



El periodismo cultural en los medios ecuatorianos

Equipo de investigación:

Fernando Checa Montúfar, coordinador
Pamela J. Cruz, investigadora
Santiago Rosero, consultor - investigador
Cecilia Vergara, asistente de investigación
Vladimir Albornoz y Xavier Gómez,
auxiliares de investigación



Ministerio Coordinador
de **Patrimonio**

Quito - Ecuador
2012

El periodismo cultural en los medios ecuatorianos

© Pamela J. Cruz
Santiago Rosero
500 ejemplares - Agosto 2012

ISBN: 978-9978-55-099-1
Código de barras: 978-9978-55-099-1
Registro derecho autoral: 039318

Portada y diagramación
Diego Acevedo

Impresión
Editorial “Quipus”, CIESPAL
Quito-Ecuador

El investigador Santiago Rosero utilizó parte del material teórico y metodológico desarrollado para este libro en su tesis *La construcción mediática de representaciones sobre cultura. Sobre el periodismo cultural y su producción noticiosa*, realizada para obtener el título de maestría en Ciencias Sociales con mención en Comunicación en la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO) en 2010.

Los textos que se publican son de exclusiva responsabilidad de sus autores.

Índice

Introducción	11
Resumen ejecutivo	13
Capítulo 1	
El discurso mediático se construye	33
El oficio consciente	33
Coyuntura: una camisa de fuerza	39
Campo, capitales y habitus periodístico	41
El sentido del juego	41
Habitus: la interiorización de la estructura y la disposición para la práctica	46
Criterios de noticiabilidad: una gama diversa	51
La objetividad también se construye	56
Periodismo cultural	59
El panorama latinoamericano	59
El camino hacia el periodismo cultural contemporáneo en -la modernidad de- América Latina	63
La construcción mediática de representaciones sobre cultura	72
Las representaciones en el discurso informativo	75
Capítulo 2	
La noticia cultural que se produce	85
Resultados generales en prensa y televisión	91
Despliegue	91
Características de la información	101

La cultura como producto vs. la cultura como proceso	118
Las representaciones de cultura en la prensa y la televisión	120
Bitácora	122
Televisión nacional: el Día nacional del pasillo pasó desapercibido	122
Periódicos: titulares que (des)informan	123
Estudio de caso: El Telégrafo y el tratamiento informativo de lo cultural	126
Estudio de caso 2: lo patrimonial en El Comercio	135
Capítulo 3	
La construcción de la noticia cultural	145
Una descripción de las dinámicas cotidianas	146
Algunas lógicas inmersas en el proceso de producción	152
Qué entiende por cultura el periodismo cultural	154
¿Un único perfil de lector?	162
Alguna línea editorial	165
Hoy: coyuntura	175
Fuentes, reportería y pauta de contenidos	182
Las fuentes institucionales	184
La agenda propia	193
Estudio de caso: La línea editorial en El Comercio	198
El escenario de la línea editorial de lo cultural	198
Conclusiones y recomendaciones	203
Periodismo cultural: cartografía de un campo en movimiento	207
Gustavo Abad	
Un planteamiento inicial	207
La inevitable referencia a la cultura	209
Nuevas preocupaciones del periodismo cultural	210
Los horizontes informativos e interpretativos	213
Ámbitos y contextos del periodismo cultural	215
Cibercultura y conductas tecnoculturales	218

Otros enfoques sobre la diversidad cultural	220
La agenda informativa y la mirada periodística	222
El relato periodístico de la cultura	224
El periodismo es más que “contar historias”	228
Sobre el autor:	230
Diseño de la metodología	233
Anexos	243
Anexo 1	
Guía de codificación de periódicos	245
Anexo 2	
Ejemplo de matriz de codificación de periódico	252
Anexo 3	
Guía de codificación de telediarios	253
Anexo 4	
Ejemplo de matriz de codificación de periódico	259
Anexo 5	
Guía de análisis de contenido del caso patrimonial en la prensa	261
Anexo 6	
Tabla de resumen	267
Anexo 7	
Guía de registro de estudio de caso de El Comercio alrededor de los cambios de editor	269
Anexo 8	
Tabla de resumen	273

Anexo 9	
Portada de Cultura de El Comercio	275
Anexo 10	
Suplemento Expresiones de El Telégrafo	276
Anexo 11	
Sección Cultura de El Telégrafo	277
Anexo 12	
Portada de Cultura de El Hoy	278
Anexo 13	
Revista Semana de Expreso	279
Anexo 14	
Portada de Cultura de La Hora	280
Anexo 15	
Portada de Cine de La Hora	281
Bibliografía	283

Introducción

A diario, los medios de comunicación difunden una parte de la multiplicidad de prácticas, experiencias y expresiones artísticas, urbanas, populares, rurales y masivas de la sociedad. De esa manera, se reafirman como una “institución paradigmática” (Thompson, 1998), con poder para construir una realidad y producir sentidos, a base de las versiones o representaciones que dan sobre los acontecimientos y que se muestran como noticias.

Entre el acontecimiento y la noticia hay un fino intersticio: mientras el acontecimiento es un fenómeno de percepción del sistema -mundo-, la noticia es uno de generación de sentidos, que está inserto en la práctica productiva y en las rutinas organizativas de la profesión periodística (Alsina, 2005: 49).

Esta investigación, que nace como un aporte entre el CIESPAL (Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina) y el Ministerio Coordinador de Patrimonio, analiza la construcción de la noticia cultural para, a partir de ella, entender cómo los medios de comunicación del país producen determinadas representaciones sobre cultura. Específicamente, este trabajo centra su exploración en una muestra de periódicos y de telediarios, de Quito y Guayaquil, que está difundiendo información cultural cotidiana.

Se considera al periodismo cultural como un *subcampo* o campo especializado del campo periodístico, noción que se aborda desde las propuestas teóricas que sobre esto ha desarrollado el autor Pierre Bourdieu, asumiéndolo como estructura que condiciona ciertas formas de funcionamiento interno. De este mismo autor, se desprende el concepto de *habitus* periodístico, segunda noción que conceptualmente conduce este trabajo, que permite analizar la forma como este se constituye y se despliega en las dinámicas internas de la producción periodística, así como en la consecuente construcción de representaciones sobre cultura.

Luego de un breve recorrido que ancla en las características que regionalmente y en la actualidad definen al periodismo cultural como especialidad periodística, se explica cómo ciertas representaciones sobre cultura son dispuestas en el proceso de construcción de las noticias culturales. En este segmento aportan los conceptos que ha desarrollado Stuart Hall y apoyan los que, más acotadamente, sobre construcciones de la realidad informativa han propuesto los autores Miguel Rodrigo Alsina, Patrick Charaudeau, Mar de Fontcuberta y Héctor Borrat.

Con apoyo en un formato de análisis de contenido, creado expresamente para este trabajo, se explora la producción cultural de seis periódicos y cuatro telediarios durante dos semanas, y se enfatiza en la información alrededor de tres casos periodísticos de cobertura de temas referentes al patrimonio cultural y a política editorial. Por medio de una etnografía participante, que se desarrolló durante mes y medio en la sala de redacción de la sección Cultural de *El Comercio*, se analiza, en cambio, el proceso de producción de las noticias culturales. Entre las nociones clave analizadas figuran las de coyuntura, relacionamiento con las fuentes, jerarquización de la información y niveles de análisis, reflexión y seguimiento de los hechos y temas visibilizados y no visibilizados en las noticias.

Como cierre se ofrecen conclusiones que muestran la forma en la cual las noticias culturales son construidas, las relaciones a las cuales se debe el proceso de su producción y los lazos que estas mantienen con las consecuentes representaciones sobre cultura que se generan y se reproducen. Además, se plantea un modelo de construcción de la noticia cultural que considera, como corpus indispensable de su contenido, la vinculación del acontecimiento con cuatro ámbitos correspondientes a su naturaleza y fenomenología: la política (poder), la economía (mercado), la cultura (representaciones) y la historia (historicidad particular): una propuesta que, como condición de potencial cualitativo de la noticia cultural, sugiere su desarrollo con fijación en esos cuatro universos de representación.

En la parte final de esta investigación, se incluye la *Guía metodológica* que se elaboró para el análisis de la noticia cultural, con el fin de entender cómo, a partir de ella, los medios de información terminan produciendo determinadas representaciones sobre cultura. Este documento, redactado para este y futuros trabajos de investigación, plantea un formato de análisis de los contenidos de las secciones culturales de los periódicos, los telediarios y las telerrevistas.

Resumen ejecutivo

La investigación *El periodismo cultural en los media ecuatorianos* es un aporte del CIESPAL y el Ministerio Coordinador de Patrimonio a la investigación comunicacional del país y, específicamente, al periodismo especializado en cultura y patrimonio.

Con el apoyo de ambas instituciones, se analiza una muestra de periódicos y telediarios, públicos y privados de Quito y Guayaquil, en periodos distintos de 2009 y 2010, para ofrecer una perspectiva de análisis de contenido y otra etnográfica sobre la construcción mediática de las representaciones de la cultura en los medios nacionales de comunicación.

● **Objetivos**

- Conocer las características del tratamiento periodístico que una muestra de medios escritos y audiovisuales da a los asuntos culturales y, en consecuencia, establecer una aproximación a las imágenes y representaciones simbólicas que producen sobre este acontecimiento y sus actores.
- Establecer las características de la cobertura del tema cultural: manejo, pluralidad y contrastación de fuentes; presencia/ ausencia de temas; rigurosidad periodística; fortalezas y debilidades en la cobertura; etcétera.
- Diseñar y afinar una metodología para el monitoreo permanente, confiable y sistemático del tratamiento periodístico de temas culturales, que se incorporará al quehacer cotidiano del Observatorio de Medios que el Ministerio de Patrimonio Cultural está creando.

● **Metodología**

En esta investigación se plantean dos ejercicios metodológicos: uno de análisis de contenido y otro etnográfico. En el caso del primero, por medio de un formato base de análisis creado para este trabajo, se exploraron las características de la información cultural de seis periódicos (*El Comercio, Hoy, La Hora, Expreso, El Universo* y *El Telégrafo*) y de cuatro telediaris (*Televistazo, Gama Noticias, ECTV noticias* y *24 Horas*), para evaluar cómo en estos se despliegan las nociones de: coyuntura, cultura, patrimonio, relacionamiento y manejo de las fuentes, jerarquización de la información y niveles de análisis, reflexión y seguimiento/ silenciamiento de los acontecimientos que han provocado las noticias. Tanto los diarios como los noticieros de televisión tienen circulación y alcance nacional.

Del 27 de septiembre al 10 de octubre de 2010, que comprende una semana típica de publicaciones (del 10 al 16 de octubre),

periodo de dinámicas corrientes en el acontecer cultural local, y una semana atípica de publicaciones (del 4 al 10 de octubre), porque se lanzó la campaña nacional contra el tráfico ilegal de bienes patrimoniales, se analizaron seis periódicos de cobertura nacional, cinco privados y uno público, y cuatro telediaris, dos de canales privados, uno de canal público y uno de un canal a cargo del Estado, para conocer el tratamiento periodístico dado a dicha campaña nacional. En total, se analizaron 1.448 notas informativas de prensa- incluidas 14 columnas de opinión y dos análisis-, y 90 notas informativas de televisión.

Lo anterior se complementó con tres estudios de caso, uno sobre la producción cultural en el medio público, uno sobre patrimonio y uno sobre la línea editorial en prensa. Se estudiaron 13 notas sobre el robo de piezas patrimoniales difundidas por la sección Cultura de diario *El Comercio*, entre el 25 de mayo y el 10 de diciembre de 2008, que fueron seleccionadas porque dicho acontecimiento y sus consecuencias fueron abordados con enfoque de investigación periodística en un tema de cultura, y más precisamente para un caso de patrimonio cultural. A decir de los periodistas a cargo, entrevistados durante el ejercicio etnográfico, ese esfuerzo no se había realizado antes en esa sala de redacción.

En tres periodos, del 19 de abril al 2 de mayo, del 10 de mayo al 23 de mayo y del 16 de agosto al 29 de agosto de 2010, se estudiaron 619 notas periodísticas producidas por la sección Cultura de *El Comercio* que, entre abril y agosto estuvo dirigida por tres editores, para analizar los cambios en la línea de trabajo y su relación con las distintas reproducciones de cultura, que se evidencia en la producción noticiosa.

En el análisis de contenido y los tres casos de estudio, la unidad de análisis fue los distintos textos periodísticos impresos (incluidas fotos e infografías) individualizados y enmarcados por un título publicados en la portada y contraportada, las secciones

y suplementos culturales, de espectáculos y cine de diarios, y las notas televisivas difundidas en los bloques televisivos en todos los géneros informativos e interpretativos: noticia, nota breve, foto y texto, entrevista, crónica, reportaje, solo infografía/dibujos, etcétera. Se consideraron, además, piezas periodísticas de opinión.

Para el registro de datos, un grupo de investigadores, con formación en comunicación social, revisó diariamente la muestra de prensa y de televisión para seleccionar las unidades de análisis sobre cultura. Por medio de tablas en Excel, se registraron los datos por nota periodística, según los valores dados en guías de codificación.

El otro segmento de acercamiento metodológico fue una etnografía que se desarrolló durante mes y medio, entre 2008 y 2009, en la sala de redacción de la sección Cultural del periódico *El Comercio*, y por medio del cual se exploró el proceso de producción de las noticias culturales que cotidianamente se generan.¹

Se consideró a esta sección como objeto de estudio pues, antes de cualquier apreciación acerca de la calidad de sus contenidos, es la que aceptó ser observada en el marco de esta investigación. Este acercamiento permitió la realización de una descripción del proceso de construcción de la noticia cultural, y planteó en su recorrido líneas de análisis que se sustenten con el apoyo del marco teórico propuesto.

● Principales resultados y conclusiones

Análisis de contenido

- El ejercicio metodológico realizado a seis periódicos y cuatro telediarios ecuatorianos, durante 14 días, reveló que la

¹ Esta etnografía fue parte de una tesis de maestría para Flacso, sede Ecuador, realizada por uno de los investigadores, Santiago Rosero, y que por su pertinencia se ha reutilizado en esta investigación.

producción de notas culturales en prensa escrita (1.448 notas) supera ampliamente a la producción cultural de los medios audiovisuales (90 notas).

- Solo una (0,06 por ciento) de las notas de prensa trató la entrada en vigencia del formulario de declaratoria de no transportar bienes patrimoniales fuera del Ecuador. Pero ninguna unidad de análisis impresa y audiovisual abordó la campaña en contra del tráfico ilícito de bienes patrimoniales; lo que demuestra un total desinterés sobre el tema de patrimonio, entendido por Calvo Hernández (1998) como una nueva forma de periodismo cultural.
- De acuerdo con la muestra y el periodo analizado, la producción cultural es permanente en los diarios, mientras que depende de la coyuntura en los telediarios. El viernes 1 de octubre y el lunes 4 de octubre, por ejemplo, se dio prioridad a la información política alrededor de la sublevación policial en los noticieros matutinos y vespertinos de *ECTV*, *Teleamazonas*, *Ecuavisa* y *Gama TV*; no hubo información cultural en esos días.
- En prensa, los diarios privados son los de mayor producción cultural, por su número frente a *El Telégrafo*, el primer diario público del país desde 2008. Sin embargo, en televisión, los canales privados (*Ecuavisa* y *Teleamazonas*) y los públicos o administrados por el Estado (*Ecuador TV* y *Gama TV*) están produciendo notas culturales de forma equitativa, aunque eso no signifique necesariamente que lo cultural tenga la misma dimensión y jerarquía en los telediarios analizados.
- En términos generales, se evidenció que los temas culturales forman parte de la agenda informativa de prensa y televisión que, no obstante, tienen un diferente grado de interés sobre esa temática. Si bien lo cultural tiene poca presencia en el bloque

inicial de los telediarios y una presencia poco destacada en las portadas impresas, que son los espacios donde se ubica la información más importante del día, se podría decir que lo cultural convoca más a la prensa porque ha institucionalizado secciones y suplementos culturales.

