino en especial. Además, es conocido por su profundidad y por su exigencia al momento de retratar estudios etnográficos, demográficos, entre otras especialidades. Por otro lado, el ‘periodismo turístico’ es aquel que se caracteriza por plasmar la realidad de una manera más comercial, sin resaltar lo negativo del lugar ofertado y tan solo centrándose en lo que tiene que ofrecer el destino al turista. Ante esto, el periodista y autor español Antonio Rodríguez Ruibal menciona en su libro *“Periodismo turístico. Análisis del turismo a través de las portadas”* (2009) que en la actualidad existe un déficit productivo en el periodismo de viajes, ya que cada vez hay menos crónicas de viajes difundidas en los clásicos medios de comunicación, como los periódicos, televisión o radio. Sin embargo, menciona que la realidad es totalmente opuesta en internet, ya que la proliferación de blogs de viajes ha democratizado la difusión de destinos turísticos. Asimismo, se centra y subraya la capacidad de adjuntar fotos y videos en internet (p.58).

La representación que produce el medio periodístico de los distintos agentes que conforman y participan de un destino turístico siempre se ve sujeta a los elementos o herramientas que son utilizados en este retrato. Por ejemplo, de este hecho parte la autora Beatriz Pérez en su investigación “Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco” (2006). Ella se centra específicamente en los “raymis”, aquellas celebraciones de origen incaico que hasta el día de hoy las distintas comunidades del interior las siguen practicando.

Esta forma de representación (la cual es producto de la manera que el periodismo de viajes o el periodismo turístico la desarrollen) de los “raymis” o festivales se ve sujeta a la forma en que las personas de la localidad participan en ésta. Según la autora, si los miembros de las comunidades participan de estos festivales cuando se encuentran presentes los turistas, los “raymis” cobran mayor importancia. En términos de Pérez, esto es una reapropiación cultural y política y las personas de la localidad pueden llevar esto con total predisposición para obtener una fuente de ingreso y exposición al mercado turístico (p. 38).

Para Pérez, esta exposición no significa necesariamente perder cierto sentido original ni mucho menos verse influenciado por alguna corriente extranjera o costumbres del exterior. Para la autora, esta interrelación de costumbres, ocasiona que las localidades se sitúen, se sitúen a sí mismas y se sientan como una cultura frente al mundo (p.45). Esto es un factor en el que el autor busca enfatizar: no necesariamente la influencia extranjera impacta demasiado en la cultura local. Se puede aceptar esta influencia y recoger ciertas costumbres que se crean útiles o simplemente se la puede tolerar sin adherirse a ella y aceptando lo nacional.

Esta manera que el turismo repercute en la vida social a partir de su representación es un factor fundamental que explican las autoras Delmy Poma y Cedy Aronés en su investigación “Impacto del turismo en el Valle del Colca” (2011). Ellas mencionan que tan solamente con mencionarse el tema del turismo en el Valle del Colca, las comunidades cambian de predisposición y manejan una intención de apoyar a esta actividad económica. Desde las familias más pequeñas hasta las más grandes, las autoras comentan que todos se empiezan a comprometer con la actividad turística por el beneficio que reciben como comunidad. Incluso las entidades públicas y privadas están empezando a impulsar que la población se comience a sumergir más en este compromiso (p. 249). Esta es una clara prueba que la ruralidad no está tan ajena a la industria: la globalización está permitiendo que las personas acepten el turismo, acepten la visita de turistas y que a su vez, apoyen esta actividad. El beneficio económico es una gran recompensa a esta identificación. Este carácter monetario también es mencionado en el estudio “Gringos como en sueños. Diferenciación y conflicto campesino en el Sur Andino Peruano ante el desarrollo de un nuevo recurso: el turismo. Isla de Amantaní, Lago Titicaca”, hecho por el autor Jorge Gascón (1999). En esta pieza de estudio, el autor comenta que las personas que residen en la isla de Amantaní se han adaptado al turismo, a tratar de ofertar sus costumbres como

productos turísticos con la finalidad de generar un mayor ingreso económico en sus localidades (p. 503-504). En este caso, lo que hace especial el caso, es que Gascón comenta que los beneficios económicos han sido únicamente exclusivos para un grupo selecto de la comunidad. Las diferenciaciones existen en todos los lugares.

La identidad en si es un factor fundamental al momento de querer buscar significantes que resulten más palpables en un producto periodístico. Esta identidad, según la autora Maria Eugenia Ulfe en su investigación “¡Sal de la rutina! Sobre cómo se imagina y se construye la imagen del Perú” (2011), debería caracterizarse por ser original y tradicional:

“(...)lo auténtico corre el albur de ser constantemente interpretable por causa de los intereses económicos o de las expectativas de venta, a tal punto que adquiere la forma de una estrategia –dentro del orden contemporáneo- con la que se pretende granjear una mejor posición social o una cuota de poder” (p. 331).

Este factor importante, la identidad, se encuentra muy ligado a la percepción que las comunidades tengan de si mismas. Sin embargo, también se debe considerar al momento de hablar de identidad, a la percepción que se tiene exteriormente de dicha localidad. Dos conceptos que se tienen muy en cuenta al hablar de percepción son ruralidad y urbanidad. Entiéndase al primero como una manera amplia de definir aquellas comunidades que se encuentran al interior del país, sin mucho contacto con los distintos tipos de industria. Todo lo contrario ocurre cuando se habla de urbanidad, ya que este concepto engloba a todas aquellas localidades que se encuentran más desarrolladas.

Sin embargo, esta diferenciación tajante que se solía realizar en el pasado es una falsedad en la actualidad para el autor Alejandro Diez. En su investigación “Cambios en la ruralidad y en las estrategias de vida en el mundo rural. Una relectura de antiguas y nuevas definiciones” (2014), Diez es enfático al comentar que es imposible separar a las localidades rurales de la modernidad urbana, de sus procesos económicos ni mucho menos de sus zonas cotidianas, en las que se desarrolla la vida diaria (p.23).

Alejandro Diez define de esta manera a la “nueva ruralidad”, a la interrelación constante entre los espacios rurales y urbanos, sin barreras, como una constante confluencia de personajes de ambos contextos, la constante actividad de distintas industrias en el campo. El autor analiza este aspecto desde lo que él define como “pluriactividad”, el cual es un concepto desde el que se da preponderancia a las distintas actividades económicas que se desarrollan en el mundo rural. Es importante tener en cuenta este concepto ya que al momento de desarrollar este aspecto, el autor da a entender que existe una diversificación de oficios, que las localidades rurales ya no se dedican únicamente a los trabajos tradicionales (que en el mayor de los casos podría estar relacionado al sector agropecuario) y se han convertido en productoras, tanto para sus propias comunidades como para espacios urbanos (p.23-24).

Se puede denotar en lo que menciona el Alejandro Diez las consecuencias de coexistir en un mundo globalizado: si la industria turística se presenta tanto en localidades rurales como urbanas ya no existen barreras en este sector económico. Incluso si se habla en general, del desarrollo económico y de las relaciones sociales, existen pocos lugares que se encuentran ajenos a la modernidad por el simple hecho de tener acceso a internet.

Por esto, la gran importancia social que juega un producto o programa periodístico turístico es fundamental en el devenir social: se crea de cierta manera un imaginario para la sociedad en favor de sí mismo. Por lo anteriormente expuesto, se considera necesario cómo influye en este campo un programa como “Reportaje al Perú” en nuestro país: si esconde problemas de nuestro país en favor del turismo nacional y del orgullo de la identidad nacional.

3.3. Glosario o definición de términos básicos

3.3.1 Periodismo

El periodismo es un oficio, una actividad social que se caracteriza principalmente por informar a la comunidad de los eventos que ocurren que tienen cierta trascendencia e importancia en el contexto que se llevan a cabo. Para los reconocidos periodistas Bill

Kovach y Tom Rosenstiel, según definen en su libro “Los elementos del periodismo”, este oficio:

“No es más que el sistema que la sociedad ha creado para suministrarnos esa información. Por eso nos importa tanto la esencia de las noticias y del propio periodismo: ambos tienen gran importancia para nuestra calidad de vida, para nuestros pensamientos y para nuestra propia cultura”. (Kovach y Rosenstiel, 2003, p. 14).

3.3.2 Turismo

Según la Organización Mundial de Turismo (OMT, 2008), dicha actividad es causada por factores sociales, económicos y culturales. Este fenómeno se basa principalmente en el transporte o traslado de personas desde su residencia común, de su ‘zona de confort’, a lugares poco conocidos por ellos, no tan cercanos de su día a día. A las personas que practican el turismo, se las denomina principalmente como ‘visitantes’, los cuales suelen darle más dinamismo al ámbito y contexto monetario del sitio que visitan al llevar a cabo el famoso ‘gasto turístico’. Por ello, la OMT afirma que el turismo tiene una repercusión considerable en la economía.

3.3.3 Publicidad

Según la American Marketing Association (AMA, 2005), la publicidad es aquella especialización o rama de las comunicaciones que se especializa en la persuasión y poder del convencimiento. En primera instancia, se puede hacer uso de ella a través de la propaganda en las distintas plataformas de difusión que funcionan en nuestra sociedad. Las personas que estudian los conceptos publicitarios principalmente lo llevan a cabo debido a que desean ponerlos a prueba en el campo de las ventas de bienes y servicios. Por esto, es considerada como una de las herramientas de la comunicación con mayor relevancia e importancia en la sociedad.

3.3.4 Propaganda

Según el Diccionario de la Real Academia Española de la lengua (2019), el término propaganda se refiere específicamente al acto de difundir ideas u opiniones con la intención de generar cierta simpatía en la audiencia, ya sea con la finalidad que las personas piensen de la misma manera o adquieran algún servicio o producto que es el objeto de esta difusión.

3.3.5 Periodismo de viajes

El periodista español Mariano Belenguer (2002) afirma en su libro *“Periodismo de viajes: análisis de una especialización periodística”* que el periodismo de viajes es una especialización del oficio tan igual como el político, deportivo o científico. A partir de un enfoque de calidad científica, esta faceta periodística pretende dar a conocer información relacionado al ámbito de la naturaleza, geografía o etnografía. Se define porque no suele tener matices de entretenimiento ni una inclinación comercial, ya que no pretende persuadir a los lectores con la finalidad que visiten una ciudad o un destino en sí, sino que solo se limita a dar a conocer, a revelar información que sea de importancia y relevancia que favorezcan al desarrollo social del sitio del que se informa (p.10).

3.3.6 Periodismo turístico

El periodista español Mariano Belenguer (2002) afirma en su libro *“Periodismo de viajes: análisis de una especialización periodística”* que el periodismo turístico es una especialización que se centra principalmente en retratar los atractivos del destino presentado. No pretende desarrollar un retrato en profundidad que plasme un estudio etnográfico o que exponga los aspectos más desagradables del sitio abordado: cuenta con una finalidad más comercial, que se centre en convencer al turista de que aquel lugar presentado es ideal para ser visitado (p.20)

3.3.7 Ruralidad/Urbanidad

En primer lugar, cuando se refiere a ruralidad, se tiende a denotar cierta asociación el mundo de campo, alejado de la ciudad. Así lo define Juan Romero en su investigación “Lo rural y la ruralidad en América Latina: categorías conceptuales en debate” (2012). Asimismo, comenta que se consideraba en el pasado al mundo rural como un contexto alejado de la modernidad, es decir de las industrias citadinas. (p. 9)

Por otro lado, respecto al concepto de urbanidad, existe una gran distinción. Según Percy C. Acuña Vigil en su investigación “El concepto de urbanidad” (2013), este término guarda una cercana relación con el concepto de urbanismo pero a su vez con el de civismo. Es por ello que se tiende a considerar como urbanismo a aquella actitud que una persona debe mostrar con sus prójimos en sociedad: con respeto, empatía, buenos modales y cortesía. Es un síntoma curioso ya que podría entenderse que una localidad urbana es sinónimo de elegancia y decencia. Sin embargo, a lo que se busca referirse en esta investigación al término “urbanidad” es aquel conjunto de localidades que son las principales en sus respectivas provincias.

3.3.8 Exotización

Proveniente de la palabra exótico, se tiende a referirse a exotización a aquel proceso a través del cual se formula un discurso para generar la idea que el elemento representado no es común. Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE – 2019), la palabra “exótico” hace referencia a aquello que es extranjero, que no es propio de la vida diaria y que por ello se lo percibe muy ajeno.

3.3.9 Construcción de la realidad

Según Marta Rizo García en su investigación “Construcción de la realidad, Comunicación y vida cotidiana – Una aproximación a la obra de Thomas Luckmann”, la construcción de la realidad nace a partir de la experiencia de las personas. Aquella es la materia prima ya que a partir de allí el comunicador genera su propia apreciación del mundo.

Posteriormente, con distintos matices que lo convierten más digerible, la construcción de la realidad parte desde la figura de un producto comunicativo (p. 22).

3.3.10 Estereotipos

Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE – 2019), un prejuicio es una idea aceptada socialmente que no cuenta ningún riesgo a ser modificado,

3.3.11 Prejuicios

Según el Diccionario de la Real Academia Española (DRAE – 2019), un prejuicio se refiere a aquella opinión distorsionada que puede tener una persona sobre un tema que no conoce a profundidad. Es una opinión previa antes de conocer de primera mano el lugar cómo es.

4. METODOLOGÍA

4.1 Tipo, nivel y diseño

Se debe esclarecer las dudas que se tengan sobre la manera y los métodos que se utilizarán para analizar la cuestión que el presente estudio plantea. En primer lugar, el tipo de metodología que se utilizará –a partir del enfoque de su alcance- para desarrollar esta indagación será la investigación de carácter explicativo / descriptivo. Como se explicó anteriormente, este trabajo tiene como finalidad desvelar y/o comprender la manera en cómo el programa cultural “Reportaje al Perú” retrata a los localidades del interior del país: hallar bajo qué pautas se retrata una localidad rural y urbana visitada.

4.2 Universo, población y muestra

El universo del presente estudio son los programas periodísticos relacionados al turismo. La población es el programa “Reportaje al Perú” y la muestra son 10 ediciones de dicho programa. Se decidieron analizar esta cantidad específica de programas porque significaban una cantidad adecuada de ediciones que podrían brindar una visión completa de las asociaciones y patrones que se utilizan. Por ejemplo, se eligieron 4 programas que toman de personaje principal a 4 localidades de la sierra peruana (de los cuales 3 se centran en rutas y recorridos más que en retratar localidades). Luego, se presentan 3 localidades de la selva y 3 localidades de la costa. Bajo esta cantidad de programas, que significan en total más de 500 minutos a analizar, se puede hallar una buena base de representaciones y asociaciones que se pueden replicar en las 10 ediciones a analizar y en todo el programa en general. Asimismo, son algunos de las ediciones más populares en Youtube (por su número de visitas).

4.3 Técnica e instrumento de recolección de datos

Para obtener dicho análisis, se hará uso de distintas técnicas cualitativas. Antes de explicar el uso de dichas herramientas, se debe esclarecer que esta investigación se dividirá en dos partes. La primera de ellas consistirá en analizar el programa “Reportaje al Perú” a partir

de lo que muestra en cada una de sus ediciones. Para el estudio, se analizarán 10 de sus distintos programas, especialmente de sus ediciones más recientes.

Tras elegir las distintas ediciones que serán analizadas, se iniciará con el análisis propio que será desarrollado a partir de la observación del programa. Este análisis se centrará especialmente en la manera en cómo se desenvuelve cada capítulo. Es decir, describir qué hace el equipo de la producción minuto por minuto y dividirlo en bloques: ya sean estos bloques ciudadanos (que presentan la vida local en su plaza o lugares populares), bloques de aventura (recorridos de explorador), bloques históricos / arqueológicos (que se centra exclusivamente a hablar de historia o de un museo en especial), entre otros tipos de bloques. Asimismo, se adjuntarán imágenes que ayudarán a analizar en mayor detalle lo que ocurre en el programa.

Tras llevar a cabo esto, se comparará la información recabada con los conceptos presentados anteriormente. Se relacionará los descubrimientos con los modelos de representación, con la nueva ruralidad, con los márgenes entre naturaleza y cultura, entre otros más que puedan aparecer en el transcurrir del mismo análisis.

Toda la estructura de esta metodología ayudará a alcanzar la finalidad que persigue esta investigación. Acompañada de los conceptos brindados por distintos autores que forman parte del marco teórico, las herramientas que serán utilizadas permitirán comprobar si el programa “Reportaje al Perú” presenta de manera distinta a las localidades urbanas y rurales del país.

5. RESULTADOS

5.1 Programas

Se eligieron 10 distintas ediciones de “Reportaje al Perú” para llevar a cabo el análisis del presente estudio. Se pueden dividir esta lista de programas en tres grupos: una tercera parte de las ediciones representan localidades costeras, otro grupo son de localidades de la sierra del Perú, y por último, una tercera parte son específicamente de localidades de la selva. Se hace esta distinción ya que así se podrán analizar y descubrir con qué representaciones el programa vincula a estas localidades, a partir de qué estereotipos o prejuicios puede estar formado el discurso turístico del que se sostiene el programa.

- **Huayllay, magia en la piedra (4/07/19)**

Este programa cuenta con una principal finalidad: retratar la belleza y misterio del bosque de piedras ubicado en Huayllay, localidad de la provincia de Pasco. En el camino hacia dicho lugar turístico, el reportero Manolo Del Castillo retrata por momentos las costumbres de la ciudad de Huayllay (localidad principal que se encuentra urbanizada). Por instantes, se puede apreciar que el mito de la distinción entre urbanidad y ruralidad es desechado ya que retratan a la ciudad de Huayllay con matices de industrialización, especialmente relacionados a las consecuencias del turismo en la zona.

- **Huaguruncho, el apu del Antisuyo (2014)**

El programa Reportaje al Perú retrata el camino hacia la montaña Huaguruncho. En el recorrido se puede apreciar las costumbres de distintas localidades aledañas. Por ejemplo, se puede denotar la celebración de distintos festivales folclóricos, con sus respectivos matices autóctonos. Sin embargo, también hay características de industrialización, como competencias de autos de carreras. Esto es un claro contraste entre urbanidad y ruralidad: ambos coexisten en las mismas condiciones.