- De forma excepcional, la designación de Mario Vargas Llosa como Nobel de Literatura o las fiestas de independencia de Guayaquil tuvieron un lugar prominente en las “primeras planas” de la prensa y la televisión. El hecho de que ambos acontecimientos, considerados como grandes sucesos culturales (Rodríguez Pastoriza, 2006), hayan ocupado los espacios principales de los diarios y los noticieros develó las semejanzas existentes entre las agendas informativas de la prensa y la televisión.
- Casi la mitad de las notas culturales impresas (44 por ciento) fue clasificada como “otras”, según la variable de jerarquía de la unidad de análisis en la sección. Esto evidencia que lo cultural es una información ornamental en la prensa frente a notas de apertura, secundaria o terciaria sobre otras temáticas. En cuanto a los telediarios, lo cultural es una información interna del programa. El análisis evidenció que los temas culturales no fueron presentados en el primer bloque, sino que fueron transmitidos en los bloques intermedios o en el bloque final.
- Según la muestra, el formato que más se utiliza para las notas culturales en prensa es el más pequeño, 1/32 de página. De hecho, una de cada cuatro notas culturales es un “corto”. En el caso de la televisión, la situación de la dimensión mejora porque el mayor número de notas culturales se difunde entre 61 y 120 segundos, no obstante, ese resultado no implica necesariamente mayor número de fuentes y mayor información para contextualizar un hecho cultural.

- En cuanto a características de la información cultural, el 58 por ciento de quienes participan en la cobertura periodística no es identificado en los diarios, a diferencia de los telediarios en los cuales el 61 por ciento de las notas incluye el nombre del reportero o realizador.
- En televisión la realidad es diferente, pues el 61 por ciento de la producción audiovisual cuenta con el nombre de la persona encargada de realizar la nota. Cabe mencionar que el único diario que no mostró un porcentaje superior a la mitad de notas anónimas (43,2 por ciento) fue *El Telégrafo*.
- Respecto a telediarios, *ECTV* (45 por ciento) y *Teleamazonas* (44 por ciento) fueron los que menor porcentaje de notas firmadas reportaron. En *Gama TV* (76 por ciento) y *Ecuavisa* (70 por ciento), la mayor cantidad de las notas culturales tuvo una autoría claramente definida.
- En la prensa se visibilizó que el 57 por ciento de notas referentes a cultura fue de origen nacional. La tendencia se repitió en televisión, pues el 63 por ciento de notas se clasificó como nacionales. De las notas internacionales, la mayoría correspondió a las agencias AFP, EFE y AP.
- En los medios audiovisuales, *Ecuador TV* fue el único medio que no presentó notas internacionales. En *Ecuavisa* se evidenció un equilibrio entre lo nacional e internacional. Por otra parte, *Teleamazonas* dio mayor cabida a lo internacional. *Gama TV* mostró resultados similares a los de *ECTV*.
- Los temas que más publicaciones presentaron fueron Cine, Chévere y la agenda de actividades culturales diaria. Estos representaron el 32 por ciento. Luego se ubicaron "otros" (22 por ciento), "espectáculos" (10 por ciento), "televisión" (nueve por ciento), "artes plásticas y visuales" (8,6 por ciento), "literatura"

(ocho por ciento), “artes escénicas” (cinco por ciento), “música” (4,9 por ciento), “patrimonio” (0,4 por ciento) y “tráfico ilícito de bienes patrimoniales” (0,6 por ciento). La poca cobertura a los temas patrimoniales fue similar en los telediaros.

- En la prensa, las notas culturales más frecuentes correspondieron al género informativo (85 por ciento). De estas, el 36 por ciento fue noticias; el 34 por ciento, cortos; el 26 por ciento, notas breves; el tres por ciento, perfiles; el uno por ciento, fotonoticias; el 0,1 por ciento, informes; y, el 0,1 por ciento, infografías. A los géneros interpretativos les correspondió el 8,3 por ciento y el 1,1 por ciento de las unidades de análisis se clasificó como opinión.
- El género informativo, en los telediaros, fue también el más recurrente (65 por ciento). En orden descendente, siguieron notas del género interpretativo (20 por ciento), notas de opinión (dos por ciento) y clasificadas como “otras” (13 por ciento).
- Con respecto a la coherencia entre titular y contenido de las notas publicadas por los medios impresos analizados, el 58,4 por ciento fue calificado como “coherentes”; el 35,8 por ciento, como “más o menos coherentes”; y, el 2,7 por ciento, como notas “no coherentes”.
- En prensa, casi la mitad de las notas culturales (47 por ciento) no cuenta con fuentes de información claramente identificadas. El 44 por ciento dispone de al menos una fuente, el cinco por ciento presenta dos fuentes, el 2,4 por ciento tiene tres fuentes, el 0,5 por ciento sitúa cuatro fuentes y el 1,5 por ciento cuenta con cinco o más fuentes. En televisión, el 40 por ciento de las unidades de análisis citó por lo menos una fuente. Las fuentes secundarias y los artistas fueron las voces más consultadas por diarios y telediaros.

- En relación al tratamiento de la información como producto o como proceso, la prensa mostró datos de que un 89 por ciento de las unidades analizadas fue un producto, lo que significa información más coyuntural e inmediatista que explicativa, contra un 7,4 por ciento de información como proceso. En los telediaros, la tendencia ocupó un 86,6 por ciento de notas como producto y apenas un 3,3 por ciento de información como proceso.
- En relación con las representaciones de cultura en la prensa y la televisión, se registró que en los diarios el 53 por ciento de las notas correspondió a actividades culturales mediadas por la tecnología, un 29 por ciento fue respecto de las “bellas artes” o “la cultura de élite” y apenas un 0,69 por ciento estuvo relacionado con lo cotidiano. Por su parte, en la televisión, el 41 por ciento de las informaciones estuvo relacionado con la “cultura masiva”, un 28,8 por ciento transmitió una idea de “cultura popular” y un 21,1 por ciento de “cultura culta”, respecto de lo patrimonial, un 5,5 por ciento; por lo que se puede interpretar que la información cultural está asentada en la televisión y prensa del país, sobre lo cual se potencia una representación de cultura masiva más que las nociones de cultura de élite o cultura popular.
- En lo referente a la sección bitácora, se analizó el manejo informativo en lo referente a la conmemoración del *Día nacional del pasillo ecuatoriano*, en honor a la fecha de nacimiento de Julio Jaramillo. Sin embargo, la celebración de esta fecha, el 1 de octubre de 2010, pasó desapercibida en los informativos de la televisión privada y pública, debido a factores coyunturales que hicieron que los telediaros retiren “temas no prioritarios” de sus agendas informativas. Solamente *Ecuador TV* dedicó un segmento a la música nacional en la mañana del 30 de septiembre de 2010.

Estudio de caso 1: El tratamiento informativo en *El Telégrafo*

- Las noticias culturales fueron analizadas en el período comprendido entre el 27 de septiembre y el 10 de octubre de 2010. Se eligieron dos semanas en secuencia, que son las mismas del ejercicio de análisis de contenido, para observar concordancias o discrepancias en cuanto a composición, estructura e integración de contenidos que presenta la página en su configuración semanal.
- En esas semanas, que fueron consideradas una típica y otra atípica por el inicio de la campaña contra el tráfico ilegal de bienes patrimoniales, se observó que no hubo acontecimiento alguno en particular que tuviera una cobertura o seguimiento especiales. Por lo tanto, no se hizo periodismo cultural como proceso sino como producto.
- En cuanto a composición de la sección Cultura de *El Telégrafo* (número de páginas, segmentos o subsecciones y temáticas), esta se desplegó entre una y tres páginas diarias en las cuales se incluyeron los segmentos siguientes: de lunes a jueves se mantuvo “Intersecciones” como segmento principal y más amplio, que funciona como una suerte de bitácora de contenidos misceláneos y una plataforma versátil, en la cual caben noticias de los ámbitos de las artes plásticas y artes escénicas, del arte contemporáneo y la música académica, del cine, la fotografía y la literatura, y de conferencias y charlas relacionadas con las ciencias sociales; sin embargo, ninguna de esas temáticas reflejó tener más peso o importancia que otra dentro del segmento. Los segmentos “Escenarios” y “Cine y televisión” fueron también considerados, porque incluyeron información relacionada con la que se publica en la sección Cultura.
- Al considerar los contenidos por segmentos, se ubicó que el jueves se publica el segmento “Visualidad” y el viernes, el

segmento “Tablado”, que no contienen ninguna característica de identidad editorial particular, ya que recogen información similar a la publicada en el segmento “Intersecciones”.

- El segmento “Demo”, que aparece indistintamente los viernes o los sábados, se ocupó del tratamiento relativo al ámbito local de la música alternativa y el rock. Información semejante se presentó en el segmento “Escenarios”, con la diferencia que, cuando este último abordó acontecimientos musicales, puso énfasis en la música pop local, creándose así una hiper-especialización entre los dos segmentos que los dejó con una identidad editorial indefinida debido a la separación meticulosa que se plantea entre esos dos ámbitos musicales.
- Los acontecimientos relacionados con la música académica se trataron únicamente en el segmento “Intersecciones”, lo que demuestra la diferenciación y jerarquización existente entre los acontecimientos de la cultura de elite y los de la cultura popular, y los privilegios que se le otorga, en cuanto a extensión de espacio y a ubicación en la sección, a determinada información en perjuicio de otra.
- En las notas sobre cine o televisión difundidas en los segmentos “Intersecciones”, “Cine y televisión” y “Escenarios”, fue posible distinguir un enfoque “espectacularizante” y “farandulezco”, pero no se logró saber cómo diferencian o jerarquizan la información para pautarla en uno u otro segmento.
- En cuanto a los segmentos identificables y abordajes profundos, se evidenció que existen algunos espacios que son claramente identificables, en los cuales el tratamiento de la información revela que hay intenciones de darle profundidad al abordaje de las noticias culturales. Uno de ellos es el segmento llamado “Fin de semana”, que se publica cada viernes y contiene la agenda de actividades culturales para el fin de semana.

- Entre sábado y domingo, la sección Cultura se complementó con segmentos amplios, en extensión de espacios, y profundos, analíticos y críticos respecto de la información que contienen. “Arcadia” abordó acontecimientos de la literatura con amplitud; mostró los contextos, incluyó diversas voces y ofreció panorámicas sustanciales del tema que se trató. Generalmente, presentó un importante despliegue gráfico y la firma de la nota fue a cargo de la sección Cultura. El segmento “Textualidad” trató en forma más crítica y analítica temas de la literatura, no se apoyó en elementos gráficos y su extensión y profundidad representaron, en sí mismos, el sustento del texto.
- El segmento que se presenta como especializado, y que los domingos hace parte de “Espectáculos”, profundizó y analizó sucesos, personajes o eventos relacionados con las culturas populares. Se presentó bajo el subtítulo “Análisis” o como “Leyendas de la música”. De esta forma, “Escenarios” mantuvo su aproximación a este tipo de temas, pero se extendió en espacio y ahondó en análisis y contextos informativos.
- La sección Cultura de *El Telégrafo* no mostró una composición diaria fácilmente distinguible en cuanto a subsecciones o segmentos que la conforman, lo que puede provocar una débil identificación de los lectores respecto de la sección, ya que no existe una clasificación temática fija que permita saber qué se espera en cuanto a información para cada día de la semana.
- En cuanto a la composición de la sección Cultura de *El Telégrafo*, por origen de la información que se publica, las notas revisadas durante las dos semanas sumaron 125; de las cuales, 62 (49,6 por ciento) contuvieron información del contexto local y 63 (50,4 por ciento), del internacional. No se distinguió favoritismo hacia el origen de determinada información, y más bien llamó la atención el balance conseguido que parece responder a una definida línea editorial.

- Las noticias de origen local aparecieron firmadas por periodistas identificados como parte del diario, por el genérico de la sección o por colaboradores especialistas que pueden o no trabajar dentro de la redacción; mientras que las notas de origen internacional aparecieron con la firma, en su gran mayoría, de las agencias internacionales EFE o AFP.
- En cuanto al tratamiento dado a la información, según las nociones de coyuntura que se amplían en el capítulo 1, las noticias publicadas en la mayoría de segmentos que componen la sección cultural del diario, difícilmente ofrecieron un panorama de análisis, reflexión o crítica sobre el acontecer de la producción, la práctica, la difusión y el debate cultural. Se limitaron a presentar datos precisos acerca de eventos que están por darse o a reseñar algunos de los realizados.
- La variedad de segmentos que se distinguieron en la sección Cultura permitió la cabida de espacios para el desarrollo de un periodismo cultural profundo y analítico que, en secciones de otros periódicos, como la de *El Comercio*, no existen.
- Las secciones “Arcadia”, “Visualidad”, “Textualidad”, la de “Análisis” adscrita al segmento “Espectáculos” e, incluso, “Demo” se identificaron como espacios de crítica y reflexión en torno a temas de la actualidad cultural más visible. Esta orientación se distinguió tanto por la extensión de los textos, que ocuparon al menos una y hasta dos páginas enteras con apoyo en una buena dotación de imágenes, como por el tratamiento profundo que se dio a los temas escogidos. La noción de coyuntura que se imprimió en las notas periodísticas incluidas en estos segmentos permitió plantear contextos y proponer perspectivas, que se distancian de la concepción inmediatista, factual y tendiente, a reflejar la tendencia a construir una agenda regular del acontecer cultural. Al abarcar todos estos segmentos, casi la totalidad de los ámbitos culturales o las actividades

artísticas que son abordadas por la sección, el resultado es que se distinguió, de nuevo, una suerte de balance entre un grupo de subsecciones dedicadas a darle un tratamiento ligero y efímero a la información cultural, y uno que optó por plantear un abordaje cualitativo y denso de dicha información. Igualmente, es posible pensar también que tal equilibrio ocurre como parte de la política editorial de la sección.

- Quedaron fuera de los ámbitos y actividades del arte y la cultura a los que atiende esta sección temas relacionados con las culturas populares, que constituyen debilidad también en otras secciones culturales analizadas en este trabajo, y que a manera de síntesis podríamos mencionarlos como deudas pendientes.

Estudio de caso 2: Lo patrimonial

- Fueron analizadas un total de 13 notas periodísticas publicadas entre el 25 de mayo y el 10 de diciembre de 2008.
- En cuanto a la jerarquía (variable 7), el análisis muestra que el valor máximo obtenido en la tabulación de análisis corresponde a notas que están en la clasificación “otras”, es decir que no se ubican en posiciones primaria, secundaria o terciaria en la página cultural y puede considerarse que responden a una jerarquía temática de segundo orden. Esta variable buscó determinar la importancia otorgada a las notas de Patrimonio según la ubicación en la diagramación de la página y, como se observa, han sido relegadas a espacios mínimos.
- El resultado anterior relacionado con el que arroja el género periodístico (variable 10) indica que la mayoría de las notas publicadas son noticias comunes, también llamadas notas periodísticas, que contienen los datos elementales de la información, limitado espacio y nulo enfoque de profundidad.

- El resultado de dimensión (variable 11) muestra que la mayoría de notas publicadas ocupa un espacio de 1/8 de la página. Entre las notas analizadas solamente se encontró una en forma de reportaje, lo que significa que estos temas son reseñados como noticias breves.

- Se evidencia que el seguimiento del caso, en términos de abordaje periodístico, se basó en la reutilización de la información de contexto más la inclusión de algún dato nuevo, relacionado, sobre todo, al avance de las investigaciones sobre las piezas robadas y los contingentes humanos y económicos dispuestos para ello. No se logró ampliar la información más allá del nuevo dato puntual y menos se ahonda algún debate o se profundiza en las dimensiones simbólicas de lo ocurrido.

- El número de fuentes reconocidas en las noticias (variable 12) demuestra que en la mayoría de informaciones se incluyeron entre dos y tres fuentes y que la minoría de notas se construyeron con la participación de una sola fuente. Esto indica el interés de la sección por evitar el denominado “unifuentismo” como método de producción informativa, lo cual, aparentemente, expresaría la pluralidad de las voces involucradas. Sin embargo, el origen de las fuentes consultadas (variable 13) refleja que la totalidad de esas dos o tres fuentes utilizadas son institucionales, y si se la relaciona con la valoración de las fuentes en la escena cultural (variable 14), es posible advertir que tales fuentes institucionales son, además, legitimadas en su campo de acción. Frente a esto, los resultados menores enseñan que las fuentes de una posible agenda propia y de carácter emergente en el campo relacionado con este caso tiene poco o nula visibilidad.

- El resultado alrededor del enfoque de profundidad (variable 16) corrobora que las noticias presentan y mencionan los datos estrictamente informativos de los acontecimientos, y no plantean ningún análisis o reflexión sobre los hechos y los temas

tratados. El dato mayor indica que ese enfoque se encuentra en la evaluación, que se refiere a la forma en que se propone el seguimiento de las noticias; lo que quiere decir que se evalúa de nuevo el escenario contextual y apenas se le añade un nuevo dato particular, en caso de que hubiera uno.

- Alrededor de la vinculación del tema (variable 17) se evidenció que la mayoría de notas periodísticas no se relaciona ni explícita ni tácitamente con ninguno de los ámbitos de comprensión de lo social.
- Un enfoque de profundidad que problematice los hechos culturales abordados es casi inexistente, puesto que la Cultura es el ámbito con el que menos vinculación establecen las notas periodísticas.
- El valor máximo obtenido en la tabulación de la noción de coyuntura (variable 19) muestra que esa noción está mayormente presente en las noticias analizadas y se la entiende como el evento particular, descontextualizado de un proceso en desarrollo y mostrado como caso de novedad., mientras que en el otro extremo, con valor cero en la tabulación, está la aproximación que mostraría a la coyuntura como sustento de una información contextualizada en relación a un proceso sostenido en el tiempo.
- En el total de las notas, el énfasis se ha puesto en el aspecto legal o judicial (variable 21) involucrado en los acontecimientos reportados, es decir que, como elemento central de la información, resalta el estado del proceso judicial por el que atraviesa el intento de recuperación de las piezas patrimoniales robadas.
- Es evidente que las noticias abordadas desde una perspectiva judicial y legalista no profundizan en la importancia y significado

de la dimensión simbólica y en las representaciones culturales, que a nivel de identidad nacional y como objetos de patrimonio tangible tendrían las piezas patrimoniales robadas.

- El pretendido acercamiento de investigación periodística que emprendió diario *El Comercio* para este caso queda lejos de plantear algún debate importante o de revelar nociones y problematizar circunstancias que, al parecer, son de especial importancia para algunas instituciones rectoras de las políticas culturales del Ecuador.

Ejercicio etnográfico en *El Comercio*

- El estudio de caso en la sección Cultura de diario *El Comercio* se realizó en dos momentos claramente definidos. El primero, durante 15 días de junio de 2008; y el segundo, durante un mes entre enero y febrero de 2009.
- Partiendo de una guía de preguntas previamente diseñada y agrupada en secciones temáticas, se ejecutaron entrevistas a profundidad a todos los integrantes de la sección Cultura de diario *El Comercio*. En total se entrevistó a ocho personas (BR, SD, MV, AC, PF, EA, FP, FM – identificados por sus iniciales).
- El hecho de que cada día de la semana esté destinado a un tema específico de portada de la sección Cultura condiciona, en cierta manera, la importancia que se le da al resto de temas. Es decir, desde esta lógica se elimina la jerarquización de temas por calidad periodística o trascendencia, debido a que se debe respetar un orden establecido.
- El proceso que debe pasar un tema, desde que es propuesto por el periodista en la reunión semanal de la sección Cultura hasta que se aprueba por el editor de la sección, y más tarde, en reunión de editores, por el editor general, es claramente

horizontal-ascendente. En el transcurso, las directrices del tema, al igual que los espacios, varían de acuerdo con las perspectivas que los editores acuerdan. En última instancia, depende de la reunión general el tratamiento que se le dé a determinado tema, al igual que su publicación.

- Al igual que los periodistas defienden sus propuestas en las reuniones internas de Cultura, el editor de la sección protege los temas en la reunión general que se realiza todos los días con la presencia del editor general, el editor de información, el de fotografía, el de diseño, el de infografía, el de Internet, y en ocasiones también el subdirector o la directora del periódico.
- El espacio (número de páginas) designado para la sección Cultura, más allá de la trascendencia y la jerarquización de contenidos, depende de dos variables: los espacios de publicidad comercializados y lo ocurrido en el acontecer deportivo, pues la sección Deportes comparte con Cultura el mismo cuadernillo y es una sección “más popular y comercial”, según expresó uno de los entrevistados (PF, entrevista, 2009).
- Las noticias que ocupan la portada del diario son escogidas según las coyunturas y el “impacto y la calidad que tengan las fotos que las van a acompañar” (PF, entrevista, 2009). Con respecto a Cultura, es frecuente que se escoja algún espectáculo que ya se ha presentado o que se lo está anunciando, como la noticia destacada. Dicha noticia, por lo general, ocupa el espacio más pequeño disponible en la esquina superior izquierda de la primera página.
- En el tercer filtro, cuando las notas están impresas a color y siendo revisadas por el editor general o de información, las noticias pueden ser desaprobadas dependiendo de alguna característica restrictiva que tiene que ver con la forma en la

que *El Comercio* concibe la cultura y las nociones asociadas a la misma.

- El criterio de coyuntura puede ser un factor clave con respecto al rechazo o aprobación de un determinado tema en las reuniones de planificación que se realizan una vez por semana. Por este motivo, reporteros y editores de la sección Cultura se inclinan con mayor frecuencia hacia temas de la agenda diaria y dejan de lado temas que no dispongan de este criterio o caen en la autocensura.
- Los integrantes de la sección analizada entienden por cultura a las formas de vida, costumbres y comportamientos que se comparten dentro de un determinado grupo social. Sin embargo, asumen, desde el cargo que ocupan (periodistas), a la cultura como el conjunto de expresiones artísticas que van de acuerdo con la categorización de cultura que ha realizado el periódico previamente.
- Con respecto a las expresiones artísticas que los periodistas de Cultura consideraban para su sección, se visualizó un debate que se centra entre las manifestaciones de la alta cultura y las culturas populares. Luego de un proceso en el que han participado varios editores, hoy, el editor hasta abril de 2010, BR, promueve que se trate a la cultura popular como un tema importante en la sección. No obstante, los testimonios de algunos periodistas de la misma sección advierten que la cultura popular ocupa espacios reducidos frente a las bellas artes, que se llevan espacios privilegiados. Esto se evidencia en el hecho de que de las siete portadas de la sección solo dos estén relacionadas con la cultura popular (Patrimonio y Espectáculos).
- Los periodistas de Cultura concuerdan en que *El Comercio* está dirigido a un público de nivel socioeconómico medio – alto. Por

ello, el tratamiento de la información cultural tiene la forma, por un lado, de una sección clasificada por disciplinas artísticas para cada día de la semana, donde privilegia la alta cultura y, por otro, la de una agenda actualizada que reúne la oferta local.

- Se evidencia que existe cierta divergencia entre los integrantes de la sección con respecto a la consideración de un público lector en la propuesta de temas. Por una parte, hay la percepción de que el periódico está dirigido a una clase media- alta educada, que demanda saber sobre acontecimientos culturales, y, por otro, hay periodistas que no están de acuerdo con que existe un solo tipo de público y más bien tratan de proponer temas que aporten al debate.
- Los espacios son destinados por el editor BR, de acuerdo con una lógica que responde a la trayectoria del artista. Según esta lógica, si es un artista conocido que ya ha hecho varios trabajos merece más espacio que un artista joven que empieza su producción.
- Entre los integrantes de Cultura no existe consenso acerca de la línea editorial que maneja la sección. El editor BR habla de una línea claramente definida que intenta abordar la mayor cantidad de temas para enriquecer el debate, mientras por otro lado hay periodistas que expresan que no hay una sola línea editorial, sino varias.
- El enfoque de coyuntura de la sección Cultura no es el mismo que el de otras secciones, como Judicial, Economía, Editorial, etcétera. Por ello, es difícil que una noticia cambie la planificación previamente diseñada.
- Las fuentes de información de las que se nutren los periodistas de la sección Cultura son prácticamente dos: los boletines de prensa, que llegan desde diferentes instituciones, y las que el

periodista crea mediante su interacción con la escena artística. Según un periodista de Cultura, por lo menos el 60 por ciento de las fuentes utilizadas son institucionales.

- La posibilidad de los periodistas de armar una agenda de contenidos alejada de las convocatorias institucionales se basa en el “olfato periodístico” y en el interés que pongan en lo menos visible del acontecer cultural, para a esto extraerle el potencial informativo y noticiable.

Estudio de caso 3: La línea editorial en *El Comercio*

- Mediante la aplicación de un análisis de contenido con 12 variables, se visualizó que la producción y cobertura de la temática cultural cambiaron con la rotación de editores en la sección Cultura. Cuando la sección estuvo al mando de BR, la información se centró en literatura y la agenda cultural, mientras que con la división de la sección en Cultura y en Espectáculos, la información se centró en espectáculos.
- En ese sentido, la rotación de editores en Cultura y la creación de Espectáculos ha significado la potenciación de una representación de “cultura masiva” en las páginas de *El Comercio*. La división de secciones, al mismo tiempo, ha contribuido a la marcación de los límites de una cultura de las “bellas artes”, de la vida diaria y de la cultura de masas, en un mismo medio de comunicación.
- Ninguno de los cambios de editores, entre abril y agosto de 2010, ha logrado colocar a la información cultural en notas primarias, es decir que lo cultural continúa teniendo un lugar poco destacado en ese medio capitalino, lo que es una situación similar a la de otros periódicos y telediarios. Además, lo cultural está marcado por la coyuntura.

Capítulo 1

El discurso mediático se construye

El oficio consciente

A medida que el trabajo de los medios de información masiva se vuelve motivo de mayor análisis en las dinámicas de comprensión de lo social, y en tanto estos continúan significando un importante espacio de ingerencia en la construcción de saberes sobre los acontecimientos del mundo, se hace necesario plantear una reflexión profunda sobre su funcionamiento, en el afán de comprender a qué responden las construcciones de sentidos que desde su oficio son presentadas a manera de noticias. La noticia, en su concepción tradicional, se entiende como lo opuesto a la noción histórica o científica del hecho significativo, que es repetitivo y constante, de ahí que se asuma al acontecimiento que produce la noticia como un hecho fenomenológico parcial y particular, concertando aquello en lo que llama una “sociología del presente”, que quizá podría denominarse también “sociología de la noticia”² (Alsina, 2005: 49).

2 En términos periodísticos estrictos, el autor Juan Gargurevich, en el manual *Géneros Periodísticos* (2000: 39) afirma que “la nota informativa común es el género periodístico más utilizado en el periodismo de diario, y consiste simplemente en la presentación de hechos acaecidos recientemente, redactándolos de acuerdo a normas técnicas desarrolladas por la experiencia. La nota informativa es, entonces, eminentemente factual, solo persigue presentar hechos que fueron percibidos previamente como dignos de ser ‘noticia’, es decir, con valores periodísticos precisos”.

Al ser así, el acontecimiento se enmarca necesariamente en un sistema que, para el caso que ocupa a esta investigación, se refiere al sistema de los medios de información masiva. Alsina advierte un fino intersticio en el paso del acontecimiento a la noticia: mientras el acontecimiento, dice, es un fenómeno de percepción del sistema, la noticia es uno de generación o producción del sistema (Idem), y resuelve ese proceso de conversión del acontecimiento en noticia como una forma de construcción de la realidad y de producción de sentido, inserta en la práctica productiva y en las rutinas organizativas de la profesión periodística. Bourdieu (2001) afirma que las funciones de los medios de información masiva y el trabajo de los periodistas apuntan a crear discursos en tanto esquemas informacionales resultantes de las prácticas socio-institucionales.

Si entendemos que la noción de discurso se refiere a sistemas de valor de uso de los signos que hacen parte de los lenguajes de las sociedades, y que dan cuenta de la manera como se organiza la circulación de la palabra en una comunidad social para producir sentido, se puede decir que las instituciones productoras de información lo que operan y reproducen son cuestiones de discurso (Charaudeau, 1997:38). Por lo tanto, es importante entender que los productos periodísticos transmitidos a través de los medios de información surgen a partir de una serie de condicionamientos, valoraciones, relaciones de poder, lineamientos editoriales y otras consideraciones, como la de la *objetividad* -valor blandido como *máxima norma* del trabajo periodístico en referencia a sus anhelos de equilibrio e imparcialidad-, que no se trata sino de otra de las variables que también responde a las determinaciones particulares que mantienen en funcionamiento o que se “ponen en juego” (Bourdieu, 2001) dentro del campo y que no son resultado del mero reflejo de la realidad, como suele enarbolarse al respecto casi como eslogan del oficio. El concepto de campo es pilar fundamental en la obra de Bourdieu y de la misma forma, como eje teórico transversal, es utilizado en este trabajo y sus alcances serán desarrollados más adelante.

El problema de la objetividad periodística no está en que los medios dan una versión subjetiva de la realidad, sino que es el propio modelo liberal de la prensa el que limita la objetividad (Bechelloni, 1982: 37-38 en Alsina, 2005: 267).

En consecuencia, se considera el problema de la falta de objetividad, no tanto a causa del modelo general del sistema informativo, sino de la construcción específica de la noticia y del trabajo concreto de los periodistas (Alsina, 2005: 267).

Para que la objetividad resulte nada más que un “querer ser” en la práctica periodística, Kline (1982, en Alsina, 2005: 267), en un análisis que realiza de algunos medios británicos, canadienses y norteamericanos, establece la presencia continua de cuatro tipos de sesgos en la construcción de la noticia:

1. El de contenido: en el que se viene a reflejar la orientación general de un medio de comunicación.
2. El de las fuentes: que se da al elegir una fuente específica que habla de determinado acontecimiento.
3. El temático: cuando el periodista adopta un modelo narrativo, un ángulo para explicar el acontecimiento en los términos de un modelo cultural institucionalizado socialmente.
4. El retórico: que se da en la utilización de la opinión, el contexto emocional, la atribución de causas, el tono apreciativo, la coordinación de imagen-comentario.

Con esto se intenta explicar que el trabajo del periodismo se desenvuelve respondiendo a una lógica cuyas características lo configuran como un microcosmos particular -un campo- dentro de un cosmos social (Bourdieu y Wacquant , 2005: 150). En el caso de este estudio, la trama, el microcosmos dentro del cosmos social, es el campo periodístico. En términos analíticos,

Un campo puede ser definido como una red o una configuración de relaciones objetivas entre posiciones. Estas posiciones están objetivamente definidas en su existencia y en las determinaciones que imponen sobre sus ocupantes, agentes o instituciones por su situación presente y potencial en la estructura de distribución de especies del poder (o capitales) cuya posesión ordena el acceso a ventajas específicas que están en juego en el campo, así como por su relación objetiva con otras posiciones (dominación, subordinación, homología, etc.) (Bourdieu y Wacquant, 2005: 150).

Las formas bajo las cuales se presentan los capitales en posesión de los agentes dentro de los campos son el capital económico, el cultural, el social y el simbólico, mismos que se despliegan en combinación, en oposición y con mayor o menor expresión de cada uno de ellos dentro de un campo para reforzar o alterar las lógicas que guían su funcionamiento. Para los intereses de este trabajo, es necesario profundizar en tres de los capitales citados, sin hacer hincapié en lo que corresponde al capital económico. Bourdieu (2005: 162) señala que el capital social es la suma de los recursos, reales o virtuales, de la que se hace acreedor un individuo, o un grupo, en virtud de poseer una red perdurable de relaciones, más o menos institucionalizadas, de mutua familiaridad y reconocimiento. El capital cultural se da en tres formas: encarnado, objetivado o institucionalizado; mientras que el capital simbólico se refiere a la forma que una u otra de las otras especies de capital adopta cuando se lo entiende a través de categorías de percepción que reconocen su lógica específica, o, dicho de otra forma, desconocen la arbitrariedad de su posesión y acumulación.