- **Vilcabamba y la resistencia inca (16/06/16)**

En su camino al recinto histórico Vilcabamba, el programa hace un énfasis en la manera en cómo conviven los habitantes de las localidades del interior del país. El más claro ejemplo se puede encontrar al inicio de esta edición, en la cual menciona que los desayunos se hacen en “ollas de barro y a leña”. Luego, se puede denotar esa intención del reportero en promover el turismo local, especialmente cuando da a entender que una de las zonas

visitadas perdió adeptos turísticos durante la época del terrorismo. Posteriormente, se retrata la vida campesina desde una visión que aporta a la imagen de una vida de simplezas y carencias.

- **Bagua: selva linda, selva grande (11/07/2019)**

Este programa se basa principalmente en la naturaleza que caracteriza a la localidad de Bagua. Siendo una comunidad de la selva, el programa se centra en retratar la vida local con matices que podrían ser fácilmente reconocidas como de aquella zona del país. Utilizando imágenes como de mujeres atractivas, música popular de dicha zona, esta edición retrata la percepción del mundo de la selva.

- **Moyobamba, la selva del río Mayo**

Otro programa en el que se profundiza en la imagen selvática, en el que los matices relacionados a la fertilidad, alegría y relajación están presentes. Se resalta el hecho de la presencia extranjera en la zona por el turismo.

- **Tacna (2013)**

Esta edición marca una especial tendencia y define un retrato a cómo es una localidad costeña. Se centra principalmente en la vida citadina, dejando poco espacio a la ruralidad de Tacna. En este programa no se desmitifica la idea que la urbanidad es ajena a la ruralidad: se presentan ideas muy ligadas a la vida costera, sin necesidad de caer en la profundidad del periodismo de viajes.

- **Mollendo, esplendor en el sur (2014)**

El puerto de Matarani es el principal canal con el que se retrata la vida local en esta edición del programa. Otra comunidad costeña que es representada a partir del desarrollo y, especialmente, de la industria pesquera. La dieta centrada en los platos hechos en base a pescado. Mollendo sigue este canal de información, en la que la vida relacionada al mar es la principal representación. En un momento, por ejemplo, el conductor menciona que esta localidad le hace acordar a Barranco.

- **Camino Inca, la ruta hacia Machu Picchu (31/12/2017)**

La maravilla del mundo, Machu Picchu, no puede ser esquivada en este análisis ya que es el principal vestigio histórico del Perú y quizás, de Sudamérica. El programa parte desde la

ciudad del Cuzco, metrópolis que después de Lima es la más concurrida del país por los turistas internacionales como del mismo Perú. El camino inca es retratado y los matices de historia incaica son infaltables en este capítulo.

- **Amazonas, un mundo aún por conocer (2014)**

Su mismo título lo menciona: representan a Amazonas, un claro estandarte de la región de la selva, como un lugar poco conocido, aún no explorado. Es retratado como un lugar incluso olvidado, ya que en un momento del capítulo el reportero comenta que el Estado debería dar mantenimiento a cierto trecho de la carretera si busca impulsar el turismo de la zona. Asimismo, se centra a mencionar cómo es la vida en la localidad San Gerónimo.

- **Ilo, el puerto del sur (2016)**

La vida en el puerto de Ilo es retratada desde una visión pesquera, netamente costeña. La industrialización parece ser un matiz presente en las localidades costeras, una clara alusión en que si se encuentra cerca al mar, dicha provincia o comunidad está más cercana al desarrollo.

A continuación se iniciará con el análisis, programa por programa:

5.1.1 Bagua: selva linda, selva grande (11/07/2019)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=o-EgCWle69o>

Del segundo 0:00 al 0:50 se puede ver la introducción al capítulo. En menos de un minuto, se hace un resumen de todos los lugares que se visitarán durante el capítulo. En este resumen se escucha de fondo una música de aventura de fondo y distintas imágenes con clara alusión a la vida de la selva: paisajes, gastronomía local, aventura, entre otras. Esta introducción comienza con una frase singular: “Hay sitios del país de los que a veces oímos pero no sabemos dónde están..”.

Figura 1. Alusión a la aventura

El capítulo inicia realmente del segundo 0:51. De este momento hasta el minuto 2:54 se puede definir a este bloque como “Ingreso a la localidad presentada”. En estos minutos se explica cómo se logra llegar a Bagua. Luego dice que existe otra ciudad llamada Bagua Grande, al interior de la región.

El conductor Manolo Del Castillo conversa brevemente con un policía, quien le explica cómo es el calor en la zona. Esta conversación antecede a ciertas imágenes de carretera que se ven acompañadas con música de la selva. Antes que acabe este bloque, el conductor menciona que el día de su llegada se quedará a descansar en el hotel de su amigo Rafael. Resalta los beneficios del hospedaje y muestra la piscina para los turistas que llegan allí, en la cual se puede apreciar a dos mujeres en bikini que parecen ser de la localidad. Especialmente hay dos planos que resaltan: una en la que se ve a una de ellas caminar y en bikini y el otro en la que se la ve sonriendo coquetamente a la cámara (erotización de la mujer de la selva).

Figura 2. Imagen panorámica de Bagua

Figura 3. Erotización de la mujer de la selva

Lo que continúa es el “bloque histórico/arqueológico”. Este se transmite entre los minutos 2:55 y 7:50. Se pueden ver imágenes de la plaza local mientras el conductor habla de la historia de Bagua. Es en este momento donde se comenta que el pilar principal de la economía local ha sido la agricultura. Es en este momento donde se continúa con una entrevista al arqueólogo local Elvis Chugna, quien da mayor alcance sobre la historia local relacionada a la migración.

Se pueden ver muchas imágenes de la vida citadina: negocios locales, parques, mascotas, mototaxis, familias, entre otros. Manolo Del Castillo habla de las consecuencias del boom del caucho a gran escala que ocurrió entre finales del siglo XIX e inicios del siglo XX. Da datos históricos de esto.

Visita museos locales, muestra fósiles (industria turística). Entrevista al investigador local Ángel Jáuregui, a quien el conductor comenta que ha hecho mucho por Bagua sin la ayuda política. Antes que acabe la entrevista con Jáuregui, Del Castillo le da las gracias por el trabajo que ha realizado. No se entrevista a personas locales.

Figura 4. Entrevista al arqueólogo

Lo que continúa es el bloque ecológico, el cual dura desde el minuto 7:51 al 10:06. Este bloque inicia con el conductor dando mayor alcance del Pongo de Rentema, un vestigio ecológico de Bagua donde se cruzan los ríos Utcubamba, Chinchipe y Marañón. “Bagua es una tierra aún por descubrir”. Frase peculiar que dice en este bloque Manolo, dando una clara referencia a que es una tierra aún no tan explorada. Da a entender una suerte de ruralidad completa.

Posteriormente, el equipo del programa viaja en una balsa cautiva, que es un tipo de transporte para cruzar el río. Durante su viaje en la balsa, Manolo Del Castillo conversa con una de las personas locales que se encuentra también en dicho transporte. Él le comenta que ese día hará mucho calor y que nadarán en el río al estilo “Baywatch”.

Luego se ven familias locales bañándose en el río, disfrutando de la recreación, jugando vóley en la orilla por ejemplo. Por momentos se enfoca a tres mujeres jóvenes (¿erotización?).

Figura 5. Conversación breve con una de las personas que viaja en la balsa

Figura 6. Chicas jugando en el río

“Y llegó el momento en el que el día se puso mejor”, de esta manera el conductor resalta la gastronomía local. Así inició el bloque gastronómico, del minuto 10:07 al 13:32

El equipo del programa visita un restaurante local y entrevista al cocinero, Cesareo Camus. Él dice que “se come muy rico en Bagua”. El conductor da a entender que quedó maravillado con el arroz chaufa que se preparó en el restaurante que visitó.

Cuando se encuentran comiendo en la mesa, se muestra que el equipo de producción está acompañado de dos mujeres locales. Ante esto, Manolo dice que “se encuentra como juez acompañado de lindas fiscales, vocales y el resto del jurado”.

Figura 7. Momento del almuerzo donde se pueden ver al conductor con mujeres locales

El capítulo prosigue con el bloque citadino del minuto 13:33 al 14:32. Se muestra el malecón de Bagua, donde la población va a recrearse. En las imágenes se puede ver a distintas familias y parejas disfrutando el día allí.

El conductor realza la presencia del río Utcubamba en la zona y explica “El río Utcubamba pasa generoso por aquí”. Manolo Del Castillo comenta también sobre los arrozales que se encuentran cruzando el río. La presencia del color verde, de la naturaleza, es innegable en este bloque. Se habla de la recreación citadina y la asociación con la naturaleza es palpable.

No se habla con ningún citadino. Al final del bloque se ve al conductor hablar con una mujer de la zona, pero no reproducen la conversación en la grabación.

“Así es Bagua: bonita, natural y apacible. Estoy seguro que aún hay más por descubrir”.
Frase final del conductor en el bloque.

Figura 8. Imagen del malecón de Bagua

Se continúa con el bloque de aventura del minuto 14:33 al 25:01. “Tenemos un día nublado y lleno de sorpresas”. De esta manera el conductor y su equipo inician su viaje por la Cordillera de Colán. Del Castillo da por hecho que vivirán una gran aventura.

Entrevista a Caleb Guevara, un residente del pueblo El Porvenir, poblado que se encuentra cerca de allí. Él comenta que varias veces ya ha hecho el recorrido que el conductor se encuentra haciendo. Posteriormente Manolo Del Castillo comienza a mostrar la entrada a un bosque de piedras, se oye una música que transmite la sensación de descubrimiento.

Se entrevista al promotor turístico Hermes Serván, quien invita a los televidentes a visitar Bagua y a la selva en general. Él comenta que gustosamente los guías de la zona los acompañarán. Tras ello, el conductor comenta que el potencial turístico de Bagua recién se está descubriendo.

Luego, se puede ver a Manolo en una breve toma donde se lo ve caminando con dificultad en medio de la selva, para que finalmente llegue a la catarata de La Bella.

Tras su aventura en la catarata, el conductor se dirige al poblado de La Peca, donde comenta que los bomberos los acompañarán al siguiente punto de aventura: las cuevas de Cambiopitec. No entrevista en profundidad a nadie de las personas que lo acompañan.

Luego se dirigen al pueblo de Aramango. Allí, de igual manera que en anteriores ocasiones, no se reproduce ninguna conversación con algún poblador local. Solamente se

puede escuchar lo que dice el promotor turístico. Se entrevista a Daniel Calderón, quien se encarga de preservar la flora de la zona.

Figura 9. Entrevista a poblador

Figura 10. Recorrido en las cavernas de Cambiopitec

Esta edición de Reportaje al Perú continúa con el bloque etnográfico, el cual dura del minuto 25:01 al 31:23. En este bloque, el conductor visita la comunidad nativa de Tutumberos. Dos elementos que resaltan al llegar a Tutumberos son: el waro por el que se transportan para cruzar el río Marañón y, el segundo, el cartel con estilo chicha que se puede apreciar al momento de llegar a Tutumberos.

En esta sección, Manolo visita a la etnia Aguajún. Del Castillo comenta que el turismo allí aún es mínimo y se lo ve interactuando con niños de la comunidad pero no se reproduce alguna entrevista a ellos. Lo que sí se puede ver es una entrevista a Jayder Sánchez, un poblador aguajún, quien valora las costumbres dejada por sus ancestros. Él comenta que se respeta mucho la tradición allí, algo que el conductor confirma, ya que menciona que los Aguajún llevan la tradición y la costumbre por dentro.

Luego se puede ver a un par de mujeres locales preparando suri. El conductor y su equipo comen éstos en compañía de una familia local. Posteriormente, Del Castillo va acompañado con varios niños de la zona a la catarata del pueblo, donde los pequeños suelen bañarse y divertirse. Un momento peculiar es cuando el conductor dice “¿se imaginan una mamá de la ciudad dejando así de libres a sus hijos?”.

“Me siento raro con tanta tecnología. Estos niños no tienen juegos electrónicos. Viven felices y son más sanos que Tarzán”. El equipo no habla frente a las cámaras con ninguno de los niños.

Figura 11. Llegando a Tutumberos en waro

Figura 12. Jayder Sánchez, poblador Aguajún

Figura 13. Niños en la laguna

El capítulo sigue avanzando con un nuevo bloque ciudadano entre los minutos 31:24 al 36:22. El conductor visita el poblado de El Porvenir. Allí resalta la producción agrícola en la zona, especialmente de la piña.

Sobre este tema conversa con José Sánchez, un poblador local, quien le habla de la producción de piñas. Menciona Del Castillo que si uno toma aire en el pueblo podrá oler a piña.

El conductor comenta que solamente hay una calle principal y que la gente siempre está feliz.

Muestra la laguna del pueblo donde la población va a recrearse.

Figura 14. Entrevista a José Sanchez

Figura 15. Lago de la localidad

Entre los minutos 36:23 y 42:33 se muestra un nuevo bloque ciudadano. Éste se diferencia del anterior ya que se encargará de mostrar otra ciudad: Bagua Grande.

Hay gran preponderancia del color verde en las tomas: se muestran las chacras, las palmeras, entre otras. Entre estas escenas, se muestra la vida citadina: se puede apreciar a varias familias en la plaza central, motos estacionadas, entre otros elementos que podrían fácilmente ser relacionados con urbanidad.

El conductor entrevista a Carlos Jiménez, un poblador de Bagua Grande, quien habla de los inicios de la ciudad. Él comenta que la ciudad comenzó a tener prosperidad con la construcción de la carretera Marginal de la Selva. Carlos comenta que la ciudad ha crecido demasiado en los últimos 20 años, mucho más que en toda su historia.

Luego entrevista a Margarito Machacuay, personaje famoso conocido en todo el país por su gigantismo. Él trabaja en la municipalidad ayudando a personas con discapacidad.

Manolo Del Castillo luego se dirige a la Laguna Burlán, la cual dice que será el principal centro turístico de Bagua Grande dentro de poco. Se puede apreciar a personas practicando canotaje y esquí acuático, manejando motos acuáticas, entre otras actividades propias de la industria turística. El conductor comenta que si el gobierno regional decide instalar energía eléctrica en la laguna, se convertiría en un gran atractivo turístico.

Figura 16. Preponderación del color verde al inicio del bloque

Figura 17. Laguna Burlán

Entre los minutos 42:34 y 44:45 se desarrolla un nuevo bloque ecológico. En esta ocasión, ellos se dirigen al Santuario Nacional Cordillera de Colán. Allí son acompañados por el SERNANP (Ministerio del Ambiente). El conductor comenta que con ellos se adentrarán en una zona de “neblina, bosque entre las montañas. Un lugar de casi 40 mil hectáreas que se cuida porque contribuye a la vida saludable de todos”. Se Entrevista a César Bartra, jefe del Santuario.

Figura 18. Entrevista a César Bartra, jefe del Santuario

Figura 19. Catarata del Santuario

Finalmente, el cierre del programa se lleva entre los minutos 44:46 y 45:57. El capítulo acaba con el equipo de producción en la piscina del hotel donde se hospedan en Bagua Grande. El conductor resalta la belleza de la ciudad y promete que regresarán algún día. Al final del capítulo se siente una ligera erotización de la mujer local.

Figura 20. La escena final es una mujer que mira a la cámara y trata de invitar a pasar

5.1.2. Huallay, magia en la piedra (04/07/2019)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=KlCej03zSCA>

Del segundo 0:24 hasta 1:07 se lleva a cabo la introducción al programa. Se tienden a mostrar imágenes del bosque de piedras, de montañas de la zona y de una laguna turística.

Figura. 21 Imagen de introducción al capítulo

Se prosigue con el bloque de “introducción al capítulo”, el cual dura del minuto 1:08 al 1:39. El conductor da mayor alcance sobre cómo se llega desde Lima. Manolo Del Castillo comenta: “Prepárense que se viene un destino frío pero muy bonito”.

Figura 22. Carretera

Del minuto 1:40 al 2:53 se puede apreciar el primer bloque histórico/ arqueológico del programa. En esta sección se puede ver cómo el conductor comienza a dar datos de Canta (primera parada del equipo en su camino a Huayllay). Allí Manolo Del Castillo se encuentra con las personas que serán sus guías por el resto del viaje. No los entrevista ni tampoco a ninguna persona local.

Abundan las imágenes de montañas y de campo verde.

Figura 23. Canta

Figura 24. Plaza de Canta. Manolo conoce a sus guías.

Figura 25. Imágenes de montañas y valles

Un bloque de aventura inicia en el minuto 2:54 y dura hasta 8:21. Manolo dice una frase interesante: “seguimos la ruta siempre rumbo a las alturas”. Transmite esa sensación que Huayllay se encuentra arriba, en lo más alto de las montañas.

Hacen una pequeña parada en el pueblo de Cullhuay, según dice el conductor “para estirar las piernas”. Se muestran a los vecinos de la localidad pero no se los entrevista. “Disfrutemos del aire puro y del friecito que ya se siente”.

Luego continúan su ruta por la carretera y en el camino se topan con la Cordillera de a Viuda, el río Chillón y la laguna Chuchón. Manolo Del Castillo enfatiza que se encuentran a más de 4000 m.s.n.m. mientras se encuentra en la laguna y a continuación se escucha una música tranquilizante. Se pretende transmitir esa sensación de calma, de estar tranquilo entre lo que ofrece la naturaleza en esas latitudes. Abundantes las tomas de la laguna.

Luego se muestra una escena en la que el conductor se encuentra con su guía, Pablo Villafuerte. Ambos realizan un pago a la naturaleza con hoja de coca y con cigarro. Lo más interesante de este momento es que se muestra a la persona haciendo este tributo pero no se lo entrevista en profundidad sobre el acto que está realizando.

Posteriormente se muestra la laguna de 7 colores, que en palabras del conductor es “belleza asegurada a más de 4000 m.s.n.m.” Manolo comenta que hay promotores turísticos que

desde Lima hacen recorridos hasta dicha laguna. También se puede ver a un grupo de personas (aparentemente turistas) practicando canotaje en la laguna.

Continúan su recorrido por la carretera (se ven imágenes de las montañas aledañas). El conductor comenta “Se nos va el día y el mundo se va volviendo mágico. Aquí no hay frío, hay felicidad”, dando a entender que el frío es sinónimo de tristeza.