En el campo periodístico los discursos aparecen como el resultado del funcionamiento de los capitales con que cuentan los agentes que actúan dentro de él, así como por las relaciones que se establecen con todas las posiciones de poder relacionadas al ejercicio periodístico, mismas que atraviesan lo ideológico, religioso, cultural, moral y comercial. Al respecto, dice Bourdieu (1996: 106): "Al igual que el político y el económico, y mucho más que el científico, el

artístico, el literario o incluso el jurídico, el campo periodístico está permanentemente sometido a la prueba de los veredictos del mercado, a través de la sanción, directa o indirecta, de los índices de audiencia”. El autor utiliza la figura del *juego* como un elemento constitutivo de la dinámica de los campos. Lo que está en juego, dice,

Es en su mayor parte el producto de la competencia entre los jugadores... Los jugadores son admitidos en el juego, se oponen unos a otros, algunas veces con ferocidad, solo en la medida en que coinciden en su creencia (doxa) en el juego y en lo que se juega, a lo que atribuyen un reconocimiento fuera de todo cuestionamiento (...)

Tenemos también *cartas de triunfo*, esto es, cartas maestras cuya fuerza varía según el juego: así como el valor relativo de las cartas cambia para cada juego, la jerarquía de las diferentes especies de capital (económico, social, cultural, simbólico) varían en los distintos campos. En otras palabras, hay cartas que son válidas, eficaces en un campo -estas son la especie fundamental de capital- pero su valor relativo como cartas de triunfo es determinado por cada campo e incluso por los sucesivos estados del mismo campo (Bourdieu y Wacquant, 2005: 150).

El conjunto de capitales, cartas de juego y demás determinantes inherentes al campo, en este caso periodístico, construyen o desarrollan en el agente (periodista) un *habitus* que encarna un acumulado de nociones dispuestas para la práctica y que le otorgan sentido al “juego”. Esta noción será explicada a profundidad en el apartado correspondiente, pero es necesario adelantar aquí que el *habitus* apunta a explicar que los objetos de conocimiento son *construidos*, y no pasivamente registrados, y a que “el principio de esta construcción se encuentra en el sistema socialmente constituido de disposiciones estructuradas y estructurantes adquirido en la práctica y constantemente dirigido a funciones prácticas” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 180).

Este primer recorrido sobre algunos de los conceptos a desarrollarse en adelante nos permite en este punto plantear las preguntas rectora

y operativas que guían esta investigación. La pregunta rectora apunta a entender cómo y a qué condicionantes estructurales y de ejercicio profesional responden la construcción de la noticia cultural en la prensa y televisión nacionales, y las representaciones sobre cultura que de ese proceso se derivan. Las preguntas operativas derivadas de la central se centran en algunas de las nociones que, a juicio de esta investigación, operan con mayor fuerza en la producción noticiosa del campo periodístico: ¿qué determina y cómo se construye el *habitus* periodístico que los reporteros culturales ponen en práctica en sus dinámicas diarias? ¿Cuál es el proceso de construcción de la noticia cultural y cómo se conciben las nociones de cultura, coyuntura, línea editorial, relacionamiento con las fuentes y establecimiento de agendas al interior de la redacción para que las noticias culturales se construyan de la forma en que se construyen en *El Comercio*. y para que de ellas se deriven unas particulares representaciones sobre cultura? ¿Cómo se expresan dichas nociones en las noticias publicadas que se ponen en circulación? ¿Cuál es el enfoque contextual que se le imprime a las noticias culturales y qué consideraciones priman durante su proceso de construcción?

Para indagar en esto, este trabajo, al analizar el proceso de construcción de la noticia cultural, intenta develar en qué medida esta se reduce a la exposición periódica y puntual de los eventos culturales a manera de agenda, y cuánto se implica en una recuperación *cualitativa* de las *coyunturas culturales* como espacio susceptible de ser analizado en relación a contextos más amplios, inscritos en periodos de historicidad pertinente (lo cual implicaría la indagación en el *ayer* de las coyunturas, así como en el seguimiento del *mañana*), y a partir de lo cual se pueda practicar una cobertura reflexiva, analítica y crítica de los acontecimientos culturales. Este primer capítulo plantea las directrices teóricas a través de las cuales se realizó esta indagación.

Coyuntura: una camisa de fuerza

Como se demostrará en el capítulo tres, existe una noción que, a manera de contenedora de varias otras variables de evaluación de los hechos noticiables, resulta ineludible al momento de determinar el curso que toman los productos periodísticos. Se trata de la *coyuntura*, noción que, adaptada a la óptica del periodismo cultural, tiende a privilegiar su efecto inediatista, es decir, el seguimiento puramente fáctico de los acontecimientos culturales para producir un despliegue breve y una enunciación parcializada de los eventos, a manera de agenda actualizada, en detrimento de un acercamiento profundo de los temas que rondan el ámbito cultural y que permanecen en él como potenciales disparadores de debate y reflexión.

De acuerdo con la aproximación metodológica a la noción de coyuntura que plantea Hugo Zemelman (1992) en referencia a la construcción del conocimiento que se apoya en los dinanismos constitutivos de la realidad (tarea que define en su naturaleza a la práctica del periodismo), la noción de coyuntura se concibe así:

- a. la coyuntura representando un momento del proceso en el cual el acontecimiento es la concreción de un proceso más general, y donde se muestra la relación entre el “estadio” alcanzado y las “potencialidades” de desarrollo del fenómeno; y,
- b. la coyuntura privilegiando la “tendencia” que se cierra en su “regularidad numérica”, en su periodicidad constante, dejando al acontecimiento sin ser “absorbido por la historia” (Zemelman, 1992: 149).

Una concepción inediatista de coyuntura, por lo tanto, acercará al trabajo periodístico a la segunda perspectiva citada, y tenderá a preocuparse de la noticia cultural más como un *producto* que como un *proceso de producción* (Roseberry, 1998), ya que “dejará de

lado sus dinamismos estructuradores y no considerará la dimensión productiva del mismo, una dimensión susceptible de ser activada por la práctica social” (Zemelman, 1992: 148). De esta forma, el acontecimiento será procesado como noticia en tanto dato parcial, fáctico y pasajero, sin que implique en él la profundización del debate ni el seguimiento de la reflexión, es decir, sin que se desarrolle un abordaje cualitativo.

Para entender a lo que se refiere un abordaje cualitativo se toma en consideración lo siguiente:

lo cualitativo es la forma que asume la articulación que se plantea como exigencia epistemológica anterior a la explicación, la cual, por lo tanto, se subordina a la complejidad del campo que se busca analizar, lo que implica considerar las dificultades que se presenten cuando no se quiere perder su articulación con otros fenómenos. Así, la coyuntura, en una perspectiva cualitativa, cumple la función de articulación en el análisis de procesos macrosociales y de larga duración por cuanto obliga a delimitar un campo de observación que permita representarlo con toda su complejidad () Desde esta perspectiva lo cualitativo es la ubicación de cualquier relación en el marco de la articulación compleja que la incluye (Zemelman, 1992: 149-150).

Estas dos perspectivas planteadas por Zemelman y ofrecidas por la teoría social resultan pertinentes para relacionarlas con la práctica del periodismo, en razón de que la coyuntura se constituye en una noción motora de sus dinámicas. La una presenta los procesos o los acontecimientos por medio de simples recortes cronológicos, mientras que la otra se muestra ofreciendo las potencialidades de desarrollo de los fenómenos y explicando la dinámica estructuradora de los acontecimientos. Más adelante se explicará cual de los dos tratamientos de la noción de coyuntura es el que privilegia el trabajo del periodismo cultural.

Campo, capitales y *habitus* periodístico

El sentido del juego

Las nociones de campo, capital y *habitus* conforman el concepto organizador fundamental en la obra de Pierre Bourdieu, y es de donde parte la aproximación conceptual que atraviesa esta investigación.

Se enunció que el trabajo periodístico, como actividad desarrollada en un campo específico, visto desde la óptica de ese concepto bourdieuano responde a una serie de condicionamientos y relaciones en permanente tensión, que son manifestaciones de los capitales puestos en juego cuando se lo lleva a cabo. Bourdieu, en su explicación sobre los distintos espacios sociales que por su estructura de relaciones se conciben como campos, se ha referido, entre otros, al artístico, al religioso, al político, al económico y al periodístico, por mantener todos estos “relaciones objetivas que son el sitio de una lógica y una necesidad específicas e irreductibles” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 150). Esta aseveración sirve, para los intereses de esta investigación, como punto de partida para ubicar el universo amplio, “el microcosmos social”, dentro del que se encuentra el espacio preciso que es enfoque de este análisis, lo que el autor reconoce, desde el punto de vista sociológico, como un “subsector particular del campo” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 154). Se trata del subsector o subcampo del periodismo cultural, el mismo que, visto desde otra perspectiva, la de la categorización periodística, sería asumido como una especialización de la disciplina. El investigador y periodista cultural Aníbal Ford, compendiando en una amplia definición aquello a lo que por muchos años se dedicó, apunta:

Diría que para mí el periodismo cultural no se define por el campo³ -como lo puede ser el periodismo especializado en la literatura, la plástica o el cine, aunque los incluya-, sino por una especial manera de ver -que en cierta medida no es ni la específica de la sociología,

3 Se refiere al área o disciplina de especialización, no al concepto bourdieuano.

ni de la antropología, ni de las otras ciencias sociales, ni tampoco la de la estética- cualquier práctica social. Esa manera de ver que nos lleva a reparar en las estrategias comunicacionales, en las retóricas, en los sistemas de conocimiento -como construcción de sentido, percepción, memoria, anclaje, conjetura-, tanto en una obra de vanguardia cinematográfica o literaria como en una charla cotidiana, en la invención tecnológica, en los subsuelos epistemológicos de lo político, en la historia de un río, en el humor, en las invenciones para sobrevivir o en cualquiera otra costumbre, mentalidad o como quiera llamársele, referente a cómo razonamos y le damos sentido a la vida y a la muerte (en Rivera, 1985: 178).

Volviendo sobre la subdivisión analítica entre el campo del periodismo y el subcampo del periodismo cultural, Bourdieu explica que “un campo no tiene partes, componentes. Cada subcampo tiene su propia lógica, reglas y regularidades, y cada estadio de la división de un campo (digamos el campo de la producción literaria) implica un auténtico salto cualitativo (por ejemplo, cuando nos movemos desde el nivel del campo literario al del subcampo de la novela o el teatro)” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 159). De forma que, haciendo un parangón con este postulado del autor, se propone aquí pasar del campo de la producción periodística al subcampo del periodismo cultural, para en él, a partir de los conceptos de capital y *habitus*, realizar un análisis de la manera en que se construyen las noticias culturales y, en consecuencia, determinadas representaciones sobre cultura como formas de construcción social de la realidad vertidas desde los medios (Alsina, 2005).

“El principio de la dinámica de un campo yace en la forma de su estructura y, en particular, en la distancia, las brechas, las asimetrías entre las diversas fuerzas específicas que se confrontan entre sí” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 155). A partir de este enunciado se estudia el subcampo del periodismo cultural para comprender cómo las diversas fuerzas que se confrontan en él, en el ejercicio del oficio, actúan para producir una gama de sentidos en torno a la cultura. En

relación a las fuerzas puestas en juego dentro del campo periodístico, Bourdieu identifica

El reconocimiento por los colegas, otorgado a aquellos que acatan más los “valores” o los principios internos, y el reconocimiento por el mayor número posible de gente, materializado en el número de entradas, de lectores, de oyentes, de espectadores, y, por lo tanto, en la cifra de ventas y el beneficio en dinero contante y sonante, pues en este caso la sanción del plebiscito constituye forzosamente un veredicto del mercado (Bourdieu, 1995: 106).

En esa misma línea, el autor reconoce dos criterios según los cuales, en el oficio periodístico, se establece la jerarquía de la información que se procesa. Dice:

Como en el campo literario, en el periodístico la jerarquía según el criterio externo, el éxito de ventas, es prácticamente la inversa de la jerarquía según el criterio interno, la “seriedad” periodística. Y la complejidad de esta distribución según una estructura de enlaces múltiples (que también es la de los campos literario, artístico o jurídico), se ve incrementada por el hecho de que nos volvemos a encontrar en el seno de cada medio de comunicación con la oposición entre un polo “cultural” y un polo “comercial” que organiza el conjunto del campo, de modo que nos hallamos ante una serie de estructuras imbricadas (Idem).

Si se sigue lo que sugiere al autor, o sea, que las fuerzas puestas en juego en el campo del periodismo tienden a ajustarse a los veredictos del mercado y en el seno de la producción de las noticias se establece la disyuntiva entre un polo cultural y uno comercial, podría establecerse que las construcciones de sentido que sobre cultura produce el periodismo cultural están también atravesadas por una motivación de carácter mercantil.

Al analizar el campo periodístico -para enseguida hacer el salto cualitativo hacia el subcampo del periodismo cultural- se identifican dos criterios que movilizan las dinámicas de producción informativa.

En primer lugar está la posición del campo del periodismo en relación al poder como elemento estructurador de los campos, es decir, a los criterios externos que se han apuntado, donde los agentes, en este caso los periodistas, en palabras de Bourdieu, aparecerían como una “fracción dominada de la clase dominante” (Bourdieu, 1995: 160).⁴ No obstante, es necesario precisar que tales criterios externos no aplican un influjo directo sobre los agentes sino que intervienen a través de la mediación de las fuerzas específicas del campo, o sea, de los capitales en juego “después de haber sobrellevado una reestructuración que es tanto más importante cuanto más autónomo sea el campo, esto es, cuanto más capaz sea de imponer su lógica específica” (Ibid: 161). Sobre esto, la investigadora Cecilia Cervantes Barba comenta que “la práctica periodística adquiere autonomía relativa con respecto a las determinaciones externas provenientes, sobre todo, de los grupos de poder público que actúan como fuentes y que se encuentran también organizadas de acuerdo a exigencias e intereses propios” (1995: 100). Es entonces que se hace pertinente adelantar la presencia de una noción que más adelante será desarrollada en su adecuada envergadura, pero que en este momento sirve para ahondar sobre la forma en que ciertos determinantes exteriores definen de alguna forma el trabajo periodístico, o, dicho de otra forma, le confieren a este una autonomía relativa. Se trata del *habitus* del periodista en tanto historia incorporada en sus prácticas, en tanto “sistema socialmente constituido de disposiciones estructuradas y estructurantes adquirido en la práctica y constantemente dirigido a funciones prácticas” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 185). El *habitus* remite a una forma activa de interiorización de estructuras en el individuo, que a la vez fortalece la capacidad estructurante de las relaciones sociales y la autonomía de los grupos. La autonomía relativa, que con respecto a las determinaciones estructurales se adquiere a través de la activación del *habitus*, se consolida en la relación con los grupos que constituyen ese *habitus* (Cecilia Cervantes Barba, 1995: 102).

4 Para dar ejemplos de esta argumentación, el autor se ha referido propiamente a los artistas y escritores, o intelectuales en sentido más general (Bourdieu y Wacquant, 2005: 160).

El segundo criterio que se identifica es el que muestra las relaciones entre los agentes que despliegan sus competencias y que compiten entre ellos para preservar o alterar la distribución de capitales y la manera en que funcionan las lógicas que atraviesan los campos de acuerdo con el conocimiento que tengan de estos, a su trayectoria particular y a la posición que tomen -el punto de vista- para construir una determinada visión del mundo en virtud de su dotación de capitales. En el caso del periodismo cultural (sobre las variables que aquí se mencionan se profundizará en el segundo y el tercer capítulos de este trabajo), se tenderá a sostener o alterar una línea editorial establecida; los vínculos con determinadas fuentes que tienen la potencialidad de construir una opinión particular; una noción específica de coyuntura que en consecuencia permita abordar cierta información y discriminar otra, y, en menor proporción, a alejarse de estas predisposiciones y a proponer y desarrollar un periodismo cultural menos ortodoxo (en cuanto a temáticas de cobertura, a la profundidad de los temas, a la extensión y seguimiento de las noticias, a la diversificación de las fuentes y la contrastación de los criterios y las ideas) que el que se practica como regularidad. Porque en el afán de explicar las propiedades generales de los campos y la manera de abordarlos, Bourdieu apunta que entre los distintos campos reconocibles y la estructura del espacio social en su extensión más amplia, se puede tender una relación de *homologías* para comprender cómo ambos espacios funcionan de acuerdo a lógicas donde existen dominados y dominantes, luchas de usurpación y exclusión, mecanismos de reproducción o renovación, o sea, de oposición entre ortodoxia y heterodoxia por el mantenimiento o la subversión de un orden simbólico y de construcción de sentidos (Bourdieu, 2005: 161).