Figura 26. Parada en Cullhuay

Figura 27 Laguna Chuchón

Figura 28. Ofrenda a la naturaleza con Pablo Villafuerte

Figura 29. Laguna de 7 Colores

A continuación inicia un bloque citadino que dura entre los minutos 8:22 y 12:51. Este bloque comienza con el conductor mostrando la ciudad de Huayllay y comenta que si la altura afecta a los jugadores de fútbol cuando vienen a jugar a más de 4000 m.s.n.m., a

ellos no porque son viajeros. Presenta a la ciudad de Huayllay como una sociedad que se sostiene de la minería y ganadería.

Manolo Del Castillo comenta que por el frío de la zona, cuando uno entra a un restaurante lo primero que le ponen en la mesa es un mate o un caldo de sopa. Define a Huayllay como un pueblo tranquilo.

Se ven a las personas locales, incluso el conductor comenta en voz en off que se mostrarán imágenes de los vecinos de Huayllay pero no se muestra ninguna entrevista hacia ellos. Manolo comenta que las calles allí suben y bajan y recalca que allí hace bastante frío pero de todas maneras las personas comen helado.

Luego se comienza a resaltar los negocios locales. Manolo define a Huayllay como un “pueblo de mineros donde hay hoteles, tiendas, internet, todo lo necesario para el viajero”.

Mientras se ven imágenes de la vida citadina y de la plaza principal, Manolo habla con dos niños “quienes le advierten nuevamente del frío”. Los niños son entrevistados, le comentan del frío y cómo lidian con él, y también le habla del “Rural Tour”, el cual es una fecha especial donde arriban miles de turistas para conocer el bosque de piedras.

Se escucha una música de relajación de fondo y se ve al equipo de la producción caminando hacia los cerros. Resalta una de sus frases “dura caminata, siempre cuesta arriba”. Así el conductor visita el mirador de la ciudad y al fondo del paisaje se puede ver el bosque de piedras del lugar. Manolo vuelve a repetir una frase que hace alusión a la altura del sitio: “desde arriba el mundo siempre se ve mejor”.

Figura 30. Ciudad de Huayllay

Figura 31. Ciudadanos de Huayllay

Figura 32. Manolo Del Castillo hablando con niños locales

Del minuto 12:52 al 15:10 inicia un nuevo bloque histórico/arqueológico. Allí el equipo visita el complejo minero colonial de San Carlos. Se pueden ver imágenes de la ruinas mientras el conductor da mayor alcance de la historia del lugar. Manolo comenta que las ruinas son una clara prueba que “Pasco siempre fue una zona minera, como lo es hoy, como lo fue en la época de los incas y en la colonia”.

Posteriormente se dirigen a la laguna de Yanacocha. Se pueden ver imágenes panorámicas del lugar. Del Castillo comenta que en la laguna se encontró una momia de una persona que vivió hace cientos de años.

Figura 33. Complejo minero de San Carlos

*Figura 34.
Momia
encontrada en
la laguna de
Yanacocha*

A partir del minuto 15:11 inicia un nuevo bloque citadino, en el que el conductor presenta los baños termomedicinales de Huayllay. Él menciona que se paga poco para entrar y que se disfruta mucho (promueve su visita). Se pueden ver a turistas y personas locales bañándose allí. Del Castillo define que esas aguas calientes son una “bendición de la Pachamama” ya que se encuentran a más de 4000 m.s.n.m. y el frío es intenso. “Todas las piscinas son perfectas para engrerir al cuerpo”. Este bloque dura hasta el minuto 16:40.

Figura 35. Aguas termomedicinales

Desde el minuto 16:49 inicia un bloque de aventura, el cual permitirá introducir a los televidentes en el recorrido por el bosque de piedras de Huayllay. Inicia con Manolo Del Castillo mostrando los Bungalows de Canchachucho, un hospedaje para turistas a pocos

minutos del bosque de piedras. El conductor felicita al hospedaje e invita a los televidentes a que lo visiten.

Luego se dirige al bosque de piedras de Huayllay, donde presenta frente a las cámaras al jefe del Santuario y al guía que los acompañará durante todo el recorrido, Alcibiades Cristóbal. Él adelanta que podrá ver el bosque de piedras en su plenitud, apreciando todas las posibles formas que la imaginación te puede hacer ver: animales, personas, monstruos, entre otros.

Se escucha música de misterio de fondo cuando el conductor comenta que el bosque es gigantesco y tomará varios días conocer todo. A él lo acompañan el guía y sus ayudantes. Sin embargo, no se muestra ninguna entrevista con ellos. Solamente se los puede ver acompañándolos en su recorrido, sin mayor protagonismo. Pareciera que Manolo repite en el relato lo que el guía les comentó durante el camino.

“La vida a más de 4200 metros de altura, ayayay”, dice el conductor. Se muestran pinturas rupestres de pobladores de hace miles de años. El conductor se nota maravillado por el bosque de piedras y dice que así de “loca es la naturaleza aquí”.

En un momento se muestra una entrevista a Maykol Rodríguez, jefe del Santuario Nacional de Huayllay. Él da mayor detalle sobre las distintas actividades que se pueden hacer allí como ciclismo, escalar, , canotaje, entre otros deportes de aventura (industria turística).

A continuación Alcibiades le invita una pachamanca hecha tradicionalmente, en un hueco hecho en la tierra. El conductor realiza la manera tradicional de hacer la pachamanca, criticando a los restaurantes que actualmente intentan preparar este plato en una cocina y en olla.

Luego visitan el lago Junín. Se ven imágenes panorámicas del sitio, resaltando la naturaleza de la zona.

El bloque de aventura continúa con el conductor presentando los distintos deportes que se practican en el bosque de piedras de Huayllay. Comienza mostrando un grupo de turistas escalando una piedra y entrevista a Jimmy Morales, un entrenador de escalaje quien le da mayor detalle del deporte de aventura. Él no profundiza en el bosque de piedras. Del Castillo comenta que cada vez más turistas llegan a practicar estos deportes de aventura.

Luego visita una zona del bosque llamada 7 llaves. Allí visita la laguna Japurin y comenta que la vista es buena y enfatiza que “allí los pulmones se llenan de vida”. El equipo acampará al pie de la laguna. Del Castillo dice que allí intentarán conectarse a la naturaleza. Se pueden ver personas practicando canotaje mientras se escucha una música de relajación.

Se ve cómo el grupo come trucha. El conductor dice que se encuentra acompañado de miembros del Instituto Tecnológico de Pasco. Del Castillo repite lo que uno de los miembros le comenta, lo cual es que “Huayllay debería ser una capital turística hace tiempo”. No se reproduce ninguna entrevista.

Volviendo a la ciudad de Huayllay, visitan el poblado de Rumichaca, donde el conductor resalta la producción de queso. No se habla con ningún poblador. Luego se reproduce una entrevista a Luis Pajuelo, jefe de la Escuela de Turismo (IESTP). Él habla del potencial turístico de Huayllay y dice que aún se puede explotar turísticamente más el lugar. Luego se ve a personas manejando motos.

Del Castillo continúa realizando algunas de las piedras más famosas del bosque, como la alpaca o el elefante, mostrando imágenes del lugar.

Un nuevo día inicia. El conductor comenta que tomarán desayuno en la casa del guía Alcibiades. Se lo puede ver compartiendo la mesa con ellos pero no se ve una entrevista a ellos, no conversa con ellos. Luego se dirigen de nuevo al bosque de piedras, mostrando distintos parajes del sitio.

Se entrevista nuevamente a Maykol Rodríguez, jefe del Santuario. Él habla de la creación del bosque de piedras, refiriéndose que el lugar se originó hace millones de años cuando la zona se encontraba debajo del mar. Se pueden ver fósiles de seres que vivieron hace miles de siglos.

“Sigamos avanzando por este sorprendente museo geológico que no tiene puertas, donde hay viejas minas coloniales abandonadas, que tiene cultura viva, tradiciones, aventura, naturaleza y mucho que enseñar sobre la historia de la Tierra”.

Luego el conductor hace publicidad de una cámara Lumix. Finalmente, visitan una zona más del bosque, hasta que el programa acaba con una frase del conductor: “tenemos suerte de vivir en el Perú”. El programa acaba con este bloque de aventura, al minuto 46:47.

Figura 36. Pachamanca tradicional

Figura 37. Vista del bosque

Figura 38. Comiendo trucha

Figura 39. Entrevista al jefe del santuario

5.1.3 Mollendo, esplendor en el sur (2014)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=icu-d7oAkW4>

En el minuto 0:40 inicia la introducción al capítulo. En este tramo corto del programa se puede ver un resumen de lo que será el episodio, por lo que se ve un mix de imágenes de la plaza central, de la vida citadina, de la playa, entre otros. Dura hasta el minuto 1:14.

Luego de esta introducción, se puede decir que inicia un bloque de aventura entre el minuto 1:15 hasta el 3:22. Se aprecia al conductor en una embarcación dando la bienvenida a los televidentes. Él dice que a diferencia de otros programas, esta vez iniciarán el

programa en el mar ya que se dirigen al puerto de Matarani. Se pueden ver imágenes del mar, de lobos marinos que viven en aquella zona. Al llegar al puerto, resalta la industria pesquera en la zona.

Figura 40. Lobos marinos de la zona

Figura 41. Puerto de Matarani

Inicia un bloque citadino desde el minuto 3:22 hasta el 13. Allí Manolo Del Castillo comienza hablando de la producción pesquera en el puerto de Matarani. Él resalta que el puerto se ve limpio y ordenado. Se puede ver una entrevista a un pescador local, quien brevemente le explica cómo está la actualidad de la pesca.

Manolo visita el puerto artesanal de El Faro, donde dice que se puede conseguir pescado fresco. Luego conversa con Susana Vargas, una pobladora de Matarani que vende almuerzo en base a pescado. Tras ello, el conductor afirma que “así se come rico, con solo 6 soles y viene su refresco de maracuyá”.

Luego resalta al puerto industrial, describiendo en qué se basa su actividad y resaltando la presencia de cruceros de turistas. Enfatiza en el potencial económico del lugar.

Se dirigen ahora a la ciudad de Mollendo. El conductor da breves datos históricos y no profundiza totalmente en la historia de la ciudad, por lo que no se separa esta sección en un bloque histórico/arqueológico.

Se ven imágenes de la plaza y también escenas en las que se puede ver de fondo el mar. Hay esa intención de querer relacionar la ciudad con el océano. Se escucha de fondo música electrónica.

Manolo Del Castillo resalta la belleza de Mollendo denotando su sorpresa y dice “estoy pensando que los arequipeños son unos vivos y la tenían guardada para ellos solitos. Pero ahora ‘Reportaje al Perú’ se las va a mostrar a todos ustedes”.

Se pueden ver imágenes de la infraestructura local, de edificios antiguos que transportan a inicios del siglo XX. El conductor dice que la ciudad le hace acordar a Barranco, a Chucuito en el Callao, al barrio de La Boca en Buenos Aires. A las casas antiguas las define como “Arquitectura de puerto cosmopolita”. Resalta que en verano Mollendo recibe a muchos turistas.

Se entrevista a Ronald Guillén, Subgerente de Turismo de la Municipalidad de Islay, quien comenta que en verano la población llega hasta ser contabilizada en 400 mil personas, cuando normalmente solamente llega a 60 mil. “Es el balneario de los arequipeños”.

Luego visitan en mercado antiguo de San José, de Mollendo. Manolo resalta la arquitectura del lugar. Allí conversa con Isaberto Farfán, un vendedor de pescado, quien le comenta que tipo de pescado vende. También conversa con Antuca Rodríguez, vendedora de queso helado Petta’s, quien dice que desde hace 4 generaciones su familia tiene ese negocio. Ella le cuenta cómo prepara queso helado. Luego se ve a Manolo bromeando con un cliente del negocio.

El programa luego visita el malecón Ratti. El conductor resalta los negocios locales, como restaurantes.

*Figura 42. El conductor
conversa con algunas
personas locales*

*Figura 43. Se resalta la
arquitectura local*

Inicia un bloque histórico/arqueológico que dura desde el minuto 13:01 hasta 15:53. Allí habla de la estación del tren local, una estación histórica para el país. También muestra la casona de la estación, que actualmente es un espacio cultural. Allí se imparten talleres de arte y también hay un museo.

Se puede ver a Manolo Del Castillo conversando con Alberto Chávez, director de la estación cultural de Mollendo. Él resalta la prosperidad económica que tuvo la ciudad en el siglo pasado con la aparición del ferrocarril.

Figura 44.
Ferrocarril de
Mollendo

A partir del minuto 15:54, inicia un nuevo bloque ciudadano. Allí el conductor visita el balneario de Mejía. Manolo hace énfasis en que es un lugar exclusivo y a su vez comenta que no hay exclusión porque cualquier persona puede visitar el balneario. Mientras se resalta la arquitectura local, se entrevista a Natividad Leiva, vecina del lugar, quien comenta que es un distrito muy tranquilo y da detalles de la prosperidad del lugar durante el siglo pasado. Resalta la actividad pesquera.

Manolo comenta que muchos vecinos de Mejía no están tan felices con el ingreso de la tecnología al lugar. Añoran el pasado de Mejía, cuando no existían tantas casas modernas cerca a las playas. Incluso Del Castillo comenta que él prefiere el pueblo antiguo porque es un lugar en el que se pueden tomar buenas fotos (en este momento da un primer plano a su cámara Lumix).

Resalta el orden y limpieza del balneario de Mejía. Se ven muchas imágenes de personas que se dirigen a la playa. Entrevista brevemente a dos jóvenes que parecen turistas, quienes resaltan el orden y limpieza del balneario.

El conductor habla frente a la cámara diciendo que no es un amante de las playas, pero en Mollendo está empezando a encantarle el verano (impulsa su visita). Resalta el entretenimiento en Mejía, resaltando la presencia de “clubs, casinos, chicas lindas, elegancia, fiestas a todo dar”. Este bloque dura hasta el minuto 20:45.

Figura 45. Entrevista a Natividad Leiva

Figura 46. Imágenes del balneario

Del minuto 20:46 al 24:06 se desarrolla un bloque ecológico, en el cual el conductor visita el Santuario Nacional Lagunas de Mejía. Se reproduce un breve extracto de una conversación que tuvo con un guardaparques, quien le comenta cómo se originó naturalmente el santuario. Resalta una música de aventura con tintes de rock y tropical, no tan parecida a la música que se utiliza cuando se visita una localidad de la sierra o selva.

Conversan con Henry Alayo, jefe del santuario, quien le explica la importancia de conservar el humedal que se encuentra allí, ya que sirve de hábitat para muchas aves.

Figura 47. Humedal del Santuario Nacional Lagunas de Mejía

Figura 48. Entrevista al jefe del santuario

Del minuto 24:07 al 25:14 se desarrolla un breve bloque gastronómico, en el que el conductor visita el restaurante ‘La Chilenita’. Allí conversa con Nancy Yupanqui, la dueña del negocio, quien habla de los chicharrones que cocina, diciendo que incluso se los llevan hasta EE.UU. Ella también dice que siempre ve “Reportaje al Perú”, que lo sigue al conductor.

Desde el minuto 25:15 inicia un bloque citadino, en el que Manolo Del Castillo comienza a resaltar las playas locales. Se pueden ver a familiar disfrutando del mar. También resalta a

los restaurantes locales y bares que se encuentran cerca a las playas. Predominan varias tomas de mujeres en bikini. Este es un bloque breve, ya que dura hasta el minuto 26:40.

Luego, desde el minuto 26:41, se desarrolla un nuevo bloque gastronómico, en el que un chef está preparándole al equipo de la producción un saltado de mariscos. También hablan del barquillo, el marisco más popular del sur. A partir de esto es que muestran el perol de barquillo, un plato bandera de Mollendo. Conversa con Tita Cervera, la dueña del restaurante Charlie, quien brevemente le comenta cómo es el negocio turístico en la playa donde ella radica.

El conductor alaba los platos que comió en el restaurante y ante todo agradece a dicho negocio por la hospitalidad. Parece que promueve su visita. El bloque gastronómico dura hasta el minuto 28:20.

Figura 49. Manolo comiendo en el restaurante Charlie

A partir del minuto 28:21, inicia un nuevo bloque citadino, en el que el conductor comienza a volver a hablar de las playas locales. Manolo habla con María Valdivia, una vendedora de bloqueador solar, quien empieza a ofertar frente a las cámaras sus productos contra la radiación. Luego, comienza a hablar de las playas locales, resaltando su desarrollo turístico en los últimos años. Posteriormente, Ronald Guillén, subgerente de Turismo de la Municipalidad de Islay, resalta los cambios que se han realizado para hacer a Mollendo un lugar más atractivo para los turistas. Resaltan imágenes de familias divirtiéndose en la playa. Este bloque dura hasta el minuto 30:21.

Luego inicia un bloque histórico/arqueológico, del minuto 30:22 al 32:10. El conductor habla sobre el castillo Forga, el cual es un edificio histórico de Mollendo que se encuentra en la costa de la ciudad que se construyó en 1908. Aunque en su tiempo fue una mansión representativa del sur del país, ahora se encuentra abandonada. Se hacen tomas por dentro de la casa y se puede apreciar su buena infraestructura pero a su vez grafitis que dañan su imagen.

Figura 50. Castillo Forga

Inicia un nuevo bloque citadino desde el minuto 32:11. Se ven a familias divirtiéndose en la playa, bañándose, también se puede apreciar a un señor bailando solo en un escenario, Se puede ver posteriormente un concurso de escultura en arena y más playas residenciales Este bloque acaba en el minuto 35:37.

Desde el minuto 35:38, el panorama cambia totalmente: inicia un pequeño bloque de aventura. La producción deja las playas y se dirigen al distrito de Cocachacra. En el camino, pueden visitar el valle del Tambo, donde se produce arroz, sandías, cebollas, olivos y caña de azúcar. Conversan allí con Javier Pari, un agricultor de la zona, quien le invita sandía y le comenta sobre cómo es el negocio de venta de dicha fruta. Dura hasta el minuto 37:34.