En definitiva, es dentro de los campos que los oficios, como el del periodismo, reproducen un cierto tipo de orden que se observa a nivel social. Se representa entonces una homología “entre el orden social, las prácticas de los sujetos y su posición en la lucha por lo que está en juego dentro del campo” (Cervantes Barba, 1995: 103).

La homología entre la forma como funciona un campo y como opera el cosmos social puede entenderse al relacionar la manera en que los campos de la producción cultural se organizan alrededor de la oposición entre ortodoxia y heterodoxia, tal como el mismo cosmos social está tensado por las luchas entre clases. En cualquier caso, la lucha se da con el objetivo de legitimar una ideología, de hecho, las formas particulares en que estas luchas se presentan en cada campo autónomo no son sino formas *eufemizadas* de las luchas ideológicas entre clases (Bourdieu, 1979b: 82 en Bourdieu y Wacquant, 2005: 161) para construir determinados sentidos.

Así, tras dejar clarificadas las primeras dos entradas necesarias para abordar el estudio de un campo, es decir, la posición del campo particular frente al poder como elemento estructurador de los campos, y las relaciones entre las posiciones ocupadas por los agentes y la tensión que se crea con el despliegue de sus capitales, aparece el momento de integrar la siguiente noción que termina de constituir el concepto organizador fundamental de Bourdieu. Se trata del *habitus*.

***Habitus*: la interiorización de la estructura y la disposición para la práctica**

El *habitus* serviría, a manera de puente teórico entre las nociones de campo y capital, como explicación del mecanismo que “impulsa” a los agentes a adoptar tal o cual estrategia de subversión o conservación, incluyendo la posibilidad de la indiferencia o la “salida del juego” (Bourdieu y Wacquant, 2005:179). Pero antes de ahondar en la concepción de *habitus*, es preciso anotar cómo la propuesta de Bourdieu de una teoría de la práctica -en la que los diferentes capitales son protagonistas-, se muestra como una homología con la ciencia económica, pero inscrita en su explicación sobre el funcionamiento de los campos, mas no en referencia a la ortodoxia económica.

La ortodoxia económica pasa por alto el hecho de que las prácticas pueden tener principios distintos de las causas mecánicas o la

intención consciente de maximizar las propias utilidades y aún así obedecer a una lógica económica inmanente. *Las prácticas conforman una economía*, esto es, siguen una razón inmanente que no puede restringirse a la razón económica, pues la economía de las prácticas puede ser definida en referencia a un amplio espectro de funciones y finalidades (Bourdieu y Wacquant, 2005: 179).

A propósito de esta homología, Cervantes Barba (2005) apunta que, así como el *habitus* constituye un puente entre individuo y sociedad (a manera de sinónimo, este apartado empezó diciendo que la noción de *habitus* sirve de puente entre las nociones de campo y capital), es también mediador entre lo económico y lo simbólico, y añade que, según García Canclini (1986) y Garhnam y Williams (1980), ese es uno de los aspectos centrales del aporte de Bourdieu, mismo que se refiere a que el capital simbólico se encuentra necesariamente vinculado a la base material del mundo social, y que la interiorización de lo social a partir de la posición de los sujetos y de las condiciones económicas se basa en la adopción de hábitos que se adquieren a partir de la observación y de las “relaciones de sentido no conscientes” (Kuschick, 1987: 21 en Cervantes Barba, 2005: 105), siendo que lo “no consciente” o “no voluntario”, según Bourdieu, se refiere a una lógica que consiste en mantener una relación dialéctica entre la interiorización de estructuras y la generación de la historia; una lógica que proporciona un sentido unitario y sistemático que trasciende el plano de lo subjetivo y provee al hombre de un mundo de sentido común, o sea, de sentido práctico consensuado sobre su acción (Bourdieu, 1980: 57)

La homología referida se presenta en relación a lo que Bourdieu considera una *ciencia general de la economía de las prácticas*, que no se limita artificialmente a aquellas prácticas socialmente reconocidas como económicas y que, más bien, se empeña en comprender el capital como esa “energía física de lo social” en todas sus formas, y en el descubrimiento de las leyes que regulan su conversión de una a otra (Bourdieu y Wacquant, 2005: 177). La explicación de que las

prácticas como forma de economía siguen una razón inmanente sirve entonces para comprender que las formas de conducta implícitas en las prácticas -periodísticas- no se reducen a una acción mecánica “impuesta” por el campo, pero tampoco a una acción completamente intencional del agente. Entonces, de lo que se trata es de comprender que las prácticas son *razonables*, aunque no sean el producto de un propósito razonado y menos de un cálculo consciente (Bourdieu y Wacquant, 2005: 178).

Es pertinente la explicación sobre esto, ya que en el trabajo de Bourdieu se reconoce la “apropiación” de varios términos del lenguaje económico que han sido adoptados para los intereses de su propuesta teórica amplia. Entre los varios conceptos del lenguaje económico aparecen interés, inversión, mercado, beneficio y capital, y tanto la primera como la última de sus investigaciones se desarrollaron directamente en el dominio de la sociología económica (Bourdieu, Wacquant 2005, pp.176).

Dicho esto, es posible empezar a comprender el *habitus* como una noción contenedora de toda una teoría acerca de la práctica, la misma que en su base tiene el propósito de explicar cuál es el *sentido* que conduce determinadas acciones, o, para utilizar otra de las homologías propuestas por el autor, para entender cuál es el *sentido del juego* que se construye socialmente dentro de un campo. De esta forma, la comprensión de los linderos de la noción *habitus* radica en explicar la práctica escapando tanto al *objetivismo* de la acción entendida como una reacción mecánica “sin agente”, como al *subjetivismo* que retrata la acción como una prosecución deliberada de una intención consciente que postula sus propios fines y procura maximizar sus utilidades (resultados) a través de un cálculo racional (Ibid: 180). Por lo tanto, la noción de *habitus* apunta a explicar que los objetos de conocimiento son *construidos*, y no pasivamente registrados, y a que el principio de esta construcción se encuentra en el sistema socialmente constituido de disposiciones estructuradas

y estructurantes adquirido en la práctica y constantemente dirigido a funciones prácticas, y, como tal, “hace hincapié en el hecho de que este proceso no tiene nada en común con el trabajo intelectual, sino que consiste en una actividad de construcción práctica, de reflexión práctica incluso, que las nociones comunes de pensamiento, conciencia y conocimiento nos impiden aprehender adecuadamente” (Ibid: 181).

Ahora es necesario volver sobre el apunte que decía que el *habitus* no resulta de la introyección programada de normas sino que se constituye de manera espontánea y así permanece, siendo que, como ya se dijo, tal “espontaneidad sin consciencia” se basa en una lógica que consiste en mantener una relación dialéctica entre la interiorización de estructuras y la generación de la historia (Cervantes Barba, 1995: 105), y lo es para acotar que la *historicidad* del agente que desarrolla las prácticas dentro de un campo no es resultado de una reacción instantánea a estímulos inmediatos, puesto que la más ligera reacción de un individuo frente a otro o frente a un contexto está impregnada de la historia de esas personas y de su relación en su totalidad (Ibid: 184). Decir esto es señalar la necesidad de comprender que las prácticas específicas de los agentes en su campo responden tanto a las condiciones de producción de las mismas (económicas, sociales, culturales), cuanto a la posesión de capitales que estos sean capaces de desplegar en el afán de preservar o alterar las formas de funcionamiento de un campo. En el caso del periodismo y del subcampo del periodismo cultural, nos referiremos a la posesión de los capitales cultural, social y simbólico de los agentes, así como a todo lo que podría considerarse lo que Bourdieu denomina *génesis social históricamente construida* y *ethos de clase*, o sea, el sistema de valores implícitos que las personas han interiorizado desde la infancia y a partir de lo cual generan respuestas a problemas extremadamente distintos (Bourdieu, 1972:180). El autor refuerza esta correspondencia diciendo que “la relación dóxica con el mundo innato, un compromiso cuasi ontológico que deriva de la experiencia práctica, es una relación

de pertenencia y posesión en la que un cuerpo, apropiado por la historia, se apropia absoluta e inmediatamente de cosas habitadas por la misma historia” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 189).

Ahora, para aterrizar en el campo concreto del periodismo cultural y analizar las condiciones a partir de las cuales se construye y despliega lo que puede ser denominado *habitus* periodístico, y que tiene que ver con el sistema socialmente constituido de disposiciones estructuradas y estructurantes adquirido en la práctica del periodismo cultural y dirigido a funciones prácticas que hacen posible el mantenimiento de una forma dóxica de ejercicio profesional, es necesario aproximarse a las maneras en que campo, en tanto estructura, y *habitus*, en tanto práctica, se relacionan en virtud de sus características específicas.

La relación entre *habitus* y campo opera de dos maneras. Según Bourdieu (2005: 184), por un lado, se da una relación de *condicionamiento*: el campo estructura al *habitus*, que es el producto de la encarnación de la necesidad immanente de un campo en los agentes. Por otro, es una relación de conocimiento o de *construcción cognitiva*: el *habitus* contribuye a construir un campo como un mundo significativo, dotado de sentido y valor, donde vale la pena invertir la propia energía.

Respecto a la relación de *condicionamiento*, en este trabajo se propone considerar a las demandas del mercado, las disputas por el rating, el origen de las fuentes de información y la jerarquía de los criterios de noticiabilidad (sobre los cuales se apuntará más adelante de manera detallada) que se establezca como parte de la línea editorial de los medios, entre otras condicionantes, como los factores que determinan las pautas para que los periodistas desarrollen su oficio en apego a las normas establecidas por la estructura mediática. Como apunta Cervantes Barba (1995: 106), las estructuras objetivadas en rutinas y procedimientos, que dentro de las empresas informativas sirven como eje para la socialización del periodista, tienen que ver con un tipo de aprendizaje que plantea los límites y la forma que adquiere

el desarrollo de la práctica periodística. Según esta investigación, la interiorización del *habitus* en esta forma de relación con el campo remite no solo a principios de estructuración de prácticas sino de estructuración de representaciones sobre dichas prácticas, donde el *habitus* puede llegar a expresarse de forma amplia en los criterios de noticiabilidad que se establecen en las salas de redacción (Cervantes Barba, 1995: 114).

Criterios de noticiabilidad: una gama diversa

De la antigua escuela norteamericana⁵ se recogen las primeras listas de características de la noticia o criterios de noticiabilidad. En *Géneros Informativos* (1959), Carl Warren propone los siguientes puntos:

Actualidad: este criterio no se refiere únicamente a que el acontecimiento sea reciente, sino también al descubrimiento de un acontecimiento más o menos antiguo. Toda información desconocida hasta esos momentos, aunque se refiera a hechos viejos, es una noticia.

Proximidad: inmediatez en el espacio.

Consecuencias: repercusiones futuras del hecho.

Relevancia personal: hay personas que casi siempre son capaces de producir noticias con sus actuaciones públicas. Son los llamados en el argot anglosajón *newsmakers*.⁶

5 La escuela estadounidense tiene como eje central la Universidad de Chicago y comenzó a desarrollarse a principios del siglo XX. Los nombres asociados a esta escuela en sus inicios fueron Charles Cooley, John Dewey y Herbert Mead y son los primeros en plantear el estudio de la comunicación desde una metodología científica concreta como es el método sociológico. Con ellos, la comunicación deja de ser vista como una mera esquematización procesual *emisor - canal - receptor* para comenzar a ser visto al interior de un fenómeno cultural más amplio (Zúñiga, 2006).

6 El *newsmaking* se refiere a los procesos mediante los cuales se elabora o se produce la información. Estudia los acontecimientos susceptibles de su conversión en noticia, lo que lleva implícito un proceso de conversión, pues acontecimiento y noticia no son lo mismo. Este concepto toma en cuenta las exigencias de organización y estructuración de los medios, las

Suspense: ¿qué ocurrirá aquí?

Rareza: lo extraño, lo insólito y lo poco frecuente es casi siempre noticia, porque rompe el esquema normal de funcionamiento de las cosas.

Conflicto: todo enfrentamiento entre personas o naciones, incluidas las guerras, las huelgas, las protestas o los enfrentamientos políticos.

Sexo: factor decisivo en muchas noticias de la prensa sensacionalista, también está presente de forma más o menos “sublimizada” en acontecimientos de tipo económico, político, cultural, artístico, etcétera.

Emoción: dramas humanos, sentimientos que identifican entre sí a los hombres por el camino de la emotividad.

Progreso: fe en la civilización, datos e ideas que producen en los hombres el convencimiento de los inagotables valores y recursos del ser humano. El progreso debe ser tratado periódicamente con referencias concretas: ¿qué significa para nosotros -aquí y ahora- este avance técnico, este descubrimiento? (Warren, 1959:25).

Por otro lado, los noruegos J. Galtung y H. M. Ruge (1980: 120 en Alsina, 2005: 175) argumentan que esos criterios pueden condensarse en los siguientes factores:

Frecuencia: es más probable que un acontecimiento se convierta en noticia si se ajusta a la periodicidad del medio y a su tiempo de producción.

características técnicas de cada uno de los medios y los procesos de distorsión, voluntaria o involuntaria que se producen. Así, las noticias serían el producto de la selección y el control de las formas de procesamiento que responden a “instrucciones” (más o menos explicitadas) de la empresa y a actitudes y valores consensuados o al menos aceptados (la distorsión conciente) y de la articulación de prejuicios, valores compartidos con el medio y la sociedad, representaciones del propio trabajo y que están implícitos (la distorsión inconciente o involuntaria) (Martini, 2000: 77).

Umbral: un acontecimiento se percibe más si su umbral de intensidad es muy alto o si su nivel normal de significación tiene un aumento repentino.

Ausencia de ambigüedad: cuanto menos ambiguo sea el significado de un acontecimiento más probable es que se convierta en noticia.

Significatividad: se da por afinidad cultural o por relevancia del acontecimiento.

Consonancia: un acontecimiento tendrá más posibilidades de convertirse en noticia mientras más se adecue a determinadas expectativas de la audiencia.

Imprevisibilidad: ante dos acontecimientos parecidos, tendrá más posibilidad aquel más imprevisible y raro.

Continuidad: al aparecer un acontecimiento noticiable, se producirá una continuidad con acontecimientos que guardan relación con él.

Composición: los medios transmiten conjuntos de noticias que deben ser equilibrados, para lo cual, los acontecimientos son seleccionados de acuerdo con la composición general de los programas de noticias.

Valores socioculturales: referencias a países de élite, a personas de élite o a cualquier cosa negativa. Sobre esto, los mismos autores señalados apuntan tres hipótesis sobre la acción conjunta de estos valores, pues se considera que no se los toma en cuenta de forma mecánica:

- a. **La agregación:** cuando más factores están asociados a un acontecimiento determinado más opción tiene este de volverse noticia.
- b. **La complementariedad:** puede darse un acontecimiento en que uno de los factores sea poco relevante, pero esto puede compensarse con la mayor relevancia de otro.

c. La exclusión: un acontecimiento que carezca de todos estos valores no llegará a ser noticia.

Según Mauro Wolf (1994), el investigador italiano cuyos trabajos sobre comunicación, traducidos al español, han sido de los más utilizados e interpretados en América Latina, la noticiabilidad es el conjunto de elementos a través de los cuales el aparato informativo controla y gestiona la cantidad y el tipo de acontecimientos de los cuales seleccionar las noticias en función de determinados valores que varían histórica y culturalmente. El autor los denomina valores/noticia (*news values*), y representan la respuesta a la pregunta ¿qué acontecimientos son considerados suficientemente interesantes, significativos, relevantes, para ser transformados en noticias?