Desde el minuto 37:35, inicia un nuevo bloque histórico/arqueológico, ya que visitan Cocachacra. Allí visitan la catedral del pueblo. Luego habla con Alberto Chávez, un

arqueólogo local, les comenta sobre los atractivos que encontraron los Incas y la cultura Tiahuanaco allí para vivir. El bloque dura hasta el minuto 39:36.

Figura 51. Entrevista al arqueólogo Alberto Chávez

Luego inicia un nuevo bloque citadino, a partir del minuto 39:37. Manolo resalta nuevamente la arquitectura local. Él dice que como el siglo pasado el lugar gozó de prosperidad económica, se invirtió mucho en el acabado de las casas. La música de fondo tiene una cierta similitud con música de la sierra (ya no se la siente tan ‘costera’).

Manolo Del Castillo habla con dos hombres locales, a quienes les pregunta cómo es vivir en Cocachacra. Ellos dicen que es bonito porque todos se conocen, la vida es más tranquila y el trabajo es más seguro. De allí visitan algunas chacras locales. Luego visita un negocio local donde hacen alfajores, en palabras del conductor, “se hacen los alfajores más ricos del sur del país”.

Entrevista a Teófila Vildoso, dueña del negocio ‘Alfajores Vildoso’. Ella dice que las personas vienen a comprar todos los días alfajores.

Figura 52. Entrevista a Teófila Vildoso

5.1.4 Amazonas, un mundo aún por descubrir (2014)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=MRkEo8GuRZY>

Desde el segundo 24 hasta el minuto 1:18 se desarrolla un resumen del capítulo, el cual resalta por no tener voz en off. Solamente se pueden ver imágenes de paisajes, de aventura.

A partir del minuto 1:19 se inicia la introducción del capítulo. Manolo Del Castillo aparece hablando frente a la cámara en la Plaza de Armas de Chachapoyas.

Allí inicia el único bloque de aventura de esta edición. En esta ocasión el programa será netamente un bloque de aventura. Se puede ver cómo el equipo de producción se dirige por la carretera Fernando Belaúnde Terry a Pedro Ruiz. Se ven imágenes de los paisajes, montañas y bosques. En medio del camino hacen una parada para ver jeroglíficos de una comunidad que vivió hace miles de años. Aunque se lo ve acompañado por guías, Manolo no los entrevista frente a cámaras.

Aunque la primera parte del camino el equipo de producción viaja en carretera, luego se puede ver cómo el camión se conduce a través de una trocha. El conductor pide a las autoridades que arreglen la pista porque lo que mostrará a continuación traerá muchos turistas. Ahora, Manolo Del Castillo llega al pueblo de San Jerónimo. Se ven imágenes de los pobladores, pero no se muestran conversaciones con ellos.

Ahora, Manolo se reúne con la Asociación Comunal de Turismo de San Jerónimo. Se puede ver cómo le explican el recorrido que realizará. El conductor con su equipo se dirige al Cerro El Tigre, donde dice que encontrarán sarcófagos. “Vamos a descubrir el Perú” dice Manolo y luego comenta que los pobladores han entendido que el turismo les puede traer beneficios y que saben que deben cuidar su legado histórico y cultural.

A continuación entrevista a Stefan Ziemendorff, investigador alemán que descubrió la catarata de Gocta. Él es su guía en esta edición y frente a cámaras da mayor detalle sobre el cerro El Tigre, lugar que visitarán para ver de cerca un grupo de sarcófagos históricos.

Se ven muchas imágenes de paisajes de color verde. El conductor y el equipo que lo acompañan van caminando al cerro mientras llueve. Ante esto, Manolo dice que se cree “que la lluvia es una defensa del Apu ante los intrusos pero nosotros somos sus amigos”.

El equipo llega al mausoleo donde se encuentran los sarcófagos. Él narra y da más detalles del lugar, legitimando su propia voz. De fondo se puede escuchar una melodía de descubrimiento. Manolo habla frente a cámaras dando mayor detalle del lugar y destaca que se encuentra “en las alturas”. Se ve al conductor caminando y escalando para poder llegar a ver los sarcófagos de la cultura Chachapoyas. Cuando llega al mirador, se ve al conductor solo, sentado y hablando de los sarcófagos mirando a la cámara. Continúa una breve entrevista a Stefan Ziemendorff quien da mayor detalle de estas tumbas y cómo veía dicha cultura a los muertos.

Después de un corte comercial, se ve al conductor y su equipo saliendo del hotel para ir a conocer la zona de Huaylla Belén. Mientras se encuentran en camino por la carretera, se puede ver al río Utcubamba. Durante su viaje, hace una parada en un lugar repleto de sarcófagos de momias de la cultura Chachapoyas. El conductor comenta que una de estas momias inspiró a la pintura “El grito” del artista Munch.

Aunque pasan por la pequeña ciudad de Luya, solo se muestran pocas escenas del lugar, de las calles y la plaza. Continúa su recorrido hasta llegar al pueblo de Cohechán. Allí, acompañado de Stefan, visitar el negocio de un grupo de mujeres que se dedican a la textilería. Ellas hacen ponchos y adornos en base a lana de oveja. En un momento Stefan le pregunta a una de las mujeres llamada Ersilia Tomanguilla desde cuándo se hacen ese tipo de textiles. Esta escena resalta porque es la única hasta este análisis que el conductor no es la persona legitimada para preguntar algo. Incluso en esta breve escena no aparece Manolo.

No se detienen mucho tiempo en Cohechán ya que se dirigen al valle de Huaylla Belén. El conductor vuelve a mencionar durante su paso en la carretera que van “cuesta arriba”. Cuando llegan al valle, se resaltan muchas imágenes de la vista, repleta de color verde.

Aunque el equipo acampará en el valle, el conductor recomienda un hospedaje hecho por los pobladores de la zona para los turistas (señal de inversión en el turismo). Se ve a varios locales practicando pesca artesanal en el río. Manolo comenta que el tour a Huaylla Belén lo ofertan agencias de Chachapoyas.

Se ven imágenes de ganado en el valle. Se denota que los locales practican dicha actividad allí. Se entrevista a Américo Solano, guía turístico del DIRCETUR de Amazonas, quien da detalles del recorrido que realizarán. Se ve al equipo caminando por la ruta, haciendo trekking. Comparan la zona con la sierra y la selva, ya que tiene características de ambas zonas del país. Se ve al equipo chacchando coca.

Posteriormente, Armando Cruz, Presidente de la Asociación de Turismo de la zona, cuenta cómo se llevaban a cabo las visitas del investigador Gene Savoy a su comunidad. Se ven vestigios aún cubiertos por vegetación. “Misterio a cada paso”, comenta Manolo. Visitan la ciudad de El Gran Vilaya y comenta el conductor que es igual de grandiosa que Kuelap.

Después de una pausa comercial, el programa reinicia en el pueblo de Congón. El conductor comenta que los amaneceres son distintos a como es despertar en la ciudad: sin una alarma, sin tráfico, sin celular y con un gallo que canta al amanecer. Con esta representación, se da una imagen clara de cómo es Congón: totalmente lo opuesto a la costa del Perú. Luego, se ve a Manolo desayunando con su equipo en la casa de Armando Cruz, donde él resalta la comida que le ofrecen.

Resalta la producción de café de Congón. Manolo comenta que de a pocos se está impulsando la exportación de café en la zona. El conductor inicia su última aventura saliendo de pueblo montado en burro mientras algunos locales lo despiden.

En el camino, se encuentran con un local quienes le invitan una bebida llamada guarapo. Al llegar a su destino, comenta que la vida local en lo más alto del valle es muy modesta y limitada pero con el ingreso de la actividad turística a la zona, todo va a mejorar. También incita al televidente a que viaje para que así apoye la actividad turística y por ende, a los pobladores.

Américo Solano, del Dircetur Amazonas, invita también a los televidentes a visitar la zona. Finalmente, acaban su recorrido en Kuelap.

Figura 53. Sarcófagos

Figura 54. Valle de Huaylla Belén

*Figura 55. Entrevista a
Armando Cruz*

Figura 56. Ruta en mula

5.1.5 Huaguruncho, el apu del Antisuyo (1/10/2014)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=pvBtPQ5-qBA>

Del segundo 30 al minuto 1:26, se lleva a cabo la introducción al capítulo, el cual es un breve resumen de lo que se verá a continuación. El conductor resalta el frío que se puede sentir en Cerro de Pasco.

Desde el minuto 1:27 se desarrolla un bloque citadino, en el cual el principal protagonista es la ciudad de Cerro de Pasco. Manolo resalta a la minería como la principal actividad económica de la zona. Se escucha de fondo música vernacular. El conductor recomienda desayunar “maca para que caminemos como chasquis”. Se ven imágenes de las personas locales pero ninguno interactúa hablando frente a cámaras.

Luego Manolo se dirige a Villa de Pasco, el lugar original en donde se fundó Cerro de Pasco. Se ve a una mujer local ofreciéndoles patasca. Luego, visitan el distrito de Vicco, donde en la plaza se realizará una carrera de llamas. Manolo comenta que la gente local se encuentra orgullosa de estas costumbres por su pasado inca. También se puede ver que se realizó un rally de autos de carrera en la plaza del distrito. Este bloque dura hasta el minuto 7:20.

A partir del minuto 7:21, inicia un bloque histórico/arqueológico. El conductor visita Pumpush, donde se puede encontrar un vestigio de la administración inca. Se escucha música folclórica de fondo.

Se entrevista a Edgard Solórzano, del Proyecto Qapaq Ñan, quien comenta que los incas también gozaron de la vista local. Manolo resalta la vista del lago Junín y su belleza natural. El conductor comenta que la finalidad del capítulo es hacer un trayecto del Qapaq Ñan, el cual los hará partir de dicha zona y los conducirá hasta Oxapampa. Este bloque dura hasta el minuto 10:20.

Desde el minuto 10:21, se desarrolla otro bloque ciudadano ya que visitan el pueblo de Ninacaca. El conductor muestra imágenes de la plaza y de la iglesia colonial del pueblo. Luego comenta que se está desarrollando una feria en el lugar. “Felicidad a más 4 mil metros de altura”, dice. Se ven imágenes de personas locales en la zona pero el conductor no entrevista frente a cámaras a ninguno. Se ven personas felices, que disfrutaban de la feria. Este bloque dura hasta el minuto 14:58.

Desde el minuto 14:59 inicia un bloque de aventura. El conductor habla frente a cámaras y comenta que él y su equipo han amanecido en el poblado de Huachón, ya que posteriormente se dirigirán al nevado de Huaguruncho. Habla brevemente del pueblo de Huachón para posteriormente reunirse con su equipo y preguntarles si están preparados para el recorrido que realizarán.

Posteriormente, luego de varias escenas donde se ven principalmente montañas y la camioneta en la que se transportan, llegan al inicio de la montaña que los llevará al apu Huaguruncho. Allí inician su recorrido en la montaña.

Al escalar Huaguruncho, se encuentra con un grupo de mujeres que se encontraban acampando allí. Manolo se siente sorprendido en encontrarse con mujeres allí. Luego conversa con Adrián Casimiro, su guía, quien le explica frente a cámaras qué herramientas utilizarán para escalar. Se escucha música de aventura mientras escalan. Luego, cuando retornan al campamento, realizan una ofrenda al apu. La ofrenda la realiza José Joaquín, otro guía del equipo, quien frente a cámaras comenta sobre la finalidad de honrar al Apu y a la Pachamama. Le promete a Manolo que saldrá de allí con muchas buenas vibras. El bloque termina con música de misterio de fondo.

Se va a una tanda de comerciales y el programa continúa en un bloque de aventura. Se inicia con imágenes del poblado de Huachón, con locales saludando a la cámara mas no interactuando con el equipo verbalmente. Luego continuarán su camino por la ruta del Qapaq Ñan. En el camino se encuentran con un local que les alquilará llamas para poder

transportarse. Entrevistan a Luis Pajuelo, un promotor turístico, quien explica frente a cámaras cuál será la ruta a seguir. Manolo comenta que por la ruta que están siguiendo, colindantemente se está haciendo una carretera, pero “ellos no quieren andar por allí porque prefieren seguir a pie el camino por el que el mismo inca andó”. Así resalta el actor histórico y ancestral del camino.

En pleno camino comienza a granizar. Se ve al conductor sufriendo en plena ruta por el clima pero en su narración comenta que eso lo motiva más. En un momento hacen una parada y dice que los que van adelante del grupo son “los machos del grupo”. A pesar del clima, resalta la belleza del paisaje. Él dice que hacer trekking, para él, es como “ir a misa, encontrarse consigo mismo” y se ven imágenes de la naturaleza.

En un momento, Manolo le pregunta a tres personas que lo acompañan por qué están fumando. Ellos le comentan que esa es una costumbre para hacer que el día se ponga soleado. Resalta el hecho que algunos de sus acompañantes estén chacchando coca y que el día se haya puesto soleado. Cuando llegan a la cima, todos celebran y arman una columna de piedras como muestra que llegaron a dicho lugar.

Después de una tanda de comerciales, el conductor y su equipo acampan en medio del camino. Ellos ahora tienen que llegar a Oxapampa a través del Qapaq Ñan. Manolo dice que es algo hermoso dormir lejos de la ciudad y muy de cerca con la naturaleza. Se entrevista a José Joaquín, uno de los guías, quien da mayor alcance de la importancia del camino tanto en época incaica, colonial y actual. Manolo critica además el hecho que en parte del Qapaq Ñan se esté construyendo una carretera.

Mientras continúan su camino por ceja de selva, se vuelve a resaltar los paisajes locales. Hacen una breve parada en una casa de un local donde beben cerveza. No se muestra más que eso. Luego, al llegar al poblado de Huancabamba, se quedan en un hospedaje hecho por colonos alemanes. En Huancabamba, el conductor dice que es un pueblo que tiene todos los servicios y que se encuentran muy conectados por la ciudad ya que el pueblo se encuentra atravesado por la carretera central.

Manolo conversa con Juan Lagravere, un poblador de Huancabamba, quien le comenta cómo nació dicha localidad gracias a los colonos alemanes.

Figura 57. Desfile de llamas y rally de autos de carrera en el distrito de Vicco

Figura 58. Guía mostrándole a Manolo las herramientas a utilizarse para escalar

Figura 59. Personas del equipo fumando en el camino para hacer que el clima se ponga soleado

*Figura 60.
Hospedaje en
Huancabamba
(Oxapampa)*

5.1.6. Tacna, entre la costa y el mar (10/05/2015)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=Jw95tvP7AVY>

Del segundo 33 al minuto 1:05 se realiza el resumen del capítulo, en el cual se muestran imágenes de lo que se verá en toda la edición, sin una narración con voz en off.

A partir del minuto 1:06 inicia un bloque citadino, que inicia con Manolo Del Castillo resaltando el comercio y la gastronomía local. Se ven imágenes de la plaza, de las personas locales mientras Manolo da detalles de ubicación de la ciudad. Recomienda el picante a la tacneña. También resalta la presencia de turistas chilenos. El bloque termina en el minuto 2:35.

Luego inicia un bloque ecológico. El conductor y su equipo visitarán la Plaza Santa Rosa. Al llegar descubren las casas de madera en donde viven los pescadores. Brevemente conversa con Miguel Ángel Gómez, un pescador que le comenta que esa es la primera plaza del Perú, “allí comienza la patria”. Posteriormente visitan una chacra aladaña a la playa, específicamente en la comunidad Los Palos. Allí se encuentra con Isabel Calderón, una mujer campesina que reconoce al conductor y llama a sus familiares a que lo vean. Ella le comenta al conductor que tiene una chacra de quinua.

Luego visita un hospedaje local que tiene de peculiar que las habitaciones tienen la misma forma de las casas de madera de los pescadores. Hay un cierto desarrollo turístico en esa zona. En la escena resalta que Manolo está acompañado de dos mujeres jóvenes a quienes se les hace primeros planos. Se intenta resaltar la imagen de ellas y su atractivo (exotización costeña). Se resalta la vista y la tranquilidad de la zona: la naturaleza que lo rodea es el principal atractivo.

Tras ello, se dirigen al balneario Los Palos. Allí conversan con Christian Rivero, representante del SERFOR, quien da detalles geográficos del balneario. Después preponderan imágenes de mujeres jóvenes en bikini en la playa (exotización de la mujer costeña). Manolo también resalta la presencia de restaurantes en la zona.

Desde el minuto 8:21 Manolo visita un fundo donde plantan y se producen aceitunas. Se puede ver todo el proceso para hacer aceite de oliva. El conductor resalta la producción de aceitunas en la zona. Luego entrevista a Gianfranco Vargas, un consultor en aceites de oliva, quien da mayor alcance sobre la producción de dicho producto. Manolo resalta la ubicación de Tacna para la producción de aceitunas. Este bloque termina en el minuto 12:04.

A partir del minuto 12:05 inicia un nuevo bloque ciudadano. Empieza con Manolo yendo a desayunar al mercado Boca del Río. Se ve al conductor y a su acompañante hablando con una vendedora de desayunos. El bloque termina en el minuto 13:30.

Luego, a partir del minuto 13:31, inicia un bloque ecológico. Ellos se dirigen al puerto de Morro Sama y comienzan a destacar la actividad pesquera en dicha zona. Se muestran a distintos pescadores artesanales. Se ve a Manolo conversar con un grupo de ellos pero no se reproduce su conversación. Luego se entrevista a Martín Zambrano, representante del SERFOR, quien destaca el gran número de ecosistemas marinos que se puede encontrar en la zona (voz especializada).

El equipo de producción sube a una lancha a navegar por las aguas de Tacna. Se topan con un pescador de choros, a quien se lo enfoca pero no se lo entrevista. Se destaca la presencia de aves guaneras en la zona. Luego se entrevista a David Patiño, presidente de la asociación de pescador de Morro Sama, quien da mayor alcance sobre la extracción del guano y la pesca.

Posteriormente, se dirigen a Punta San Pablo, donde viven muchos lobos marinos. Luego dos miembros del equipo comienzan a bucear y se puede ver imágenes del fondo del mar. Luego Manolo se sumerge destacando que se puede practicar dicha actividad turística. Al volver a Morro Sama, el equipo conversa con Lucrecia Montalico, una pobladora de la localidad, quien explica frente a cámaras cómo se come el ceviche en dicha localidad.

Tras una tanda de comerciales, el equipo inicia un nuevo recorrido en carretera, colindante al mar. Manolo llega a la playa La Meca y se resalta ante todo la naturaleza del lugar, el mar como principal protagonista. Luego visitan los humedales de Ite y resaltan frente a cámaras la vista del lugar. Este bloque dura hasta el minuto 27:14.

En el minuto 27:15 inicia un bloque histórico/arqueológico ya que el equipo visitará el museo de los humedales de Ite. Resalta la presencia de mujeres atractivas en el lugar que acompañan al conductor. En el museo se conversa con Augusto Carty (OGD TUR – Tacna), quien comenta que los humedales han sido víctimas del impacto minero de la zona. Este bloque termina en el minuto 29:04.

Luego, a partir del minuto 29:05, inicia un nuevo bloque ecológico. El conductor comienza a resaltar la vista de los humedales y la fauna y flora que vive allí. Visualmente se las resalta a través de imágenes donde se ven aves. Se dice en aquel momento que el humedal se formó gracias a un relave minero. Luego se conversa con José Sánchez, Jefe de Servicios Ambientales Southern Perú, quien da mayor detalle del flujo de aves migratorias.

Desde el minuto 32:33 inicia un bloque gastronómico. Se resalta la presencia de complejos familiares y restaurantes cerca al humedal. Luego se entrevista a Gloria Mamani, pobladora de Ite, quien le da mayor detalle del menú que está brindando en su restaurante Dura hasta el minuto 33:27.

Desde el minuto 33:28 inicia un bloque de aventura, ya que el conductor y su equipo acamparán en una de las playas de la zona. Cuando se ve a una de las mujeres en la playa, el conductor dice en voz en off “ahora si que Tacna y su belleza hagan lo que quieran con nosotros” (exotización). Luego el equipo hace una fogata mientras cae el atardecer.

Desde el minuto 36:37, inicia un bloque ecológico. El equipo se dirige a las Lomas de Tacahuay. Resalta la presencia de bosques. Resalta los proyectos de reforestación que se están llevando a cabo en la zona. Se entrevista nuevamente a Martín Zambrano, quien da mayor alcance del proyecto. Luego visitan el valle de Sama. Luego se entrevista también

de nuevo a Christan Riveros, quien les da mayor alcance sobre los cultivos de olivos de la zona.

Finalmente, se da un bloque citadino desde el minuto 40:39. Allí el conductor mostrará cómo los tacneños se divierten en verano. Se ven a varios lugareños practicar motocross y rally en la playa Boca de Río. Nuevamente el conductor vuelve a resaltar la belleza femenina del lugar, enfocándolas en primer plano. Conversa con Aída Ponce, dueña de un hospedaje en dicha playa, quien da mayor alcance de la diversión local.

Figura 61. Ciudad de Tacna

Figura 62. Producción de aceitunas y aceite de oliva

Figura 63. Manolo y el equipo que lo acompaña bucean

Figura 64. Humedales de Ite

Figura 65. Exotización de la mujer

5.1.7 Moyobamba, la selva del río Mayo (2014)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=yzu7uVDPxOE>

Desde el segundo 33 hasta 1:27 se realiza la introducción del capítulo. Preponderan imágenes de paisajes, bosques, cataratas, mientras se escucha de música de fondo melodías amazónicas. Él resalta que en el lugar se pueden combinar la diversión y el cuidado a la naturaleza.

A partir del minuto 1:28 inicia un bloque citadino. Se muestra la plaza de Moyobamba, mientras da datos geográficos e históricos de la localidad. Dice que es una urbe amigable y tropical. Se ven imágenes de los locales montando motos. Comenta que desde que se nombró a la ciudad como maravilla natural del Perú, la industria turística ha tenido un impulso. El conductor pide al televidente que salga a caminar por la ciudad ya que es una urbe tranquila.

Se entrevista a Pepe Ricse, un promotor turístico del lugar, quien dice que desde la aparición de la carretera Fernando Belaúnde Terry, la ciudad ha tenido un impulso económico. Manolo visita el malecón de Moyobamba y otros miradores de la urbe y resalta la vista que se puede obtener allí. Se pueden ver a los lugareños teniendo diversión y relajo allí pero no los entrevista.

Manolo da detalles de cómo se come en la selva, por lo general en mesas en la calle mientras aspiran el humo de la parrilla. Luego visitan los baños termales de San Mateo, lugar al que acuden siempre los lugareños. También visita un herbolario del lugar, donde aprecia las orquídeas de la zona. Entrevista a Karol Villena, encargada del herbolario, da mayor alcance de los tipos y precios de las orquídeas.

Luego vuelve a la ciudad de Moyobamba, donde es testigo del carnaval del Altomayo. Aunque se pueden ver desfiles y bastante asistencia de personas, el conductor no conversa con nadie frente a cámaras.

Desde el minuto 11:16 inicia un bloque ecológico. Primero realizan una parada en un grifo local. Luego se dirigen por carretera hasta el poblado de Jepelacio. Manolo dice que la gente local se dedica a la agricultura principalmente. Destaca la arquitectura local. Luego conversa con dos niños de la zona, con quienes conversa brevemente y les pregunta por los

atractivos turísticos de la zona. Los pequeños hablan de Moyobamba, la ciudad central, lo que demuestra que no están desconectados de la ciudad.

Luego Manolo conversa con el alcalde de la zona, José Antonio, quien le cuenta mayor detalle del proyecto de agua potable para todo el poblado. También destaca el hecho que la población utiliza la basura local como abono y/o lo recicla. Dice que esto ha ayudado a que su desarrollo agrícola se impulse. Aunque habla de todas iniciativas, no se presenta una entrevista con el alcalde. Sin embargo, a continuación se presenta una entrevista a Juan Vera, Subgerente de Medio Ambiente, quien comenta que se les explicó a la población local la importancia del reciclaje. Se puede escuchar música de la selva de fondo mientras todo esto se narra.

Luego se dirigen al poblado de Pacaypite. Manolo dice que es un sitio caótico con servicios básicos. Aquí, en el minuto 15:39, inicia un bloque de aventura. Se ve una pareja acompañada de un guía, quien los guía hasta las cataratas de Lejiayacu. No se ve al conductor en este trayecto. Preponderan imágenes de la catarata, queriendo resaltar la naturaleza.

Posteriormente, frente a cámaras, el conductor comenta que las personas locales utilizan mulas para transportar sus productos. Se pueden a ver a lugareños protegiéndose de la lluvia.

Continúan su recorrido al poblado de San Miguel. Manolo critica brevemente el estado de las pistas pero comenta que la vista de la selva hace que eso no se note. Brevemente muestra la plaza de la comunidad, mostrando a los lugareños allí sin interactuar con ellos. Luego se dirige a la catarata de la localidad. Tras realzar la naturaleza de la localidad, se muestra una entrevista a José Antonio Bardalez, alcalde de Jepelacio, quien realza el impulso turístico de la zona y dice que ellos mejorarán dicha industria en la localidad. Visitan las aguas termales de Jepelacio.

Tras un corte comercial, el programa inicia con el conductor en un hospedaje a 5 minutos de la ciudad de Moyobamba. Él resalta la vista del lugar y se lo ve luego tomando desayuno con la familia que gestiona el hospedaje. Resalta el hecho que se toma desayuno en familia y sin apuros. Luego entrevista a Seizo y Aurora Shiraishi, personas que gestionan el hospedaje.

Luego visitan el poblado de Aurora, donde solamente ven a la población en la plaza. Luego conversan brevemente con una mujer que vende comida hecha en parrilla. Luego se dirigen a Morro de Calzada. Se entrevista a un guardabosques hablando de una nuez típica del lugar. Luego se resalta la fauna y flora del bosque. Finalmente se dirigen al mirador del lugar. Allí se encuentran con una pareja que parece de la costa (no son locales), quienes afirman que vale la pena ir allí.

Desde el mirador se puede observar el valle del Altomayo. Se entrevista a Bruno Vásquez, gerente de una agencia de viajes, quien comenta que la población ha tomado consciencia del cuidado del medio ambiente. Se ve luego al conductor disfrutar de la lluvia local mientras baja del mirador a través de la ruta de la montaña.

A partir del minuto 32:35, inicia un bloque ecológico. El equipo visita el fundo La Julianita, donde se destaca el manejo ecológico. Se entrevista a Sergio Rodríguez, propietario del fundo, quien se queja de los migrantes que no toman consciencia del cuidado ambiental y la dañan. Manolo resalta la presencia de productos naturales.

Luego visitan Recreo El Milán, el cual es un complejo donde las familias van a relajarse y los turistas van a hospedarse. Se entrevista a Henry Vásquez, quien es el gerente del lugar, dando mayor detalle de los platos turísticos que se preparan allí. El conductor comenta los platos que se pidieron él y su equipo, sin enfatizar mucho en cómo se los prepara.

Manolo visita Boca de Huascayacu. Esto empieza en el minuto 37:15, iniciándose un bloque de aventura. El conductor entrevista a Juan Isuiza, un guía local, quien comenta que visitarán Tingana. El recorrido es en peque peque y luego en bote. Al llegar, se destaca el turismo ecosostenible en la zona. Se ven a turistas jugando con loros.

Luego en bote recorren Tingana. El conductor termina resaltando la presencia del ecoturismo en la zona, enfatizando en que se puede crear consciencia del cuidado ambiental y a su vez, sacar provecho económico de ello sanamente.

Figura 66. Manolo en la plaza de Moyobamba

Figura 67. En Jepelacio resaltan la labor en favor del medio ambiente

Figura 68. Cataratas de Pacaypite

Figura 69. Manolo desayunando con la familia Shiraishi

Figura 70. Manolo con su equipo en Tingana

5.1.8 Camino Inca, la ruta hacia Machu Picchu (2011)

Links:

Parte 1: <https://www.youtube.com/watch?v=WaZ6gDQrG84>

Parte 2: <https://www.youtube.com/watch?v=b5SDHCOA1KU>

Parte 3: <https://www.youtube.com/watch?v=VQdGQATAQKg>

Parte 4: <https://www.youtube.com/watch?v=pmk1pNBycHY>

Parte 1

Del Segundo 30 al minuto 1:21 se realiza la introducción al capítulo. Manolo Del Castillo comenta sobre la importancia turística e histórica de la ciudadela de Machu Picchu y menciona que realizarán el camino inca hasta nuestra Maravilla del Mundo.

A partir del minuto 1:22 empieza un bloque citadino. Se muestran imágenes de la plaza del Cuzco, resaltando especialmente a los turistas extranjeros. Manolo resalta la importancia del Imperio Inca y comenta que es un gran atractivo para los turistas de otros países. “Todo turista sueña con pisar una vez el Cuzco”, dice el conductor. Manolo resalta la arquitectura de la ciudad y los negocios relacionados al turismo, como tiendas de artesanía, hospedajes, entre otros.

El conductor menciona que Cuzco es tan cara como Lima pero que hay maneras de no gastar tanto en dicha ciudad. Menciona que la mayoría de restaurantes del centro de la ciudad no son baratos y que mejor los turistas que no quieran invertir tanto dinero, vayan al mercado de Cuzco o un restaurante no tan lujoso.

Se entrevista a Ieylys Gutiérrez, presidente de la AGPP, quien comenta que al celebrarse el centenario del descubrimiento de Machu Picchu (en dicho año, 2011), han impulsado la visita al vestigio histórico. También comenta que varias personas locales criticaron el hecho que se le diera el reconocimiento a Hiram Bingham como descubridor, ya que según ellos varias personas locales ya conocían la existencia de la ciudadela.

Manolo habla de la conexión que tienen los turistas con Cuzco y con sus lugareños. Luego recomienda a los televidentes el hospedaje en el que se encuentra. Después de hablar sobre la agencia que lo llevará por el camino inca, el conductor se dirige al Museo Inca.

Desde el minuto 9:30, se inicia un bloque histórico / arqueológico. Allí el conductor recomienda a los televidentes que visiten el Museo Inca si es que quieren conocer mejor la historia de los incas. Se ve a Manolo conversar con sus guías pero no los entrevista frente a cámaras. También luego visita la Casa Concha, lugar que se caracteriza tener los distintos tipos de arquitectura que se hizo en Cuzco.

Parte 2:

Desde que inicia esta parte, el conductor comenta que ha comenzado su viaje por el camino inca. Aquí empieza el bloque de aventura. Su primera parada es en el pueblo de Ollantaytambo, el cual fue un punto principal para el antiguo Imperio Inca. Manolo conversa brevemente con Narciso Ccahuana, su guía en esta excursión, quien le comenta que Ollantaytambo es la única parada en el camino Inca. Después de allí, no encontrarán otro pueblo.

Cuando llegan al punto de partida del camino rumbo a Machu Picchu, se comenta que su agencia de viajes contrata a comuneros para que transporten el equipaje de los turistas (se da trabajo a los locales). Frente a cámaras se presentan a los guías y comuneros que los acompañarán en el viaje.

Cuando inicia el viaje, se puede escuchar de fondo música andina. Se ven imágenes del paisaje, incluso se ve al tren pasar. Luego llegan a SalaPunku, donde se entrevista a un guía local quien comenta que Hiram Bingham siguió el camino donde está Manolo cuando descubrió Machu Picchu. Resalta el trato de los guías, ya que Manolo comenta que allí “los trataron como incas”. El conductor enfatiza que el equipaje que pueden cargar los comuneros está reglamentado ya que hay un límite de peso.

El conductor resalta la naturaleza del camino ya que resalta la presencia de orquídeas. También comenta sobre la arquitectura inca. Mientras se muestran restos incas, se puede escuchar música andina.

Parte 3:

Manolo sigue su recorrido y llega hasta Patallacta, un nuevo resto arqueológico incaico. Muestra los andenes y explica cómo los escalaban. El conductor explica que en la zona se dedicaban especialmente a la agricultura. Resalta la presencia de aguaymanto en la zona.

Abundan los planos en los que se aprecia la arquitectura inca, esa es la intención. Se entrevista a Oscar Montufar, guía y arqueólogo del recorrido, quien destaca cómo los incas desarrollaban sus obras arquitectónicas ya que afirma que ellos buscaban el balance entre naturaleza y arquitectura. Manolo comenta sobre la importancia de los apus para la gente local y para los incas.

Manolo destaca que el gobierno ha regulado el ingreso de turistas al Qapaq Ñan. Luego, Manolo y el equipo hacen una parada para beber chicha, “como los incas” dice. El

conductor comenta que amanecieron en Llulluchapampa y que los turistas deben amanecer lo más temprano posible.

El conductor menciona que los que hagan el camino inca deben ir a su ritmo, enfatizando en el hecho que las personas decididas nomas deberían hacer dicho recorrido. Manolo dice que los turistas extranjeros nunca habían llegado a un lugar con tanta altura y tampoco conocían el soroche. Los muestra como personas totalmente ajenas al contexto peruano.

Manolo continúa su recorrido, mostrando paisajes mientras el narra el camino con voz en off. El conductor es meramente un narrador, sin mayor interacción con los guías frente a cámaras ni con los demás turistas.

Parte 4:

Se muestra una breve entrevista con un guía, quien le comenta a Manolo qué es lo que sigue en la ruta. Narciso, otro de sus guías, le explica cómo el agua cae desde la montaña. Luego hace una parada en Phuyupatamarca, lugar donde dice que se puede ver un hermoso atardecer. Preponderan imágenes de la vista del lugar.

Manolo muestra otros parajes donde solamente se puede apreciar paisaje. No hay interacción con los guías. El relato se reduce a simplemente apreciar el paisaje. Al llegar a una escalera alta, uno de los guías hace una broma que comenta que a ese tipo de rutas les llaman “gringo killer”.

Finalmente llegan a Machu Picchu y el conductor sigue siendo el protagonista. Junto a música andina de fondo e imágenes del lugar, el capítulo finaliza.

Figura 71. El capítulo inicia mostrando la ciudad del Cuzco.

Figura 72. Comienza el recorrido.

Figura 73. Preponderan muchas imágenes del paisaje.

Figura 74. Manolo Del Castillo es el narrador del capítulo e interactúa pocas veces con sus guías.

5.1.9. Ilo, el puerto del sur (2016)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=qAiSros9PK0>

Desde el segundo 0:33 hasta el minuto 1:21 se desarrolla una introducción al capítulo. Esta suerte de resumen del capítulo se caracteriza por tener muchas imágenes de las playas de Ilo. Incluso el conductor comenta brevemente que el gran atractivo del lugar es su mar.

Se inicia un bloque histórico / arqueológico desde el minuto 1:22 hasta el 2:29. El conductor comienza a dar un mayor detalle de la ciudad de Ilo en la época colonial, hasta finalmente definir a Ilo como una de las ciudades con mayor importancia a nivel pesquero e industrial.

Luego, un bloque citadino inicia desde el minuto 2:30. Empieza con el conductor diciendo que las personas de Ilo “viven de su mar, disfrutan su mar y cuidan su mar”. Manolo define a Ilo como una ciudad bonita, limpia y ordenada. También dice que la ciudad tiene historias de piratas y sirenas. Luego se resalta la presencia del malecón, el cual es el principal atractivo del lugar al que siempre acuden los ciudadanos. “Cuadras y cuadras de armonía”, comenta Manolo. Se pueden ver muchas imágenes del puerto, del malecón, de personas locales y turistas.

Luego Manolo conversa con un hombre que ofrece paseos en bote en el puerto. Tras ello, conversa con un turista que viene de Iquique, para luego mostrar brevemente un mercado en el que se come papa rellena. El conductor resalta la presencia de hoteles en la zona cerca al mar. Luego visita la plaza de Ilo y se muestra la vida local. No se conversa con ninguna persona local, solo se los muestra caminando. Manolo dice que Ilo es una localidad muy segura, no hay tráfico y “hasta aseguraría que no hay estrés”. Hay una clara intención de resaltar e impulsar la visita de Ilo.

Se entrevista a Rubby Gamarra, quien es un ciudadano quien resalta el desarrollo de la ciudad. Luego se habla de Pampa Inalámbrica, una nueva parte de Ilo que está creciendo y que fue creada por inmigrantes. Se tiende a resaltar a Ilo como una ciudad desarrollada (cercanía al mar = desarrollo). Luego comenta de los balcones antiguos que se pueden encontrar en Ilo. Hace también un llamado al cuidado de las casas de adobe en Ilo.