Para acceder a una mayor comprensión sobre ellos, es preciso anotar que los valores/noticia son utilizados de dos maneras: primero, son criterios para seleccionar entre el material disponible en la redacción los elementos dignos de ser incluidos en el producto final; y segundo, funcionan como líneas-guía para la presentación del material, sugiriendo qué es lo que hay que enfatizar, lo que hay que omitir, a qué temas dar prioridad en la preparación de las noticias que se presentan al público. Los valores/noticia deben permitir una selección rápida del material recabado para la información, propiciando una evaluación casi automática de las noticias y, sobre todo, que no sea susceptible de demasiados errores (Idem). Según Golding y Elliott (1979: 115), significan “reglas prácticas que incluyen un corpus de conocimientos profesionales que implícitamente, y a menudo explícitamente, explican y dirigen los procesos de trabajo en la redacción”.

Los valores/noticia, entonces, se expresan de manera esquemática en lo que se reconocen como criterios de noticiabilidad, sobre los que en este trabajo hemos anotado un par de propuestas.

Ampliando las posibilidades de clasificación, Wolf (1987) plantea una escala que comprende distintos criterios para determinar categorías

referentes a los valores-noticia. Así, estos aparecen agrupados de acuerdo 1. Al contenido de las noticias. 2. A la disponibilidad de material. 3. Al público y 4. Al medio y la competencia. A partir de esto, la categorización quedaría de la siguiente manera:

1. ***Criterios relativos al contenido de las noticias:*** Proximidad: Se refiere a la cercanía espacial, afectiva o temática de un hecho, y entre ellas apunta los tipos espacial, afectiva y temática. Relevancia: Grado y nivel jerárquico de los sujetos implicados en el acontecimiento noticiable. Impacto sobre la nación y sobre el interés nacional: Hechos que repercuten directamente sobre la estabilidad del país y de sus habitantes. Cantidad de personas implicadas en el acontecimiento: Cuantas más personas se vean implicadas en un hecho, mayor será la importancia del mismo. Significatividad del acontecimiento respecto a la evolución futura de una determinada situación: Las consecuencias que podría tener el hecho en el futuro.
2. ***Criterios relativos a la disponibilidad de material*** (la medida en que el material está al alcance del periodista y la novedad del mismo). Este criterio se refiere a la necesidad de que la información completa esté disponible para sustentar adecuadamente la noticia. Si no se cuenta con fuentes suficientes y creíbles será mejor no publicar la nota periodística.
3. ***Criterios relativos al público*** (lo que en concepto del periodista le interesa al público). Este criterio se relaciona con los perfiles de público a los cuales se dirige el medio de comunicación. Personas de un determinado nivel educativo, con ciertos gustos y preferencias, de un rango de edades establecido, etcétera.
4. ***Criterios relativos al medio y la competencia*** (actualidad, coyuntura, establecimiento de parámetros profesionales y modelos de referencia, exclusividad). Los criterios de actualidad y coyuntura afectan aspectos inherentes al medio, como la necesidad de

presentar hechos o análisis de hechos que sean actuales u oportunos para despertar reflexiones en torno a un tema, más aún cuando dicho tema se refiere a un hecho coyuntural para la sociedad (Wolf, 1987)

Luego de esta amplia compilación sobre criterios de noticiabilidad, es preciso anotar que ya dentro de las dinámicas del oficio tales criterios también cobran relevancia según el apego a ciertos valores que son comunes al campo y que se adquieren en gran medida a través de rutinas, es decir, antes que por medio de manuales, a través del aprendizaje de los procedimientos estandarizados generalmente consensuados dentro de la empresa, así como comunes al campo (Roshco, 1975: 182). Las rutinas profesionales consiguen que los periodistas interioricen el concepto de los valores-noticia y que los utilicen de forma rutinaria, rápida, casi automática, para facilitar la producción. Así, los criterios de noticiabilidad encarnados en la práctica periodística corriente constituyen elementos que construyen y refuerzan el *habitus*.

La objetividad también se construye

Volviendo a las formas en las que opera la relación entre *habitus* y campo, este trabajo sugiere considerar que las características y valores que intervendrán en la relación de *construcción cognitiva* serán el seguimiento que se haga de los acontecimientos, la extensión que tenga su traducción en noticia, y la profundidad y el nivel de análisis, reflexión y crítica en torno a los ámbitos de cobertura pautados como de interés regular en la sección, así como los que contengan propuestas menos ortodoxas para la usanza periodística en materia cultural, las que terminen reproduciéndose a manera de noticias y, por ende, construyendo una red de significados acerca de cultura. Pero la variable que define grandemente la interiorización de un *habitus* en la práctica periodística, y que en el campo, en tanto mercado y espacio de construcción de saberes, tiene el potencial de hacer que

se logre legitimidad social, al punto de erigirse como norma suprema, es la *objetividad*. De igual forma que con los criterios noticiosos, el logro de la objetividad es producto del seguimiento de rutinas, sobre todo en los procesos de recolección, selección y procesamiento de la información (Cervantes Barba, 1995: 117), que dan como resultado una suerte de fórmula que se reproduce en las dinámicas cotidianas y que permite al periodista presentar su trabajo como escudado bajo el criterio de la objetividad. El conjunto de principios a los que los periodistas se apegan para lograr cumplir con los parámetros de objetividad se resumen en una rutina de cobertura que remite a los siguientes pasos:

1. Presentar ambos lados de la disputa.
2. Incluir frases que corroboren los reclamos de quienes luchan por establecer la verdad.
3. Utilizar citas para mostrar que es la fuente la que relata el hecho.
4. Organizar historias para mostrar el asunto de manera coherente, o sea presentando en primer lugar los hechos esenciales, y
5. Separando la información de la opinión, los hechos de los comentarios (Tuchman, 1983: 119).

Pero dado que la objetividad no se encuentra en los acontecimientos sino en la acción de quienes cubren los hechos, esta norma profesional se ha rutinizado para estandarizar una “base de conocimiento” en los periodistas (Roshco, 1975: 183). De esta forma, la objetividad aparece como un principio práctico que se utiliza para la cobertura de acontecimientos, pero también como una estrategia para proteger a los periodistas y a las empresas de posibles errores y críticas. Según Tuchman, los procedimientos periodísticos que se manifiestan como características formales de los periódicos son, en realidad, la estrategia a través de la cual los periodistas se protegen de las críticas

y reivindican el carácter objetivo de su profesión, un carácter que, en definitiva, compone un ritual estratégico de defensa (Tuchman, 1980: 200 -202).

De esto, y si bien el *habitus* es entendido en las dos dimensiones aquí explicadas, se puede decir que es en sí, a la vez, una *ligadura* entre el individuo (agente, periodista) y la sociedad (estructura, campo, empresa mediática) y, por lo tanto, mantiene estrechamente unidas las relaciones de *condicionamiento* y *construcción cognitiva*. Hablar de *habitus* es, por lo tanto, aseverar que lo individual, e incluso lo personal, lo subjetivo, es social, colectivo. El *habitus* es una “subjetividad socializada” y en su calidad de estructura estructurante integra campos a partir de ciertos sistemas de símbolos, normas y valores que permiten que la exterioridad coincida con la interioridad, esto es, lo objetivo con lo subjetivo (Bourdieu y Wacqant, 2005: 184).

En tal virtud, para analizar la manera y las razones que conducen la construcción de determinadas representaciones que sobre cultura realiza el periodismo cultural, recogemos lo que apunta Bourdieu para considerar que no son ni el individuo ni los grupos como conjuntos concretos de individuos que comparten una ubicación similar en el espacio social los que deben ser considerados, cada uno por su lado, como el propósito máximo de una investigación social, sino que es la relación entre esas dos realizaciones de la acción histórica, es decir, los cuerpos y las cosas, las que deben abordarse en conjunto en el trabajo científico (Ibid: 187).

Es la doble y oscura relación entre los *habitus*, es decir, los sistemas perdurables y trasladables de esquemas de percepción, apreciación y acción -y de virtualidades, potencialidades y eventualidades- que resultan de la institución de lo social en el cuerpo (o en los individuos biológicos) y los campos, o sea, los sistemas de relaciones objetivas que son el producto de la institución de lo social en las cosas o en mecanismos que tienen prácticamente la realidad de objetos físicos; y, por supuesto, de todo lo que nace de esta relación, esto

es prácticas y representaciones sociales o campos, en la medida en que se presentan como realidades percibidas y apreciadas (Idem).

Y como este trabajo apunta a analizar la forma en que opera el *habitus* como *habitus* periodístico en la construcción noticiosa del periodismo cultural, se repara con fuerte énfasis en la relación particular que mantienen los periodistas culturales con su estructura laboral, pues es solo en la relación del *habitus* con determinadas estructuras -con sus estructuras correspondientes- que se construyen ciertos discursos y prácticas. En este propósito, la noción de *habitus* ayuda a que el análisis de dicha relación tome a los agentes, es decir, a los periodistas culturales, no como elementos dirigidos solo por causas externas ni como pequeñas mónadas guiadas únicamente por razones internas, sino considerando que son el producto de la historia, de la historia del campo social en su conjunto y de la experiencia acumulada por el trayecto dentro de su subcampo (Ibid: 199).

Periodismo cultural

Para esbozar una definición de Periodismo Cultural que le sirva a este trabajo como marco de referencia, no se desarrollará un concepto teórico único ya que, como se explicará en las siguientes líneas, este parece no existir con límites claros. Más bien, se pondrá en perspectiva el nivel de desarrollo, la concepción y el tipo de aproximación a la práctica que el periodismo cultural ha alcanzado en nuestra región.

El panorama latinoamericano

Como se menciona en el apartado sobre las investigaciones hechas acerca del periodismo cultural en la región (desarrollado más abajo en este capítulo), son pocos los trabajos que se registran y que lo observan con entradas teóricas y metodológicas. Pero incluso los trabajos a manera de manuales y de recuentos históricos de su desarrollo son contados y antiguos. Quizás a manera de documento catalográfico específico destaca el escenario que trazaron Héctor

R. Lafleur, Sergio Provenzano y Fernando Alsonso en su libro *Las revistas literarias argentinas: 1893 -1967* (1968), pero a manera de panorama regional histórico sobre el periodismo cultural en sus alcances de diversa amplitud, sobresale el recuento que propone Jorge Ribera en su libro *El periodismo cultural* (2000), por lo que, para revisar este pasaje, irremediablemente habremos de remitirnos a esta fuente única.

Con la aparición de varios periódicos entre los siglos XVII y XVIII habría de consolidarse la prensa hispanoamericana. Entre esos títulos aparecen la *Gaceta* y el *Mercurio de México*, la *Gaceta de Lima*, el *Diario Erudito, Económico y Comercial del Perú*, el *Papel Periódico de Cuba* y el *Primicias de la Cultura de Quito*, asentados en su mayoría en la base iluminista del enriquecimiento a través del cultivo de “las artes y las letras”. En más, en medio de los procesos independentistas y luego con las patrias conservadoras ya instaladas, aparecerán más publicaciones que darán cuenta de los conflictos de la época, entre ellas *El Mosaico* (Caracas), *La Moda* (Buenos Aires), *La Revista de la Habana*, *La Marmota* (Río de Janeiro), *El Comercio* (Lima), *La Nación* (Buenos Aires), *El Tiempo* (Bogotá) (Rivera, 2000: 50).

Todos estos periódicos, con modalidades propias, fueron delineando las matrices de la prensa latinoamericana, así como de muchos proyectos de periodismo cultural que se afirmaron en la región hacia finales del siglo XIX y principios del XX, con revistas como *La Biblioteca*, *Martín Fierro* y *Sur* (Buenos Aires), *Revista Azul* y *Cuadernos Americanos* (México), *Revista de América* (Bogotá), *Marcha* (Montevideo) (Ibid: 49), entre muchas otras que se harían difícil enumerar, así como ensayar un resumen de cómo desarrolló el periodismo cultural cada una de ellas se volvería impreciso, por lo que se esbozará cómo las líneas editoriales de algunas se preocuparon por aplicar una mirada abarcadora al entorno y al quehacer cultural de sus países, al tiempo de establecer lazos con la región demostrando un espíritu continental de aporte en los campos de las artes, las letras, las ciencias y las humanidades.

Es importante señalar para este punto que este apartado no plantea una diferenciación entre el trabajo periodístico cultural desarrollado por revistas y el llevado por periódicos o suplementos, sino que indaga en cómo el periodismo cultural, en tanto subcampo productor de sentidos, se fue configurando en la región a partir del aparecimiento y proceso de maduración de algunas publicaciones -los intereses que las fueron fortaleciendo y las lógicas que guiaron su trabajo-.

Según el investigador y ensayista argentino Jorge B. Rivera, pocos proyectos resumen con la contundencia que lo hace la revista mexicana *Cuadernos Americanos* el espíritu continental y ecuménico que caracteriza a las grandes publicaciones latinoamericanas. Fundada en 1942, ofreció desde entonces un variado y consistente menú de contenidos en sociología, ciencias, literatura, filosofía, economía y más temas centrales de la agenda americanista, es decir, de interés al menos regional. En su esencia buscó mantener despierta la conciencia del problema “americano”, pero en un sentido no solo pragmático y declarativo, sino también como una tarea que exigía examinar y discutir las peculiaridades de lo propio en la región. CA buscó siempre “un punto de equilibrio entre lo universal y las cuestiones específicas del orbe cultural y problemático latinoamericano (la circunstancialidad del Continente)”, y para ello se apoyó en la colaboración de grandes figuras intelectuales, no solo mexicanas como Octavio Paz, Alfonso Reyes, Leopoldo Zea, sino hispanoamericanas y caribeñas como Mariano Picón-Salas, Marcos Victoria y Julio Cortázar (Ibid, 43).

Otro país que resulta trascendente en cuanto a su producción de publicaciones culturales y al delineamiento de un modelo de periodismo cultural es Argentina, tanto que se puede hablar de las revistas literarias argentinas como un segmento importante de su basta producción editorial que se mantiene vigente hasta hoy. Una documentación del panorama de revistas culturales y literarias, que lleva por nombre *Las revistas literarias argentinas 1893-1967*, fue

desarrollada por Héctor R. Lafleur, Sergio D. Provenzano y Fernando P. Alonso en 1968 y sigue siendo considerada hasta hoy el compendio más completo y preciso para la especialidad y la época señaladas.

Para lo que ya en el primer tercio del siglo XX era considerado el fenómeno del periodismo cultural a nivel mundial, la existencia de las llamadas “revistas literarias” plantea algunas cuestiones teóricas y técnicas dignas de considerarse. Para muchos de los autores ya renombrados que participaban en estos medios (algunos de los cuales han sido nombrados arriba), “revista literaria” es toda publicación “de un grupo, conjunto o cenáculo de intelectuales que buscan a través de ella la difusión de su mensaje, libres de objetivos comerciales y al margen del presupuesto oficial”, lo que supone la exclusión de las secciones “literarias” de los diarios y revistas de interés general, y de las publicaciones de carácter universitario o institucional. Sin embargo, cabe aquí una puntualización que, a pesar de esta suerte de consenso, no todas las revistas literarias de entonces carecieron de propósitos comerciales (lo prueban, entre otras, las revistas *Nosotros* y *Sur*), así como tampoco no todos los proyectos que contaron con apoyo estatal deben ser descartados. La revista *La Biblioteca*, de Paul Groussac, funcionó de esa forma y fue catalogada por los autores de *Las revistas literarias argentinas* (Rivera, 2000: 56).