Luego conversa con Edwin Odriozola, un historiador quien comenta cómo se reconstruyó el puerto de Ilo. Posteriormente, se dirige a la casa de una familia, donde se los ve conversando con ellos. Manolo resume la conversación en que ellos les contaron cómo era la vida en Ilo anteriormente. Sin embargo, no se reproduce la conversación en ningún momento.

Manolo ahora visita el puerto y rescata la producción pesquera, afirmando que es uno de los puntos fuertes de Ilo. Sin embargo, no se lo ve conversando con ningún pescador. Luego se dirige con su amigo Héctor al mercado El Lenguadito. Allí se puede ver distintos puestos de venta de pescados y mariscos. Conversa brevemente con una vendedora a quien le pregunta el precio del erizo.

Luego se dirige al puesto de una señora llamada Martha, quien se encarga de realizar almuerzo a sus clientes con los pescados que estos últimos han comprado. Manolo lleva los pescados que compró y ella se los preparará. El conductor comenta que esa es una costumbre que se remonta a los antiguos pescadores, ya que ellos llevaban sus propios pescados para que los preparen. Luego se lo comiendo los platos que preparó Marta y un ceviche que el mismo Manolo junto a su amigo prepararon. No hay mayor interacción entre los personajes presentados. Así finaliza el bloque citadino, en el minuto 15:10.

A partir del minuto 15:11, inicia un bloque ecológico. Manolo visita la costa norte de Ilo, siendo su primera parada el Fundo Hierbabuena. Allí entrevista a Beatriz Alvarado, quien habla sobre cómo nació el fundo. Luego Manolo comenta que el fundo produce olivos, granadas, higueras y manzanas y que los dueños quieren que el lugar se convierta en un lugar turístico.

Ahora el conductor visita Platanales, una playa en la que resalta por cómo se enfoca principalmente a mujeres en bikini (erotización/exotización). Manolo cuenta una leyenda urbana publicada en una revista local, que decía que en la década de los 80s Adolf Hitler fue capturado en esa playa de Ilo. Luego visitan otra playa, en donde se encuentran varias casas de playa. Se puede ver a Manolo bañándose en una piscina de una de estas casas. Luego conversa con Eduardo Caballero, poblador de Ilo, quien resalta la visita de muchos turistas a las playas. Manolo ahora almorzará con una familia local. No se muestra ninguna conversación con ellos. Solamente se los ve comiendo. El bloque dura hasta el minuto 24:19.

Ahora inicia un bloque de aventura, desde el minuto 24:20. Aquí inicia su aventura en las dunas de Ilo, en su desierto. Al mismo estilo del desierto de Ica, Ilo cuenta con el mismo atractivo. Entrevista a Roberto Díaz, quien es deportista del colectivo OFF Road, resaltando la visita de turistas al lugar. Luego visita Puerto Inglés, una playa que se encuentra cerca al desierto. Se puede ver luego al Pozo de Lizas, una plaza popular en Ilo. Manolo, desde el malecón de la playa, dice que desde allí se “puede ponerle la puntería a una chica bonita” (erotización). Luego se dirige a un restaurante local llamado “El Mordisco”, donde entrevista a Maribel Inquilla, una cocinera quien dice que en Ilo se come fresco. Tras ello, se puede ver a un grupo de personas practicando moto acuática. Este bloque termina en el minuto 34:02.

Luego inicia un bloque ecológico en el minuto 34:03. Manolo visita Punta Coles, área protegida de Ilo. Allí se puede ver la vida animal en la playa, lo que más rescata audiovisualmente. Luego entrevista a Mariano Valverde, jefe de la reserva, quien resalta que Punta Coles es un lugar para todo “aquel que quiera cuidar el ambiente”. Luego visitan el fundo Algarrobal en el que resalta la producción de higos y mangos. Manolo dice que el lugar es el Ilo del campo.

A partir del minuto 41:20, inicia un bloque histórico / arqueológico, ya que visitan un museo local en el que se resalta la presencia de la cultura Chiribaya. Allí se puede encontrar cerámica y productos agrícolas de dicha cultura. También se pueden ver momias. Luego inicia un bloque ecológico, ya que visitan el fundo Chaspaya. Allí resalta la producción de pisco.

Figura 75. Ciudad de Ilo

Figura 76. Manolo comprando pescado cerca al puerto

Figura 77. Erotización de la mujer

Figura 78. Desierto de Ica

5.1.10. Vilcabamba y la resistencia Inca (16/06/2016)

Link: <https://www.youtube.com/watch?v=mC68AIqWHL0>

Del segundo 32 al minuto 1:30 el conductor brinda un resumen del episodio, comentando la historia de los 4 incas de Vilcabamba y cómo plantearon resistencia frente al ejército español.

Desde el minuto 1:31 comienza un bloque de aventura. Primero se puede ver al equipo viajar en carretera mientras Manolo del Castillo va contando en voz en off mayor detalle de Manco Inca y los demás incas de la resistencia. Luego, el conductor amanece en una casa y se lo puede ver tomando desayuno en una mesa con otras personas. Él menciona que prefiere la sierra peruana sobre la costa y la selva.

Luego presenta brevemente al poblado de Huancacalle, donde será la base de operaciones de la aventura a Vilcabamba de Manolo y equipo. Se puede ver imágenes de pobladores de la localidad pero ninguna entrevista a alguien de ellos. Luego visitan el pueblo de Lucma, donde fue la base de operaciones de Manco Inca. Aunque se muestra el poblado, Manolo se centra únicamente en contar detalles sobre el soberano inca.

Se entrevista a Zenobio Valencia, jefe del Parque Arqueológico de Vilcabamba, quien cuenta la historia del templo de Lucma. Luego inician su camino a Vilcabamba. Lo primero que encuentran es una huaca, donde Manco Inca brindaba adoración al dios sol. Aunque se ve a una persona vestido de inca, Manolo solamente relata la historia del lugar, siendo la única voz autorizada.

Posteriormente llegan al centro de Vitcos, el cual fue un centro ceremonial y administrativo para la resistencia Inca. Luego se entrevista nuevamente a Zenobio Valencia quien da detalles de la ciudad.

Tras un corte comercial, Manolo Del Castillo habla frente a la cámara diciendo que “tras dormir con 5 frazadas, dejarán Huancacalle para conocer las alturas de Vilcabamba”. Se puede ver al equipo ir en la camioneta a través de la carretera que rodea la montaña, yendo por un camino de trocha. Luego hacen una parada en la laguna Victoriacocha y el conductor dice “corazón, aquí está tu premio”. Manolo quiere poner como principal protagonista a la naturaleza del lugar, rescatando su belleza. Se abren paso por la cordillera de Vilcabamba, resaltando los nevados que se pueden apreciar allí.

Se entrevista a Redi Tuco, representante de la Municipalidad de Vilcabamba, quien menciona que visitarán atractivos turísticos de aventura, como el nevado de Panta. Justamente el equipo se dirigirá a este lugar mencionado. Luego se resalta la belleza del caserío Chilligua, donde menciona que “la belleza de los Andes tiene una sucursal aquí”. Se puede ver imágenes de los pobladores en su rutina pero no se habla con ellos, solamente el conductor menciona que los políticos deberían acordarse de ellos.

Tras este episodio, se dirige con unos pobladores al nevado Panta. Se resalta la naturaleza del camino y Manolo resalta los efectos positivos del turismo. También dice que el “Perú es un país aún por descubrir”. Conversa con Gilmar Águila, poblador del lugar, quien comenta que la laguna de Chilligua tiene vida propia ya que cuando está amarga, el clima se pone nublado.

Al llegar al nevado Panta, Manolo resalta la presencia de las puyas de Raimondi. Luego visitan el pueblo de Yanahuanca. Allí resalta la iniciativa de la municipalidad local de pintar las casas locales.

Tras un corte comercial, visitan la localidad de Vilcabamba. Manolo resalta que en el lugar hay muchos carpinteros. En su camino resalta nuevamente la naturaleza local, hasta que se topan con un ushnu, una plataforma ceremonial inca. En el camino se topan con el poblado de Salinas, donde un grupo de músicos locales los reciben. Tras el recibimiento, los músicos hablan con Manolo frente a cámaras. Ellos mencionan que suelen tocar música en Navidad, Año Nuevo, Semana Santa. Al ingresar al pueblo, se ven imágenes de los niños locales. Manolo dice que la gente es amigable para luego decir que las mujeres locales les mostrarán cómo hacen sus tejidos. El conductor es el que explica cómo hacen sus tejidos, en vez que las mujeres mismas sean quienes expliquen el proceso de creación.

Luego inician una caminata con el señor Valentín, una persona local de Salinas quien los lleva a hacer un recorrido por el campo. “A veces no sé si estoy soñando o trabajando”, dice Manolo mientras se muestra la naturaleza local. Visitan los humedales de Añapay, ecosistema predilecto de las aves de la zona. Tras ello, visitan el poblado de Marampata. Al llegar se topa con el señor Esteban, quien en aquel momento se encontraba extrayendo su cosecha de papa de su chacra. Él menciona frente al conductor que esa cosecha es mayoritariamente de consumo de ellos. Allí acamparán esa noche.

Tras amanecer, se resalta la vista del lugar. Luego, tras desayunar, continúan su camino hacia la laguna Urumbay. Visitan las lagunas y continúan su recorrido hacia la localidad de Pampaconas. Allí los reciben nuevamente músicos locales.

Continúan su recorrido a través de la carretera hasta llegar a la localidad de Yuveni, el cual es un poblado ubicado en la ceja de selva. Manolo dice que el lugar cuenta con servicios básicos. Allí se puede ver hospedajes por ejemplo. El conductor menciona que su cercanía con el complejo arqueológico de Espíritu Pampa (donde vivieron los incas de la resistencia) puede cambiarle la vida al poblado.

Manolo da mayores detalles de Espiritu Pampa y de su importancia histórica para la cultura Inca. Se entrevista nuevamente a Zenobio Valencia, jefe del Parque Arqueológico de Vilcabamba, quien da mayores detalles de la ciudad incaica.

Figura 79. Localidad de Huancalle

Figura 80. Llegada al complejo inca

Figura 81. Se hace un especial énfasis en la naturaleza local.

Figura 82. Visita a los humedales

Figura 83. Ciudadela incaica de la resistencia

6. ANÁLISIS

Tras haberse desarrollado el análisis de los programas antes presentados, se identificaron la siguiente cantidad de bloques:

Bloque	Veces que aparecen
Bloque citadino	20
Bloque de aventura	15
Bloque histórico / arqueológico	12
Bloque gastronómico	5
Bloque ecológico	12
Bloque etnográfico	1

Esto denota claramente la gran cantidad de bloques citadinos en primer lugar. También resalta el bloque de aventura en un segundo lugar. Los bloques citadinos se encargan de retratar la vida local en la urbe principal, mientras que el bloque de aventura es básicamente un retrato del recorrido por las montañas o paisajes. Aunque haya una cantidad mayor de bloques citadinos, es necesario mencionar que esto no necesariamente da a entender que haya una mayor duración del mismo. Por ejemplo, un bloque de aventura puede ser un programa entero.

Por otro lado, se puede llevar a cabo una comparación en mayor profundidad sobre los conceptos presentados en el marco teórico tomando de punto de partida los episodios seleccionados.

6.1 Nueva ruralidad y pluriactividad

Un concepto importante que se debe tener cuenta es el de “nueva ruralidad”, propuesto por el autor Alejandro Diez. Este afirma que las localidades rurales se han convertido en una utopía ya que a partir de la aparición del internet y de su democratización a partir de la

globalización. Es decir, tanto la urbanidad y la ruralidad confluyen en un mismo contexto, mezclándose continuamente y creando una nueva manera de percibir el alrededor, una nueva cosmovisión.

Esto puede notarse claramente, por ejemplo, en el episodio cuando el equipo del programa visita Bagua. Allí se puede percibir claramente que la nueva ruralidad está presente, ya que en Bagua Grande se tiende a practicar deportes de aventura como canotaje, esquí y motos acuáticas, deportes provenientes de una industria turística. Asimismo, se menciona en dicho capítulo que desde que se construyó la carretera Marginal de la Selva, la ciudad ha gozado de prosperidad ya que a partir de allí Bagua tuvo mayor conexión con las demás ciudades. Una “nueva ruralidad” a partir de la intromisión de la globalización.

También se puede colocar de ejemplo los programas en los que se habla sobre las ciudades de Chachapoyas (programa sobre Amazonas) y Moyobamba. En ambos casos, Manolo Del Castillo comenta que ambas ciudades se vieron beneficiadas por el desarrollo tras la aparición de la carretera Fernando Belaúnde Terry, ya que así pudieron conectarse con las otras urbes del Perú y poder mantener un comercio y relaciones más continuas.

Los casos del recorrido hacia Huaguruncho y el Camino Inca son especiales ya que son una clara muestra que los tours turísticos en ambos lugares son cosa de todos los días. Es una costumbre que varios turistas visiten dichos parajes, que crucen por localidades consideradas netamente rurales en el pasado pero que ahora de una manera se ven impactadas por el negocio del turismo. Respecto a los episodios que tienen como protagonistas a las localidades de la costa (Mollendo, Ilo y Tacna), no se muestra en gran detalle este caso ya que son ciudades costeñas y al parecer, por lo mostrado por el programa, mientras más cercanía la ciudad se encuentre al mar, hay mayor desarrollo económico por la industria pesquera.

El caso del episodio hacia Huaguruncho es peculiar ya que allí se puede denotar claramente la “nueva ruralidad” en todo su esplendor. Por ejemplo, cuando el equipo de producción visita la localidad de Vicco, ubicado en Villa de Pasco. En un instante del capítulo, se puede ver como en dicho distrito se encuentra desarrollando una carrera de llamas y, a su vez, un rally de autos de carrera. Esta costumbre es bien peculiar ya que, al ser llamada como “una ciudad en las alturas” (dando a entender que se encuentra lejos de la civilización), cuenta con una costumbre típica de las principales localidades del país.

Otro ejemplo es lo que ocurre en Huayllay. Como se puede ver en el episodio, hay bastantes negocios locales que se relacionan directamente con la industria turística, tales como hospedajes, restaurantes, tours turísticos, entre otros. Esto es algo que también destaca Alejandro Diez y a lo que define como “pluriactividad” a partir del concepto de “nueva ruralidad”. Según el autor, como se detalló en el marco teórico, menciona que la “pluriactividad” es el desarrollo y ejecución de distintas actividades económicas que no pertenecían antes a un contexto “rural”. Por ejemplo, el caso de Huallay, al momento que se menciona que se desarrolla la industria turística, cuando el conductor mismo menciona que se solía únicamente practicar ganadería y agricultura en la zona. También la aparición de complejos de entretenimiento en Huayllay para los turistas o de restaurantes. Manolo Del Castillo presenta todo esto cuando se encarga de definir a Huayllay como una ciudad que se “encuentra en las alturas”, dando a entender que se encuentra lejos.

También se puede denotar esta suerte de pluriactividad en el capítulo de Vilcabamba, cuando el conductor parte en caminata a conocer el nevado Panta o cuando desea visitar la ciudadela de Vilcabamba. Los mismos pobladores de las localidades aledañas son los guías turísticos, quienes lo guían en su camino hacia dichos puntos. Esta es una actividad económica relacionada netamente al turismo, cuando se puede decir que tradicionalmente en dichas localidades la agricultura y ganaderías eran las únicas fuentes de ingreso de los pobladores.

6.2 Modelos de representación

Lo anteriormente mencionado se encuentra relacionado al concepto de la nueva ruralidad. Sin embargo, existe un término que se centra más en la manera en cómo el programa plasma a la ciudadanía y a sus costumbres. Se refiere a lo propuesto por el investigador James Clifford y sus 4 modelos de representación. A partir de lo mostrado en “Reportaje al Perú”, se puede inferir que el programa hace uso de los 3 primeros modelos propuestos por Clifford, especialmente del primero y tercero.

En primer lugar, la “autoridad experiencial”, como lo define Clifford, es la mera descripción de los hechos sin mayor abstracción o profundización, sin una interpretación de los hechos de los que se es testigo. En el caso del programa, se puede ver en demasía

descripciones de la naturaleza, de los paisajes de los que se es testigo o de las costumbres de las que Manolo es testigo.

Por ejemplo, cuando Manolo se encuentra de camino hacia el nevado de Panta en el programa de Vilcabamba, se puede ver una mera descripción de las montañas, de las carreteras, de la manera en cómo viven los pobladores de Huancacalle, sin entrevistarlos ni dar mayor detalle de las causas de por qué viven así. No se los entrevista a los pobladores ni se busca una mayor explicación de por qué los paisajes son así ni cómo eran antes.

Otro buen ejemplo se da en el episodio dedicado a Mollendo, cuando el conductor visita la localidad de Mejía. Allí menciona que los ciudadanos añoran la ciudad cuando no se encontraba tan atiborrada de tecnología. Aunque entrevista a una persona local quien le comenta que las casa nuevas que se han construido cerca a las playas han desnaturalizado la esencia de Mejía (ya que era una ciudad muy tradicional, que se sentían orgullosos del tranvía que pasaba por la ciudad y esa suerte de localidad importante durante los primeros años de la República por su puerto), Manolo no entrevista a mayores personas que den fe de esta sensación. El conductor se anima únicamente a mencionar que él prefiere la parte histórica de Mejía, que se encuentra compuesta principalmente por casonas y balcones de inicios del siglo XX.

El episodio dedicado a Amazonas es otro buen ejemplo de mera descripción. Ya que es un capítulo compuesto prácticamente por un único bloque de aventura, el conductor se anima a describir la belleza de los paisajes, limitando su discurso a un mero retratador de la naturaleza. No existe una profundización en lo que se ve, ni una interpretación de qué significan las montañas o el bosque para las personas locales. Esto es algo que se encuentra muy presente también en el episodio dedicado a Huayllay. Manolo Del Castillo en su camino por el bosque de piedras y los demás atractivos naturales de la zona se dedica a colocar como principal protagonista a la descripción a las piedras y a las lagunas que visita. El único momento en el que se podría referir a un nivel de interpretación, más allá de lo descriptivo, es cuando el conductor realiza un pago a la tierra. Este ya estaría considera en el segundo modelo de representación planteado por Clifford.

El segundo modelo es denominado por su autor como la “autoridad interpretativa”, en la cual el principal protagonista es la interpretación de la descripción. Existe un nivel mayor de abstracción y profundidad aunque no hace uso en primera instancia de una voz ajena a

la del presentador o narrador. Por ejemplo, en el caso del pago a la tierra en el programa dedicado a Huayllay, se puede ver a Manolo junto a un lugareño realizando el pago. No se lo entrevista. El conductor se limita a dar detalles de esta ofrenda en voz en off, diciendo que es un acto clásico en la sierra, un pago a la Pachamama que se realiza desde la antigüedad.

Aunque hay un agente a quien podría entrevistar para hacer más rico el relato, el programa decide presentarlo como un agente sin mayor relevancia en el relato turístico. Otro episodio en el que se puede ver un cierto nivel de representación es el dedicado a Moyobamba. Por ejemplo, cuando visitan el poblado de San José el conductor hace una crítica al estado de las pistas locales, haciendo un llamado a las autoridades a invertir en el cuidado de las rutas para impulsar la industria turística. Es una crítica que nace desde la descripción de lo que el conductor ve, por lo tanto existe un cierto nivel de profundidad.

Otro ejemplo presente en el programa de Moyobamba es cuando visitan el poblado de Pacaypite y el conductor comenta que es “una ciudad caótica pero que cuenta con los servicios básicos”: decir que al menos se cuenta con los servicios mínimos para vivir, es una suerte y nivel de interpretación. Además se debe notar que calificar como “caótica” a la ciudad es darle un valor que parte de la descripción y observación.

Finalmente, la “autoridad dialógica” es el tercer nivel de los modelos de representación. Según Clifford, este nivel se caracteriza por centrar el retrato a partir de lo que le puede mencionar una persona legitimada al investigador. Es decir, el narrador no centra el relato a partir de lo que ve y puede interpretar, sino a partir de lo que le cuenta una persona familiar a la comunidad que desea presentar.

Por ejemplo, en el programa dedicado a Bagua, Manolo entrevista a Ángel Jáuregui, un arqueólogo local que ha descubierto una gran cantidad de fósiles en la ciudad. Para retratar el pasado milenario de Bagua, Manolo acude a él. Incluso le agradece frente a pantallas su apoyo al descubrimiento arqueológico. Otro caso es cuando entrevista a Jayder Sánchez, un poblador de la comunidad Aguajún, quien le da mayor detalle sobre cómo vive la población y cómo plasman el respeto hacia su cultura ancestral. Finalmente, respecto a Bagua, se puede mencionar la entrevista realizada a Margarito Machacuay, personaje famoso socialmente, a quien Manolo entrevista por su labor en la municipalidad local, excusándose en su fama en el Perú.

Otro ejemplo es cuando entrevista a Maykol Rodríguez, jefe del Santuario Nacional de Huayllay, quien es una voz autorizada que le da mayor detalle de la situación turística del lugar y del cuidado que le dan al santuario. Otro caso es el que ocurre en el programa dedicado al apu Huaguruncho. En este episodio hay dos casos particulares. El primero es cuando se realiza una ofrenda a la Madre Tierra cuando se encuentran escalando el Huaguruncho. Manolo va con su guía a una cueva y allí realizan el pago a la tierra. En este caso, se puede escuchar claramente al guía hablando sobre por qué es importante realizar esa ofrenda y cómo los va a beneficiar: es un testimonio de primera mano sobre una acción milenaria. Por otro lado, en otro momento, se puede ver a Manolo entrevistando a sus guías, preguntándoles por qué fuman en plena caminata hacia la montaña. Ellos comentan que de esa manera piden a la Madre Tierra que deje de hacer tanto frío y salga el sol: así obtiene el testimonio de una costumbre de primera mano.

Por otro lado, si se habla de los programas realizados en la costa, como Mollendo, Ilo o Tacna, se puede mencionar que la autoridad dialógica se encuentra presente cuando Manolo entrevista a los dueños de los restaurantes que visita o a las vendedoras de los mercados. Ellas dan testimonio de lo que ocurre siendo personas legitimadas al ser parte de ese contexto que se busca retratar.

6.3 Naturaleza y cultura

Como se presentó al inicio de este estudio, el autor Philippe Descola comenta la diferencia que se puede percibir entre los conceptos de naturaleza y cultura. Para el investigador, el primero mencionado hace referencia a la selva, a la población poco desarrollada que se encuentra totalmente lejana a la vida civilizada. Por otro lado, la cultura hace referencia a todo aquello que denota el arte humano, a todo que hace referencia a lo desarrollado, a la civilización en todo su esplendor.

Si se parte de la definición de “naturaleza”, se puede denotar que “Reportaje al Perú” presenta especialmente a las ciudades de la selva y sierra como relacionadas a este término. Resaltando la naturaleza, su parte poco explorada, dando a entender que siempre se encuentran en “las alturas” o son lugares aún “por conocer”, se relaciona a la sierra y a la selva con estas definiciones. Por ejemplo, en los programas dedicados a Huayllay y

Huaguruncho, se denota claramente esta sensación de estar en las alturas, de encontrarse en un lugar inhóspito, de aventura.

Sin embargo, es necesario tener un aspecto muy presente. Los lugareños de las localidades presentes manejan una visión idealizada de lo que se podría denominar “naturaleza”. Es decir, ellos cuidan sus paisajes, adoran sus apus, respetan sus costumbres tradicionales y siguen firmemente sus creencias que se relacionan a la historia de sus ciudades o comunidades. Puede desprenderse de esta situación que los lugareños interpretan como ‘cultura’ lo que el mismo programa podría definir como ‘naturaleza’.

En relación a la cultura, se puede colocar como principal protagonista a las sociedades de la costa, en este análisis especialmente a los programas en los que se retrata a Mollendo, Ilo y Tacna. La cercanía al mar es un claro factor que se relaciona con desarrollo, con civilización, ya que a través de la industria pesquera se intenta plasmar esta suerte de desarrollo económico. Asimismo, la playa, la recreación en la arena en familia, es plasmada con una intención de desarrollo.

Es necesario comentar que aunque se sientan estos contrastes, se puede sentir esta suerte de nueva ruralidad y pluriactividad antes mencionada. Aunque sean lugares no tan simples de llegar, en la sierra y la selva se pueden ver hospedajes y restaurantes, claros representantes de la industria turística. También se puede sentir una suerte de desarrollo económico que comienza a despegar en dichas localidades. La naturaleza y la cultura comienzan a convivir en estos lugares.

Por otro lado, en los programas dedicados a la costa, se puede ver que el conductor visita lugares repletos de paisajes, dignos de un programa dedicado netamente a la sierra o selva. Por ejemplo en el programa dedicado a Tacna se puede ver este caso claramente cuando visitan chacras locales. La naturaleza y la costa comienzan a convivir en un mismo contexto, en un mismo ambiente, aunque en el pasado se consideraban a ambos totalmente opuestos.

6.4 Erotización de la mujer:

Se puede denotar que especialmente en los programas dedicados a localidades de la selva y costa se siente una erotización/exotización de la mujer. Este concepto no aparece en las

bases teóricas, pero se busca de igual manera presentar este término en el análisis a partir de su constante aparición en el análisis de los distintos programas.

Por ejemplo, en el programa dedicado a Bagua, se puede ver claramente cómo el programa resalta la belleza femenina local, apelando al concepto tradicional que se tiene de las mujeres de la zona: coquetas, de sangre caliente, etc. “Reportaje al Perú” juega con estos conceptos, con estos estereotipos y se presentan claramente cuando se enfocan a mujeres jóvenes jugando en el lago, cuando se enfoca a una mujer en la piscina del hotel donde se hospeda el equipo de producción o al final del capítulo, cuando se muestra a una mujer llamando al televidente a que ingrese con ella a la habitación.

Lo mismo se puede apreciar en los programas que se dedican a Moyobamba y Amazonas. Cuando se resalta la belleza femenina, se la plasma con dicha suerte de coquetería, propia y ligada directamente con los estereotipos de la mujer de la selva. También se puede ver al conductor en ciertos tramos acompañados de mujeres locales, mostrándolas quizás con una intención de galantería.

Por otro lado, cuando se busca erotizar a la mujer de la costa, se la plasma especialmente en la playa, en bikini y mirando hacia la cámara. También por lo general se la muestra bronceándose o entrando a bañarse al mar. Es una suerte de mujer con más estética, quizás con una intención de mostrar mayor civilización en las mujeres costeras. Esto se puede apreciar en los programas de Mollendo, Ica y Tacna. Incluso también a Manolo se puede ver acompañado en ciertos tramos del viaje de mujeres locales.

Vale mencionar que en ambos casos, Manolo Del Castillo siempre intenta resaltar la belleza femenina local cada vez que puede, definiéndola como un atractivo turístico más.

7 CONCLUSIONES

Tras haber realizado el análisis del presente estudio, se puede concluir lo siguiente:

- Al inicio del presente estudio, se definió las diferencias entre los conceptos de periodismo de viajes y periodismo turístico. Mientras que el primero en mención se caracteriza por tener una práctica más profunda y crítica del periodismo, el segundo es una práctica que tiene una finalidad comercial, de publicitar un destino turístico. Tras haber sumado a estos conceptos el análisis de las ediciones de “Reportaje al Perú”, además del apartado en el análisis en el que se profundiza la relación con los modelos de representación, se puede concluir que “Reportaje al Perú” es un programa de periodismo turístico. Al hacer que el conductor solamente se sostenga en su voz en off, sin entrevistas a lugareños que hagan más personal o sustentado el relato, el programa se centra en una descripción de las localidades sustentadas, sin mayor profundidad ni criticismo.
- Acerca de la suficiente representación ciudadana, a través de testimonios de personas locales que den soporte al momento de querer plasmar la vida local, el programa no da un completo trato periodístico a este tema. Manolo Del Castillo, el conductor, se limita en casi todas las ediciones a ser el narrador del programa, quien a su vez se vuelve en una suerte de juez al momento de plasmar la realidad. Al no haber un juego completo de testimonios ni voces que apoyen ni brinden un retrato completo de la realidad, ya que solamente el programa en su mayoría de veces únicamente presente entrevistas de personas legitimadas socialmente como miembros de entidades estatales, dueños de negocios o guías turísticos, el retrato que promueve “Reportaje el Perú” pierde un cierto nivel periodístico al no tener un contacto directo con el ciudadano común.
- Las personas de la sierra y la selva son mostradas o representadas a partir de distintos matices. Los lugareños primero mencionados son figuras cargadas de mucho tradicionalismo, de costumbres que tienden a plasmarse comúnmente en “Reportaje al Perú”. Por ejemplo, en el caso de la sierra, al comentar que las personas duermen siempre con más 6 frazadas. También vale mencionar que las

personas que viven en ciudad de la sierra no son tan profundizadas porque no se intenta tener un mayor contacto con ellos que el de la grabación a cierta distancia. En el caso de la selva, la suerte tradicionalista se muestra a través de las culturas autóctonas como los awajun por ejemplo. A través de prejuicios como la exotización femenina por ejemplo (la cual será abordada más adelante).

- La “nueva ruralidad”, el concepto explicado por el autor Alejandro Diez, en el que menciona que ya no existen las barreras entre la urbanidad y ruralidad sino que ambas confluyen en un mismo contexto, se ve plasmada a partir de la industria turística. En primer lugar, se menciona que la construcción de carreteras permitió el ingreso del desarrollo económico y modernidad a distintas regiones, en especial a las de la selva y sierra. Posteriormente, se sostiene la idea que la actividad turística es la principal prueba que la ‘nueva ruralidad’ se encuentra presente, que las localidades presentes se ven beneficiadas por éstas, localidades que antes únicamente se dedicaban a actividades tradicionales como agricultura o ganadería. El turismo es el principal protagonista y sus distintas actividades son el gran sustento que las personas locales puedan desarrollarse económicamente. Se aboga por el papel del turismo a través de esto. Se busca relacionar a dicha actividad económica con la sensación de desarrollo y progreso en una sociedad del interior del país.
- Las localidades de la sierra y selva suelen ser representadas de manera distinta a las de la costa. Mientras las primeras suelen ser retratadas a partir de una intencionalidad que busca referirse a “ciudad en las alturas” o “a un lugar algún por descubrir” (como se puede denotar en el análisis de cada programa), las ciudades de la costa son sinónimo de desarrollo, de un progreso que es retratado a partir de la recreación que las familias pueden tener al visitar las playas. Una suerte de calidad de vida que también es plasmada a partir de la industria pesquera, de la producción de vino o frutas. En las localidades de la sierra y selva se puede ver una industria turística que se encuentra aún en desarrollo, en la que se ofrecen básicamente rutas de deportes de aventura.

- En el caso de las localidades costeras, se muestra un tradicionalismo pero más orientado a la figura de un deseo de volver al pasado, de añorar tiempos pasados que en palabras de algunos lugareños fueron mejores. A través de la esencia de la playa y de la recreación frente al mar, los lugareños de la costa son mostrados con una calidad de vida mayor. Que muestren discotecas o restaurantes cerca a las playas donde suelen asistir denota una suerte de calidad de vida mayor al de la sierra o selva. Mientras que los restaurantes y discotecas de lujo que se encuentran en la playa son una suerte de cultura (usando los términos de Phillipe Descola) para los lugareños de la costa, ya que es sinónimo de desarrollo, recreación y arte en algún modo, para las personas de la selva y sierra la naturaleza que los rodea sería un sinónimo de belleza paisajística (podría caber en la denominación de ‘naturaleza’, según Descola).
- Respecto a la exotización femenina, se puede denotar que esta intencionalidad de erotización sigue muy presente en la manera de representar a las mujeres de la costa y selva. Mientras las primeras en mención son plasmadas a partir de la figura del mar, de la playa, con una esencia de sofisticación aunque con una erotización clara al mostrarlas en bikini en la mayoría de ocasiones; las segundas son retratadas a partir de prejuicios y estereotipos que han estado siempre en el imaginario nacional. Por ejemplo, a través de primeros planos que denotan coquetería, poses sugerentes o acciones descritas en el análisis de las ediciones. Esta suerte de exotización es una clara manera de jugar con los estereotipos y quizás, con el machismo típico del Perú.

8 REFERENCIAS

Acuña, P. (2014) El concepto de Urbanidad. Recuperado de: <https://pavsargonauta.wordpress.com/2013/01/05/el-concepto-de-urbanidad/>

Baumann, Z. (1999). *Turistas y Vagabundos*. Lima: Biblioteca Virtual de Ciencias Sociales

Belenguer, M. (2002). *Periodismo de viajes: análisis de una especialización periodística*. Sevilla: Comunicación Social Ediciones y Publicaciones.

Chillón, A. (1998). *El “giro lingüístico” y su incidencia en el estudio de la comunicación periodística*. Universidad Autónoma de Barcelona, España.

Clifford, J. (1996). “Sobre la autoridad etnográfica”. En: Carlos Reynoso (Comp.), *El surgimiento de la antropología postmoderna*. Barcelona: Gedisa editorial. Pp. 39-77.

Comaroff, J. y Comaroff, J. (2011). *Etnicidad*. Buenos Aires: Katz Editores.

Descola, P. (2005). *Más allá de la naturaleza y cultura*. Madrid: Editorial Amorrortu.

Diez, A. (2014). Cambios en la ruralidad y en las estrategias de vida en el mundo rural. Una relectura de antiguas y nuevas definiciones. En *Sepia XV: Perú: el problema agrario en debate*. (pp. 19 - 85). LIMA. Sepia.

Escudero, Fátima (Productora). (2001 – 2019). *Reportaje al Perú* (programa de televisión). Lima, Perú: TV Perú.

Espinosa de Rivero, O. (2009). ¿Salvajes opuestos al progreso?: aproximaciones históricas y antropológicas a las movilizaciones indígenas en la Amazonía peruana. *Anthropologica Del Departamento De Ciencias Sociales*, 27(27), 123-168. Recuperado a partir de <http://revistas.pucp.edu.pe/index.php/anthropologica/article/view/1602>

Forneas, M. (2004) *¿Periodismo o Literatura de viajes?* Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

García, J. (2018). *Periodismo turístico y de viajes. La calidad de la información especializada sobre turismo en la red* (tesis doctoral). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Gascón, J. (1999). *Gringos como en sueños. Diferenciación y conflicto campesino en el Sur Andino Peruano ante el desarrollo de un nuevo recurso: el turismo. Isla de Amantaní, Lago Titicaca* (tesis doctoral). Universitat de Barcelona, Barcelona, España.

Gomis, L. (1991). *Teoría del periodismo*. Barcelona, España: Ediciones Paidós Ibérica.

Kovach, B. y Rosenstiel, T. (2003). *Los elementos del periodismo*. Madrid, España: Santillana Ediciones Generales S.L.

Ledhesma, M., Castillo, A., Álvarez, A., Valverde, A., Pedraza, A., Borghetti, D.,
Degiorgis, R. (2015). *Aportes para el periodismo turístico por periodistas turísticos*. Alianza Latinoamericana de Periodistas Turísticos.

Martínez Rodríguez, R. (2011). La construcción del otro a partir de estereotipos y la reproducción de los prejuicios a través del lenguaje y del discurso de las élites. En F. J. García Castaño y N. Kressova. (Coords.). *Actas del I Congreso Internacional sobre Migraciones en Andalucía* (pp. 2253-2261). Granada: Instituto de Migraciones. ISBN: 978-84-921390-3-3.

Palmero, C. (2016). *Periodismo Turístico y de Viajes. Análisis de Programas Televisivos y su Relevancia en la Sociedad Tinerfeña* (tesis de pregrado). Universidad de la Laguna, Santa Cruz de Tenerife, España.

Parrilla, M. (11 de abril del 2016). *Sobre periodismo de viajes. 6 Veletas*. Recuperado de <http://www.6veletas.com/>

Pérez, B. (2006). *Turismo y representación de la cultura: identidad cultural y resistencia en comunidades andinas del Cusco*. *Anthropologica*, año XXIV (N.º 24), pp. 29-49.

Poma, D. y Aronés, C. (2011). *Impacto del turismo en el Valle del Colca*. *Perú hoy* (N. 20), pp. 235 – 254.