Por otro lado, no todas las “revistas literarias” se limitaron al campo de la literatura, sino que prestaron atención al vasto universo de las bellas artes, la filosofía, la historia, la arquitectura, la música, el urbanismo, las ciencias sociales, la política, la economía, el derecho, etcétera, por lo tanto, a tales publicaciones, según Rivera (2000), les correspondería la designación de “revistas culturales”, como aclaración de que el periodismo cultural que desarrollaban se inscribía dentro de ese panorama latinoamericano interesado por una visión abarcadora y ampliada de la cultura y sus fenómenos. Entre otras, las revistas que fueron parte de esta designación son las clásicas y modelares *Martín Fierro*, *Claridad*, *Nosotros*, *Sur*, *Gaceta Literaria*,

Síntesis y Realidad. Pero además de proponer una determinada línea editorial respecto al espectro de cobertura que les interesaba incluir a estos medios pioneros, también se fue definiendo desde un principio el alineamiento con ciertas estéticas, ideologías y doctrinas de grupo. Tanto las revistas especializadas como los suplementos y secciones culturales de periódicos y de otras revistas de contenido misceláneo, en tanto difusoras de información, se comportaron respondiendo a consignas de reproducción y promoción típicamente endogrupales (Ibid: 57) y a la construcción de determinadas ideas de cultura que eran gestadas en sus salas de redacción y esparcidas masivamente a manera de representaciones sociales. Así se corrobora que, desde que el periodismo cultural empezó a tomar forma en la región, con la apertura a ciertas temáticas y la discriminación de otras, y con sus respectivos tratamientos como productos periodísticos culturales, se fueron moldeando determinadas ideas de cultura que en la sociedad se insertaron a manera de representaciones cargadas de la legitimidad que el particular oficio de cada medio dedicado a ello supo impregnarle.

En Ecuador, entre los años 1895 y 1930 se registra un grupo de importantes revistas literarias que reflejan la actividad del círculo literario modernista. En ellas aparecen contribuciones poéticas, pero también ensayos críticos de, entre otros, Arturo Borja, Ernesto Noboa Caamaño, Augusto Arias, Gonzalo Zaldumbide, Jorge Carrera Andrade y Francisco Guarderas. Algunas de las revistas de la época son *Letras, Apolo, Caricatura, Frivolidades* y *América*, cuyos contenidos muestran su aproximación a la lectura de revistas de otras latitudes y reflejan los cambios culturales de su época (Valencia Sala, 2007: 14).

El camino hacia el periodismo cultural contemporáneo en -la modernidad de- América Latina

A lo largo de su práctica, el periodismo cultural se ha enfrentado a la disyuntiva de a qué aspectos de los reconocidos como culturales

atender para ser asumido como tal. Una somera revisión histórica de sus orígenes nos lleva a relacionarlo con el abordaje, en ocasiones diferenciado y en otras intentando tender un puente, de dos grandes espacios de producción de sentidos como continentes, cada uno, de manifestaciones culturales y artísticas distintas. Por un lado, el periodismo cultural se ajustó a una concepción ilustrada de las manifestaciones artísticas y culturales que restringía su labor al ámbito de las “bellas letras” y las “bellas artes”, con la intención de promover la hegemonía de un modelo de cultura especializada y erudita, que a la vez daba cuenta de las aspiraciones de poder de determinados grupos sociales (Rivera, 1995: 15). Esta perspectiva, que se perfilaba desde particulares disciplinas y desde una postura ideológica exclusivista, se aplicó y se sigue aplicando para designar a un grupo de personas que detentan el “saber” y el “buen gusto” y que, calificando positiva o negativamente, divide a los grupos en cultos e incultos y menosprecia la capacidad de todos los sectores de “hacer cultura” (Villa, 2000: 2).

Al mencionar esto es indispensable asentar lo que con perspectiva contextual han referido Grignon y Passeron al plantearse la discusión sobre lo culto y lo popular.

La dicotomía culto / popular se presenta como una relación de dominación donde el primer elemento (culto) juega el rol de sujeto que define y el segundo (popular) el de objeto de la definición. De esta forma, la alta cultura es la que domina mientras la cultura popular se encuentra en el lugar contrario. En este sentido, es necesario situar un espacio de circulación simbólica que se encuentre polarizado por la relación de dominación, en tanto una cultura dominante no se define primordialmente por aquello a lo que renuncia, mientras que los dominados siempre tienen algo que ver con lo que los dominantes le niegan – aunque respondan con la resignación, la negación, la contestación o la imitación (Passeron en Passeron y Grignon, 1978/92; 71).

Siendo que los productos culturales empezaron a aparecer y circular por acción de grupos dominantes, desde los inicios el periodismo

cultural ha establecido una relación estrecha con la publicación de obras literarias, primero en revistas o fanzines y luego con los folletones de periódicos que empezaron a circular con el propósito de divulgar las ideas y el pensamiento de un nuevo grupo de poder que emergió en un contexto sociopolítico determinado.

El oficio literario de cada día se había movido a lo largo de ciento cincuenta años alrededor de las revistas. Comenzaron a cambiar las cosas hacia el final del primer tercio de siglo (XVIII). En los folletones de los periódicos la "*belle littérature*" obtuvo un mercado. En la introducción de los folletones se resumen los cambios que trajo para la prensa la revolución de julio⁷ (Benjamín, 1998: 39).

Con este acercamiento, el periodismo cultural supuso tradicionalmente un abordaje temático y formal que se singularizaba por acudir a repertorios de cuestiones humanísticas o artísticas muy acotadas, y a un estilo directamente emparentado con las retóricas de la crítica y de la literatura ensayística... destinado a una minoría de conocedores, más o menos calificados, de las producciones más refinadas del espíritu humano, y que tendió a privilegiar y legitimar la difusión a través de medios específicos y selectivos (Rivera, 1995: 15, 21, 22).

Se establecía un espacio de construcción de sentidos y de prácticas específicas que acuñó, entre otros apelativos, el de alta cultura, cultura cultivada o cultura de elite. (Rivera, 1995). Respecto a estas nociones, García Canclini (1990) se pregunta si es preferible hablar de culto, elitista, erudito o hegemónico, y concluye que todas se superponen aunque ninguna es completamente satisfactoria. Erudito resulta la más vulnerable, porque define la modalidad de organizar la cultura por la vastedad del saber reunido mientras oculta que se refiere a un tipo determinado de saber (¿no son eruditos también el shamán y el artesano?). Concluye, entonces, que las nociones de elite

⁷ Se refiere a la Revolución Francesa (julio de 1789), que introdujo en el espacio social un naciente grupo con poder ascendente que empezaría a delinear nuevas pautas de ordenamiento social.

y hegemonía resultan más adecuadas, pues se refieren a la posición social que confiere a lo culto sus privilegios, de las que hegemonía es la más utilizada en español. (García Canclini, 1990: 17).

Por otro lado, sobre todo a partir de la expansión de las perspectivas de la antropología cultural, el periodismo cultural amplió su radio de enfoque hasta hacerlo más abarcador. Esta concepción “tendría su punto de partida en la vieja definición integradora que propuso E.B. Taylor hacia 1874, cuando hablaba de la cultura como conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad” (Ribera, 1995: 15). En esta misma aproximación se basa Villa (2000) cuando, en su acercamiento teórico al periodismo cultural en su carácter amplio y abarcador, recoge la definición que hace de cultura el sociólogo mexicano Jorge González (1990: 34), quien concibe la cultura como un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente, y ve a la cultura como el principio organizador de la experiencia, mediante la cual ordenamos y estructuramos nuestro presente, a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales. Con esto sería posible reconocer dos componentes importantes de toda cultura: 1. Los aspectos prácticos, ligados a la cotidianidad, a la contingencia y 2. Los aspectos imaginarios, ligados al soñar, el reír, al jugar, al futuro. Ambos aspectos tienen soportes sociales objetivos (instituciones o clases) y prácticas particulares, entre las que el periodismo representa un importante espacio de gestión (González, 1990: 34 en Villa, 2000: 2). Con este mismo sustento, aunque de forma bastante más escueta, otra de las definiciones que se recogen sobre periodismo cultural es la que dice que se trata de “la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios masivos de comunicación” (Tubau, 1982: 35). No obstante, el periodismo cultural que acuñó esta forma de concebir la cultura, y que en su práctica amplió las temáticas de cobertura, fue criticado de inclinarse hacia la vulgarización -entendida como la

divulgación masiva e indiscriminada- de una cultura general en su sentido más difuso, apoyada y a no por medios especializados sino por suplementos, revistas de divulgación o colecciones fasciculares. Se planteaba entonces una polarización entre dos ámbitos de producción de sentidos que, a pesar de las perspectivas aglutinadoras que se propusieron en adelante, sigue considerándose desde algunas posiciones como irreconciliable.

Sin embargo, con los años la práctica del periodismo cultural en general, sin que haya sido la excepción Latinoamérica, tendió a dirigirse hacia la perspectiva más aglutinadora y diversa, en una muestra de interés por aprehender lo más extenso de aquello, así mismo diverso y heterogéneo, que compone el tejido social en esta parte del continente, tejido que es necesario comprender en su sentido sociocultural así como en su contexto temporal para asimilar la manera en que en él se desarrolló el periodismo cultural.

Néstor García Canclini se pregunta sobre las estrategias de América Latina para entrar y salir de la modernidad, y lo hace porque considera que aquí las tradiciones no se han ido y la modernidad no acaba de llegar (García Canclini, 1990: 13), es decir, porque América Latina vive en un contexto de modernidad caracterizado y perpetuamente alimentado por cruces entre manifestaciones culturales tradicionales y despuntes modernos. En ese sentido, apunta que “la incertidumbre acerca del sentido y el valor de la modernidad deriva no solo de lo que separa a naciones, etnias y clases, sino de los cruces socioculturales en que lo tradicional y lo moderno se mezclan. ¿Cómo entender el encuentro de artesanías indígenas con catálogos de arte de vanguardia sobre la mesa del televisor”, se pregunta. “Los medios de comunicación electrónica, que parecían destinados a sustituir el arte culto y el folclor, ahora los difunden masivamente. El rock y la música ‘erudita’ se renuevan, aún en las metrópolis, con melodías populares asiáticas y afroamericanas” (García Canclini, 1990: 14). Así, un panorama de separaciones radicales entre las manifestaciones de lo

tradicional y lo moderno, de lo culturalmente “elevado” y lo popular, no tendría sentido como parte de un contexto moderno latinoamericano de manifiesta hibridación cultural. Por lo tanto,

Así como no funciona la oposición abrupta entre lo tradicional y lo moderno, tampoco lo culto, lo popular y lo masivo están donde nos habituamos a encontrarlos. Es necesario desconstruir esa división en tres pisos, esa concepción hojaldrada del mundo de la cultura, y averiguar si su hibridación puede leerse con las herramientas de las disciplinas que los estudian por separado: la historia del arte y la literatura, que se ocupan de lo “culto”; el folclor y la antropología, consagrados a lo popular; los trabajos sobre comunicación, especializados en la cultura masiva. Necesitamos ciencias sociales nómadas, capaces de circular por las escaleras que comuniquen esos pisos. O mejor: que rediseñen los planos y comuniquen horizontalmente los niveles. (García Canclini, 1990: 15).

Por eso, si la modernidad le da un perfil específico a América Latina, aquel donde prevalecen las culturas híbridas: las herencias indígenas y coloniales que se cruzan en el mismo escenario con el arte contemporáneo y las culturas electrónicas, es lógico que también confluyan las disciplinas que estudiaban esos universos por separado.

El historiador de arte que escribía el catálogo de una exposición situaba al artista o la tendencia en una sucesión articulada de búsquedas, un cierto “avance” respecto de lo que se había hecho en ese campo. El folclorista y el antropólogo referían las artesanías a una matriz mítica o un sistema sociocultural autónomo que daban a esos objetos sentidos precisos. Hoy esas operaciones se nos presentan casi siempre como construcciones culturales multicondicionadas por actores que trascienden lo artístico o simbólico (García Canclini, 1990: 18).

Lo que es lo artístico y lo que es lo popular no puede reducirse a su aspecto meramente estético y menos, en un contexto de eternos cruces, contemplarse en planos polarizados, sino que su análisis, su evocación y su cobertura, deben ir hilvanándose dentro de una

conjunción donde quepan la historia, la museografía, la crítica, así como deben ir definiéndose por la posición que planteen los actores culturales en su entorno, por el modo en que la antropología los aborda ya para la academia o para el museo, y por la forma en que la comunicación los adopta para proyectarlos a través de los medios (García Canclini, 1990: 18).

A esta conjunción de puntos de vista vale aproximar la de Raymond Williams (1981) que, desde la sociología de la cultura, considera en la contemporaneidad a la cultura como el “sistema signifiante” a través del cual un orden social se comunica, se reproduce, se experimenta y se investiga, y en el que se pone de relieve la dimensión de “práctica y producción” cultural (Williams, 1981: 13 en Villa, 2000: 2). De ahí que sea de considerar que

existe alguna convergencia práctica entre 1) los sentidos antropológicos y sociológicos de la cultura como “todo un modo de vida” diferenciado, dentro del cual, ahora, un “sistema signifiante” característico se considera no sólo como esencial, sino como esencialmente implicado en todas las formas de actividad social, y 2) el sentido más especializado, si bien más corriente, de cultura como “actividades intelectuales y artísticas”, aunque éstas, a causa del énfasis sobre un sistema signifiante general, se definen ahora con mucha más amplitud, para incluir no sólo las artes y formas tradicionales de producción intelectual, sino también todas las “prácticas signifiantes” -desde el lenguaje, pasando por las artes y la filosofía, hasta el periodismo, la moda y la publicidad- que ahora constituyen este campo complejo y necesariamente extendido (Williams, 1981: 13 en Villa, 2000: 2).

Siguiendo esta línea, Moles (1987) sostiene que la tendencia contemporánea del ejercicio del periodismo cultural parece inclinarse a abordar los acontecimientos culturales como inscritos en lo que se denominó cultura mosaico, y que se explica como

un cúmulo de fragmentos de conocimiento que forma un depósito formado por los *mass media* en el cerebro de los individuos,

una cultura que se presenta como un conjunto de fragmentos yuxtapuestos, sin aparentes puntos de referencia, donde hay pocas ideas fundamentales, pero sí muchas ideas importantes (...) La cultura mosaico es aquella que iguala las informaciones relacionadas con el clasicismo y las vanguardias con el utilitarismo y el consumo, lo sublime con lo *kitsch*. La que coloca en una misma página del periódico la subasta de un cuadro de Velásquez y el último escándalo de Michael Jackson; en un mismo programa de radio una sinfonía de Beethoven y el último éxito de hip-hop. (Abraham Moles, 1987: s/r en Rodríguez Pastoriza 2006: 12).

Y como apoyado en la misma perspectiva, Jorge Rivera (1995), uno de los autores que más ha reflexionado sobre el periodismo cultural en la región, propone una definición, sin anticipar linderos inamovibles, donde parecen juntarse las nociones teóricas vinculadas a su condición de posibilidad (campo, *habitus*, capitales) así como lo que compete a sus características como especialidad periodística. El periodismo cultural, entonces, resulta

una zona muy compleja y heterogénea de medios, géneros y productos que abordan con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios los terrenos de las bellas artes, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales, la llamada cultura popular y tantos otros aspectos que se relacionan a la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental (Rivera, 1995: 19).

A pesar de estos consensos a los que han llegado algunos teóricos que han analizado el periodismo cultural, de los pocos estudios empíricos realizados sobre el trabajo del periodismo cultural, resalta uno del mismo García Canclini (2000), en el que señala que aunque el tema de la cultura tiene cada vez más cabida en los diarios mexicanos, esa "expansión de la cultura no ocurre del mismo modo en las distintas secciones de los periódicos" debido a los "diversos modos de organizar lo local, lo nacional y lo global en distintos campos culturales", y donde, por ejemplo, lo global queda adscrito a la sección

de Espectáculos, y lo nacional y local a la titulada Cultura, dedicada en gran parte a los bienes culturales de la “alta cultura”. Pero, según anota el investigador colombiano Elkin Rubiano (2006: 131), a pesar de estos hallazgos importantes, lo que resulta especialmente inquietante es la utilización de las variables “alta cultura” y “cultura popular”, luego de que García Canclini habría teorizado y defendido las hibridaciones y llamado a tener cuidado con las concepciones jerárquicas de la cultura.

Una panorámica que nos da una idea de la concepción jerárquica de la creación cultural, según una clasificación tradicional que hoy se mantiene en duda gracias a los supuestos de la hibridación, la mixtura, el *kitsch* y el pastiche cultural, es la siguiente (Rubiano, 2006: 134):

Cuadro 1

Creación cultural	Culta	Masiva	Popular
Plástica	Arte: pintura, escultura (separadas de la vida en el museo y la galería que exigen la mirada “pura”) y la arquitectura.	Diseño: representaciones visuales y objetos (artefactos) reproducidos industrial y digitalmente (no son únicos).	Artesanías: piezas únicas, como en el arte, pero que no se separan de la vida.
Escénica	Ópera, teatro clásico y experimental, danza clásica (ballet) y experimental.	Teatro de variedades, cine (industrial), televisión.	Fiesta, carnaval.
Musical	Académica (conservatorio).	Industrial (top 20).	Folclórica.
Literaria	Académica (letrada).	Industrial (best sellers).	Mitos y leyendas.