Rincón, O., García, M., Zuluaga, J. (2008). *La nación de los medios*. Bogotá: Ministerio de Cultura.

Rizo García, M. (2015). *Construcción de la realidad, Comunicación y vida cotidiana – Una aproximación a la obra de Thomas Luckmann*. DOI: 10.1590/1809-5844201522.

Rodríguez, A. (2011). *Análisis del turismo en las portadas de “El País” y “El Mundo”* (tesis de doctorado). Universidad Complutense de Madrid, Madrid, España.

Rodríguez, A. (2009). *Periodismo turístico: Análisis del Turismo a través de las portadas*. Barcelona: Editorial UOC.

Romero, J. (2011). *Lo rural y la ruralidad en América Latina: categorías conceptuales en debate. Psicoperspectivas, VOL. 11, N° 1, 2012 pp. 8-31. DOI:10.5027*

Ulfe, M. (2011). *¡Sal de la rutina! Sobre cómo se imagina y se construye la imagen del Perú*. En Cáceres, B., Zevallos, R. y otros (Eds), *Imaginación visual y cultural en el Perú* (pp. 327 – 340). Lima: Fondo Editorial PUCP.

Valle, M. (2014). *El periodismo cultural en los diarios limeños de hoy. Una nueva propuesta conceptual. Análisis de los casos de El Comercio, La República y El Peruano* (tesis de pregrado). Universidad Peruana de Ciencias Aplicadas, Lima, Perú.

Von Sprecher, R. y Boito, M. (2010). *Comunicación y Trabajo Social*. Córdoba: Editorial Brujas.

Yanes Mesa, R. (2006). *La crónica, un género del periodismo literario equidistante entre la información y la interpretación*. Espéculo. Revista de estudios literarios. (N. 32) Universidad Complutense de Madrid.

Organización Mundial del Turismo (OMT). Página web: <http://www2.unwto.org/es>

American Marketing Association. Página web: <https://www.ama.org/>

Diccionario Real de Academia Española. Página web: <https://www.rae.es/>

9 ANEXOS

Entrevistas en profundidad

*Fátima Escudero (Productora general de “Reportaje al Perú”):

1.- ¿Tú estuviste desde el inicio en el programa?

No, yo aquí estoy desde el 2009. El programa se inicia en el 2000. Ha tenido otros productores antes. Igual el programa ha tenido varios conductores.

2.- Claro, al inicio eran varios..

Al inicio, más o menos recuerdo que eran 5 conductores, había un presentador o dos y lanzaban las notas. No sé cuánto duraba cada nota, Manolo podría detallarte eso mejor que es quien está desde el inicio. Bueno, el formato fue modificandose. La idea si era ir al Perú y captar lo más bonito del Perú. Ya luego fue, ese formato fue tomando forma. Llegó a otra etapa donde eran tres conductores fijos. Entonces cada conductor tenía un rubro.. Uno de ellos que era Roberto Wong hacía gastronomía netamente. Otra de las chicas hacía el tema de aventura y Manolo hacía un poco el tema de exploración. Todo eso habrá sido hasta el 2008 o 2007 que iba en ese formato. En el 2009, Manolo se queda como conductor único del programa. El programa ya más o menos fue siendo estructurado en ese tiempo pero ya empieza en ese entonces con un formato definido, desde setiembre u octubre de ese año que se relanzó. Ahí hemos ido avanzando. Dentro de este avance, TVPerú lanzó la señal HD en el 2010 y Reportaje al Perú fue elegido como el primer programa en HD en señal abierta, en lanzar esta nueva señal. Se hizo toda una ceremonia desde Palacio de Gobierno y fue todo un reto para nosotros porque era una nueva tecnología.

3.- ¿Tú tenías experiencia en programas de viajes antes de entrar a Reportaje al Perú?

En viajes, no. En televisión, si. Era mi primer programa de viajes.

4.- ¿Cómo te animaste?

En realidad yo trabajé por largo tiempo en televisión, en entretenimiento, en prensa. Luego fui a trabajar a una institución pública y para serte franca fue un poco anecdótico porque yo trabajé con Verónica Linares, en esa época Verónica ya estaba casada con Manolo y éramos amigas. De repente me llama y me cuenta que Manolo va a relanzar el programa y necesitaban conductor. Bueno, a mi me gustaban los viajes. A quién no le gusta viajar o conocer.

5.- ¿Tú te encargas de ver a qué destinos irá Manolo?

Si, bueno en realidad somos un trabajo en equipo. Yo estoy a la cabeza, soy la responsable. Por lo general con Manolo decidimos los destinos, con Manolo y con mi equipo de prensa.

6.- ¿Con cuánto tiempo de anticipación?

Normalmente nos programamos, mínimos, dos o tres meses antes deberíamos saber que viene en los siguientes meses. A veces suceden cosas que nos proyectamos con un destino y por razones X cambian. Pero si, un capítulo, una grabación se empieza a trabajar la preproducción desde un mes antes de la realización.

7.- Entonces ahorita ya tienen material para el 2018..

No, no tenemos para el 2018 por diferentes motivos pero no es que trabajemos con colchón en realidad. Nosotros grabamos y ni bien se termina de editar el programa, sale al aire y así sucesivamente. Tal vez la ventaja que tiene Reportaje al Perú es que es un programa inactual. Entonces eso nos permite repetir programas de años anteriores y la gente igual fascinada. Muchos ya lo vieron y lo vuelven a ver y otros que no lo vieron lo vuelven a ver y felices. Entonces repetimos destinos salvo que haya habido un cambio trascendental en el destino que obviamente no podamos repetirlo.

8.- ¿Cómo definen un destino?

A ver, primer partimos de temporadas. En verano, enero, febrero, marzo, nos dedicamos a hacer netamente costa y el resto de meses del año los compartimos entre sierra y selva. Probablemente en diciembre o incluso abril hacemos un poco de costa pero eso es relativo dependiendo la temporada. Este año, por ejemplo, nuestros destino de costa fracasaron por lo que pasó. Fue complicado ver a qué destinos nos íbamos. Pero más o menos es así, la primera premisa o pauta de la cual nos guiamos. Después, qué destinos elegir, digamos, si es costa. Decimos y vemos en los años anteriores dónde hemos estado. Igual no tenemos muchos departamentos en la costa pero tienen muchas cosas en cada departamento. Intentamos ir a uno en el que no hemos estado hace tiempo o en el que no hayamos estado nunca. Igual en la sierra y en la selva. Y de qué depende? Como te digo, siempre procuramos ir a un destino nuevo salvo que haya algo diferente por mostrar y también depende mucho de las invitaciones. Siempre nos llegan invitaciones de lugares de los que nunca habíamos escuchado hablar. Investigamos y vamos.

9.- ¿Invitaciones con hospedaje y todo el paquete?

No tanto así sino que más que los hospedajes, porque muchas veces no encontramos todos los servicios necesarios que un turista quisiera tener y eso es lo rico del programa porque no nos interesa tanto. Es meternos a mostrar lo más lindo del Perú y probablemente tengamos que armar carpas. Piña, pero llegamos y lo mostramos. Entonces, es un poco eso. Ir peinando el Perú, recorriéndolo, descubriéndolo y siempre nos llevamos sorpresa a los lugares a los que vamos.

10.- Es interesante pero, ¿cómo lidian con los problemas sociales que puede haber en una comunidad? Por ejemplo, en el programa que realizaron al Vraem, Manolo menciona que el ejército siempre resguarda la comunidad. Denota que siempre ocurre algo 'movido' por allí. ¿Exponen esas falencias?

Mira, en realidad siempre tomamos las precauciones del caso de no exponernos. Primero, porque finalmente somos trabajadores, humanos, tenemos que tener cierta seguridad más aún porque viajamos con equipos del canal. Luego, no podemos ir a un destino que no muestre las condiciones del caso para el turista. Por lo del Vraem, recibimos la invitación y dijimos "el Vraem, oye qué miedo, no hay forma". Pero, nos aseguraron de que todo estaba

bien. Documentos incluso de la policía que sé yo y un poco desconocido para nosotros. Igual nosotros tanteando con los corresponsales para ver cómo estaba la situación. Los peruanos nos llevamos una imagen errónea de lo que pueden ser algunos destinos. Entonces, igual, con todas las seguridades que debemos tener, vamos a un destino que tenga la seguridad del caso. Si es seguro para nosotros, es porque es seguro para el televidente. El Vraem nos sorprendió porque era ir a un lugar que mucha gente teme. Nos arriesgamos, nos fue bien, muy lindo y las zonas complicadas donde todavía se encuentran los narcoterroristas están muy alejadas. No es que tú te lo vas a encontrar donde vayas. Es un poco así, hay mucha cercanía con los fans.

11.- ¿Saben desde un inicio lo que van a grabar?

No. Obviamente el 80% de los lugares a los que vamos nunca hemos estado antes ahí. Entonces siempre trabajamos con una ayuda local. Al que le llamamos el coordinador local pero tiene que ser un experto en turismo de la localidad. Con él nos van proponiendo qué hacer, a dónde ir. Entonces sobre eso vamos investigando por nuestra cuenta. Si es algo que funciona para el programa, otras veces no funciona, pues nada, tenemos que buscar alternativas. Qué hacer para que esto sea viable y que sea una ruta interesante, amena. Entonces eso es lo que se va trabajando en la preproducción. Se define un cronograma, un itinerario, día a día, ese itinerario está basado en lo que queremos lograr. Se divide en 4 bloques. El primer bloque, dónde vamos a concentrar, qué vamos a hacer. El segundo, tercero y cuarto, y así haciendo la ruta, el circuito, a veces armando de la nada el circuito. A veces hay circuitos establecidos, a veces no. Si vamos de la mano e incluso a ciegas porque no tenemos el tiempo e incluso los recursos para hacer una preproducción que es lo que normalmente se debería hacer.

12.- ¿Nunca les han robado los equipos?

No, desde que estoy, no. Nos han pasado accidentes con los equipos, si, pero que nos hayan robado, no.

Nosotros vamos con un cronograma definido, con una cantidad de días determinadas. Con un pasaje de ida y de regreso y por lo general vamos vía aéreas.

13.- ¿Cuánto tiempo suelen estar en el destino?

Un promedio de 7 días, dependiendo de los destinos. Hay destinos a los que es más complicado llegar y tenemos que prolongar los días. Los destinos son más rápidos por alguna razón está todo más cerca y se hace más corto. Vamos a ponerle un promedio de 6 o 7 días. Eso es lo que dura hacer la grabación del programa.

14.- ¿Ustedes priorizan en grabar naturaleza, paisajes?

Si, en realidad no es que priorizamos. Tú puedes vivir enamorado del Perú, el Perú tiene muchas cosas, todo hace un mundo pero los paisajes nos dejan atónitos. Vendemos imágenes, si tenemos una hermosa imagen adelante, por qué no mostrarla. Priorizamos en ese aspecto, tal vez en el aspecto cultural. Nosotros no tanto eso.

15.- He visto más programas antiguos que reflejan periodismo y turismo citadino. En las últimas ediciones he visto más programas en los que Manolo cuenta cómo fue su trayecto...

Eso es un poco la idea. Yo te soy sincera. Yo no seguía el programa desde un inicio. Antes en un programa, antes que yo esté, trataban de abarcar todo un departamento. Ahora nos concentramos en abarcar un espacio más pequeño para abarcar menos cosas.

16.- ¿Nunca han recibido críticas por su programa por parte del Estado?

No que yo recuerde. En realidad, de vez en cuando vamos dando jalón de orejas. En realidad es un tema bastante interno pero a veces la gerencia de televisión también nos dicen que tengamos cuidado con críticas. O sea todos hemos estado pero hay cosas que no podemos obviar. Nosotros por decirlo van a ayudar a su comunidad a que arreglen el tema de una carencia. Si, por ahí, eso habrá sido una vez pero cuando lo amerita pero por qué no. Aquí no se trata de encubrir a nadie. No ofendemos ni atacamos a nadie pero bueno.

17.- ¿Cómo definirías el público objetivo del programa?

En una época no medían el rating pero el rating en un inicio solo se medía en Lima Metropolitana. En un inicio solo creíamos que nuestro público objetivo eran nuestros seguidores fieles. Ahora que tenemos el rating más seguido y podemos hacer estudio de los diferentes públicos, vemos que es bastante homogéneo. Nos ven desde los más chiquitos hasta los más viejitos. El público está concentrado más que todo en los 35 años, 30-35. De los estratos, están muy equilibrados entre el A,B,C y eso me sorprende y me llena de satisfacción porque no es que nosotros estemos apuntando a un público específico. Todo programa debe nacer con un objetivo así, sin embargo, es como ahora, un abánico que a todos les gusta. El lenguaje que estamos utilizando ha sido bien recibido por todas las edades y por todos los estratos. Entonces eso nos llena de satisfacción. Con el programa estamos vendiendo Perú, identidad.

18.- (Le comenta la diferencia entre periodismo de viajes y periodismo turístico según Mariano Belenguer)

Nosotros no idealizamos y de verdad recibimos comentarios de la gente que nos pregunta cuánto está el hotel. A veces, lo que te contaba, no hay servicios. Decir cuánto cuesta un hotel, la verdad no preferimos decirle porque al final hay varias opciones. Nosotros preferimos mostrar el turismo. No te voy a decir más datos, no te voy a decir que andes con esta agencia. No lo veo nada comercial en ese sentido. Si yo fuera televidente, yo quisiera saber. Nosotros mostramos el destino e igual cada uno. Recibimos llamadas de los destinos que hemos visitado y nos agradecen y dicen que gracias a nosotros están yendo más turistas. El programa es el granito de arena que va apoyando esas localidades. De alguna manera lo ponemos en pantalla.

***Manolo Del Castillo (Conductor de “Reportaje al Perú”):**

1.- Antes que ingrese Fátima al programa, Reportaje al Peru tenía otro formato..

El programa empezó diferente. Era como una especie de revista de cada departamento. Eramos varios conductores, tres conductores, cada uno con su camarógrafo. Nos repartíamos. Decíamos que haríamos programa de Ancash: uno agarraba 3 provincias, el otro igual y el otro 4 provincias. Luego salía un programa de 2 horas. Era bien

cuadrículado. Era como "este es su plaza, este es su baile típico, este es su plato típico, este es el alcalde, estas son las obras del alcalde". Era así. Incluso, en esos años había un presentador en el studio que le ponían unas letras de tecnopor, así con letras colgadas con naylon.

2.- ¿Cuánto duró ese formato?

Así habrá durado 2 años. Más no. Éramos varios conductores y al transcurrir el tiempo algunos se iban quitando. Al final el que se quedó que creo porque más me gustaba fui yo, yo me quedé. Los otros se iban a otra área. Al final el que tuvo la suerte de quedarse fui yo.

3.- ¿Cuando viajas, prefieres hablarle a la primera persona que se te acerque? ¿Qué pautas sigues?

Por lo general vamos con un cronograma que hace ella (Fátima). Nosotros tenemos un plan de trabajo. Mucha gente me pregunta si es improvisado, no, no lo es. Si fuera improvisado, nos fallarían muchas cosas. Tenemos un montón de sitios y personajes ya pactados. Pero si, intentamos hablar con gente de la calle porque ahí salen cosas bien simpáticas.

4.- ¿Cómo es el trato que recibes de la gente?

Es un poco difícil de responder porque como ya nos conocen un montón es cuando llega un personaje político en plena campaña. Te reciben, entonces, no sé si es porque les caemos bien o porque es la cámara de televisión pero nos reciben en buena onda. Y ya hablando mejor del programa, es porque es conocido y la gente quiere el programa. Entonces cuando nos ven, al toque quieren darnos lo mejor que tienen. Ser guías, ofrecernos algo, ayudarnos en la grabación, lo que sea.

5.- ¿Cómo definirías al público objetivo del programa?

Hay de todo, es variado, nos ven chiquillos de 15, y nos ven señoras. Hay patas, chicas, señores, nos ven en el extranjero incluso. Me he encontrado con gringos que han visto el programa antes de venir porque me imagino que al buscar las palabras 'reportaje', 'peru',

'turismo', y supongo que al toque te bota enlaces con reportaje y se han sorprendido porque me han visto. Todo tipo de gente.

6.- Por lo general la gente se asusta cuando ven cámaras...

No, no, en nuestro caso. Ellos quieren. Es que me conocen. En parte tiene su parte buena. Como ya me ven y me conocen cómo soy por la tv, al contrario, me conocen, me abrazan. Entran con confianza. No es que sea un periodista desconocido. Nos ven y hay confianza.

7.- ¿Te ha ocurrido que has llegado a un lugar con disturbios?

No, gracias a Dios, hemos tenido accidentes propios de un viaje pero con la gente no hemos tenido un problema serio.

8.- En el reportaje del Vraem tú muestras por ejemplo que el ejército siempre está en la plaza. ¿Es complicado decidir poner algo que incomode a las autoridades?

Cuando hay eso, como que ya nuestra forma de hacer las cosas es solo mostrar las cosas buenas. Si se puede al 100%, solo cosas buenas. Yo siempre digo, para las cosas malas están las otras cosas de la televisión. Si quieres ver a la vedette, a la señora que la mataron, basta con cambiar de canal. Me he tomado la misión de mostrar solo lo bueno. A veces encontramos gente, un caso humano, una denuncia, una injusticia o algún problema entre vecino, tomamos nota y le damos los datos de la gente de prensa pero nosotros nunca lo mencionamos. Ya hay muchas cosas malas en la televisión y Reportaje al Perú siempre muestra una sonrisa, siempre muestra optimismo. Alguna vez cuando ya ha sido algo ecológico, basura o un descuido. Ahí sí. No digo nunca nombres porque el programa es un poco inactual. Claro, digo que cómo las autoridades pueden tener así al malecón.

9.- (Le comento la diferencia entre periodismo de viajes y periodismo turístico)

A ver, yo claramente, mi intención no es mostrar un reportaje periodístico. Si no tendría que mostrar cosas malas y no las muestro porque no quiero mostrarlas, no porque no existan. No digo que es un mundo perfecto tampoco pero mi misión es esa. Nosotros no

mentimos, no pintamos un paraíso. Simplemente vamos con una misión bien clara. Directamente el programa tiene la misión de mostrar una visión optimista del Perú.