Este cuadro nos sirve para entender a lo que el abordaje y procesamiento del periodismo cultural se refieren cuando en la práctica se hace la diferenciación o demarcación entre contenidos correspondientes a lo que se asume como cultura culta y culturas populares, más allá de las definiciones que sobre estas nociones se haga desde las profundidades antropológicas. En el capítulo tres veremos cómo los periodistas, cuando se refieren a las distintas actividades artísticas o manifestaciones culturales que cubren, las ubican en relación a la clasificación que propone este cuadro. Resaltan las concepciones distintas que se tienen sobre determinadas actividades, como relacionadas con la cultura de elite o la cultura popular.

La construcción mediática de representaciones sobre cultura

Como resultado del proceso de producción informativa, en el que intervienen los factores propios del campo del periodismo que fueron apuntados anteriormente, y tras el despliegue de las disposiciones para la acción que guían las rutinas periodísticas en forma de un *habitus* particular del oficio, nos encontramos con un resultado que es en esencia un cuerpo de saberes cargado de sentidos y que comprende un determinado discurso comunicacional: la noticia cultural, que es eso pero que es también un cúmulo de representaciones acerca de lo que el periodismo entiende sobre cultura y que son diseminadas, precisamente, a manera de noticias

Una de las primeras definiciones básicas que Stuart Hall (2002: 2) da de representación es que se trata de una parte esencial del proceso mediante el cual se produce sentido y se lo intercambia entre los miembros de una cultura, y que implica el uso del lenguaje, los signos y las imágenes que están *por* o representan cosas. El enfoque constructivista propuesto por este autor dice que el sentido se construye por medio del lenguaje cuando este se encarga de *dar*

forma, ordenar y sintetizar los conceptos que sobre la gente, los objetos o los acontecimientos “reales” o imaginarios somos capaces de aprehender y compartir socialmente de acuerdo con nuestras matrices culturales (Hall, 2002: 3). Tomando esta premisa, se propone en esta investigación un concepto de representación en tanto construcción social de sentidos para pensar el desarrollo del periodismo.

Sobre lo mismo, Patrick Charaudeau (1997: 50) añade que el sentido no está dado de antemano, sino que se lo construye mediante la acción lingüística del hombre en situación de intercambio social. Pero ese sentido que se construye -insiste el autor- es posible tras un desarrollo que incluye un proceso de *transformación* y uno de *transacción*. El primer proceso consiste en convertir un “mundo por significar” en un “mundo significado”, es decir, se trata de identificar, clasificar, atribuirles propiedades, describir, indagar en los motivos de sus acciones y evaluar a los seres, acontecimientos y los objetos del mundo (Idem). Stuart Hall (2002: 3) afirma que la representación es la producción del sentido a través del lenguaje, y que representar algo es describirlo o dibujarlo, llamarlo a la mente mediante una descripción, retrato o imaginación, y también simbolizar, estar por o provocar el efecto de sustituir, pero más aún cuando esto, que se puede definir como un *sistema de representación*, según la propuesta de Hall, no implica conceptos individuales sino modos de organizar, clasificar, agrupar y arreglar conceptos para ordenar la dotación de sentidos a las cosas del mundo.

Así, el proceso de *transformación* al que se refiere Charaudeau (1997:50) implica una secuencia mediante la cual a la gente, los acontecimientos y las cosas se las vuelve *formas* cargadas de sentidos que solo entonces somos capaces de reconocer; mientras que, en la misma línea, Hall (2004: 4) plantea que toda suerte de cosas, seres y acontecimientos se relacionan con una serie de *conceptos* que llevamos sobre ellos en nuestras cabezas y mediante los cuales les dotamos de sentidos como formas que representan el mundo.

El segundo sistema planteado por Charaudeau (Idem) es el de *transacción*, que, en la producción de un acto de lenguaje consiste en dar significación psicosocial a ese acto, es decir, en lograr que ese intercambio sea posible en términos de reconocimiento entre los sujetos que intervienen en un acto de comunicación, entre un emisor y un receptor, y a fin de cuentas, entre los miembros de una sociedad que comparten las mismas matrices culturales. Por su parte, Hall (2004: 5) explica que la posibilidad de representar o intercambiar sentidos y conceptos se da en tanto los individuos tenemos acceso a un lenguaje compartido, siendo que es este el que posibilita la producción de representaciones y el intercambio de estas en un conglomerado social donde se compartan mapas conceptuales semejantes.

Estas propuestas teóricas que presentan a las representaciones como resultados de procesos de construcción nos sirven para pensar en la misma línea al ámbito del periodismo y a la construcción de representaciones mediáticas resultantes de sus dinámicas.

El acto de *informar*, dice Charaudeau (1997:51), se inscribe en el proceso de *transformación* (mencionado arriba), por cuanto es menester de este *describir* (identificar y calificar hechos), *contar* (narrar acontecimientos) y *explicar* (proporcionar los motivos de esos hechos y acontecimientos). De igual forma, desde la perspectiva del proceso de *transacción*, el acto de informar cobra pleno sentido puesto que el objeto de intercambio que circula entre los participantes de este es algún saber que uno de ellos, en principio, posee y el otro no; que uno de ellos está encargado de transmitir y supuestamente el otro de recibir, comprender, interpretar, al mismo tiempo que de experimentar una modificación de su acervo de conocimientos (Idem). Sobre esto, precisa el autor, es necesario apuntar que el proceso de *transacción* rige al de *transformación* y no a la inversa, puesto que el hombre no realiza un acto de información para dividir sino para ponerse en relación con el *otro*, porque de ello depende su propia existencia y

porque la autoconciencia pasa por la posibilidad de tomar en cuenta al otro. Al hablar al otro, para el otro, con el otro, a la vez que hablarse a uno mismo, el sujeto lo que hace es comentar, describir, estructurar y representar el mundo. Por lo tanto, el lenguaje, como fundamento del acto de informar, nace, vive y muere en la intersubjetividad (Charaudeau, 1997: 52).

Con esto apuntado, queda claro que el acto de informar es en su base y tanto desde la perspectiva de la *transformación* como de la *transacción*, un proceso que contiene y que construye sentidos que luego son compartidos en sociedad. La producción informativa y la consecuente construcción y diseminación de representaciones, en términos ajustados a un estudio de comunicación, puede también ser referido como la construcción social de la realidad informativa (Rodrigo, 1995: 156 en Alsina, 2005: 56).

Las representaciones en el discurso informativo

Charaudeau (1997: 38) dice que al hablar sobre el discurso informativo, entendido este como los sistemas de valor de uso de los signos que hacen parte de los lenguajes de las sociedades, que se codifican en las instituciones informativas y que dan cuenta de la manera como se organiza la circulación de la palabra en una comunidad social para producir sentido, es preciso tomar en cuenta dos maneras en las que este debe ser considerado: mediante sus *condiciones situacionales* y mediante sus *condiciones enunciativas*. Desde la primera perspectiva, un tipo de discurso informativo “se define por el conjunto de sus características discursivas recurrentes dentro de la situación de intercambio en la que aparece, puesto que es esta, a causa de las restricciones que supone, la que determina el sentido que ha de tener” (Ibid: 51-52). Esta afirmación puede ser vinculada con la columna conceptual de este trabajo, que fue desarrollada al inicio de este capítulo: *campo-capitales-habitus*. No se volverá de forma amplia sobre esos conceptos, sino que solamente

se los recordará en la medida pertinente para terminar de delinear la propuesta teórica, que en este punto se cierra con la explicación sobre la naturaleza de las representaciones en el ámbito informativo.

Se había apuntado que “el principio de la dinámica de un campo yace en la forma de su estructura y, en particular, en la distancia, las brechas, las asimetrías entre las diversas fuerzas específicas que se confrontan entre sí” (Bourdieu y Wacquant, 2005: 155), y que entre las diversas fuerzas que intervienen en el desarrollo de las dinámicas periodísticas se identifica el reconocimiento por los colegas, otorgado a aquellos que acatan más los “valores” o los principios internos, y el reconocimiento por el mayor número posible de gente, materializado en el número de entradas, de lectores, de oyentes, de espectadores, y, por lo tanto, en la cifra de ventas y el beneficio en dinero contante y sonante, pues en este caso la sanción del plebiscito constituye forzosamente un veredicto del mercado (Bourdieu, 1995: 106). Adicionalmente, del mismo autor se había recogido que, en el campo periodístico, la jerarquía según el criterio externo del éxito de ventas es prácticamente la inversa de la jerarquía según el criterio interno de la “seriedad” periodística, siendo que de esta forma se determina que en el seno de cada medio de comunicación se da una oposición entre un polo “cultural” y un polo “comercial” que organiza el conjunto del campo (Idem). Al respecto, Alsina (2005: 57 - 62) afirma que el sistema de los *mass media* es el lugar de confrontación en que tres actores principales se encuentran con distintos intereses y participan tanto en la producción como en la circulación de la información: los productores de la comunicación, las fuerzas políticas y los grupos económicos internos y externos del sector; por lo tanto, dice, “es indudable que la organización condiciona la producción, y no solo a nivel técnico sino también ideológico”. En referencia a esto, Gaye Tuchman (1983: 181) se plantea dos cuestiones primordiales: ¿en qué medida los medios de comunicación contribuyen a la construcción social de la realidad?, y ¿cómo las rutinas del trabajo informativo determinan en gran parte la producción de la noticia? Este doble planteamiento permite pensar

tanto en el plano de las prácticas profesionales y la consecuente producción informativa, como en el de las implicaciones ideológicas que atañen a esas prácticas y que se impregnan en los productos periodísticos. Y para aclarar el panorama, la autora establece que las organizaciones informativas modelan el conocimiento a través de lo que, autores como M. McCombs y D. Shaw llamaron *agenda setting*,⁸ es decir, la construcción que los medios de comunicación hacen de la agenda del día y mediante la cual determinan los temas que se consideran importantes para los lectores o telespectadores, que son los que definen la discusión pública del día (Tuchman 1983: 181).

Ahora, volvemos sobre las *condiciones enunciativas* de la producción de un discurso informativo y, como dice Charaudeau (1997:51-53), aquí conviene interrogarse acerca de la naturaleza del *saber* que pone en escena el discurso y sobre los *efectos de verdad* que busca.

Dice este autor que, desde esta perspectiva, un tipo de discurso se define, más allá de sus determinaciones situacionales, por el conjunto de las condiciones mínimas de enunciación que debe cumplir una producción lingüística que tenga alguna finalidad. La condición de posibilidad de construcción lingüística, dentro del ámbito de la producción de información mediática, está atravesada por las condicionantes de carácter situacional que fueron apuntadas anteriormente, pero también de aquellas intrínsecas al campo de producción informativa. De esta forma, se vincula esta propuesta sobre representaciones con otro apartado de este marco teórico, la que corresponde a los capitales y el *habitus*.

Las aquí denominadas *condiciones de enunciación*, que permiten una determinada construcción de saberes y sentidos, se estructuran según la orientación particular de la mirada del hombre, es decir que el saber no tiene ninguna naturaleza sino que es el resultado de una construcción humana mediante el ejercicio del lenguaje: cuando el

⁸ Sobre este tema se profundiza en el capítulo 2 cuando se aborda la determinación de la pauta de contenidos o *agenda setting* en los medios.

individuo se vuelve hacia el mundo, la mirada tiende a construirlo mediante *categorías de conocimiento* (Charaudeau 1997: 51-54). Estas categorías de conocimiento, ya dentro del ejercicio periodístico, son las que permiten transformar los acontecimientos del mundo en noticias, es decir, en productos de información que conllevan en su base determinadas connotaciones. La forma, el sentido, la proyección y la inclinación de esos productos comunicacionales está, desde esta perspectiva, determinado por la puesta en juego de los capitales y la disposición para la acción que demarca el *habitus* que poseen los periodistas -digamos que así es como se procesan las condiciones de enunciación-. Las variables a través de las cuales se expresa esto lleva a los periodistas a sostener o alterar una línea editorial establecida; unos vínculos con determinadas fuentes que tienen la potencialidad de construir una opinión particular; una noción específica de coyuntura que en consecuencia permite abordar cierta información y discriminar otra; y, en menor proporción, a desarrollar un periodismo más alejado de los parámetros fijados y menos rígido en cuanto a temáticas de cobertura, a la profundidad de los temas, a la extensión y seguimiento de las noticias, a la diversificación de las fuentes y la contrastación de las voces y las ideas, que el que se practica como regularidad. Estas variables son, justamente, las que se observaron durante la etnografía realizada para este trabajo y sobre las que se profundizará en el capítulo dos.

Como colofón de estas últimas ideas, a la vez que como resumen, vale apuntar que de Fleur y Ball-Rokeach (1982: 319, en Alsina, 2005: 57) ya señalaron que el grado de contribución de los medios masivos a la construcción de la realidad social informativa (recordemos que de Alsina habíamos tomado y apuntado en un párrafo anterior esta figura como concomitante con la de representaciones construidas en la producción informativa) está en función de la experiencia directa con los fenómenos y de la dependencia de la información de los medios sobre estos fenómenos. Mientras tanto, para Adoni y Mane (1984: 234) el proceso dialéctico de construcción social de la realidad puede

definirse como un sistema de dos dimensiones: a) los tipos de realidad (objetiva, simbólica y subjetiva),⁹ y b) la distancia de los elementos sociales frente a la experiencia directa (en Alsina, 2005: 57). El autor pone énfasis al decir que un elemento fundamental en el proceso de producción informativa son las fuentes y que la relación entre acontecimiento-fuente-noticia es esencial para la comprensión de la construcción social de la realidad informativa. Esta secuencia entre acontecimiento-fuente-noticia, que da como resultado la producción de determinadas representaciones, será explicada con amplitud en el siguiente capítulo.

Queda señalar que la noción de representación, a la vez que contendora, es en sí misma resultado de construcciones de sentidos que responden a varias de las determinaciones que se han apuntado a lo largo de este capítulo, y que “dan testimonio de un deseo social o grupal, producen normas y revelan sistemas de valores” (Charaudeau, 1997: 58), por lo que resulta lo contrario a ese carácter pulcro, imparcial y netamente “reflectivo” de la realidad que los periodistas suelen resaltar como máxima del oficio.

Estudios sobre el tema

En Ecuador los estudios académicos sobre el subcampo del periodismo cultural son inexistentes. No obstante, sobre la producción noticiosa, desde una perspectiva etnográfica, existe el trabajo *La construcción de la noticia: corrupción y piponazgo*, de Silvia Rey,¹⁰

9 Según Adoni y Mane (1984), la Realidad social Objetiva es experimentada como el mundo objetivo que existe fuera del individuo. Esta realidad es aprehendida por los individuos como algo que no necesita verificación y es la que permite llevar adelante los actos cotidianos de la existencia. La Realidad social simbólica se refiere a las formas de expresión simbólica de la realidad objetiva, que es donde entrarían los medios de información, aunque se debe aclarar que hay una multitud de realidades simbólicas con diferentes sistemas de símbolos. Y la Realidad social subjetiva tiene como inputs a las otras dos, es decir, las construcciones individuales de la realidad se basan en la realidad objetiva y en la simbólica (en Alsina, 2005: 56)

10 Rey, Silvia, *La construcción de la noticia: corrupción y piponazgo* (2003), Quito, Abya-Yala, Universidad Andina Simón Bolívar. El término *piponazgo* se utiliza en Ecuador para referirse al sistema mediante el cual los trabajadores, público o privados, perciben uno o más sueldos aun a pesar de no prestar servicios efectivos.

en el que la autora propone un análisis muy similar al que contiene esta tesis, es decir, se plantea develar los mecanismos que utilizan los periodistas y medios de comunicación para construir las noticias que circulan diariamente. En esa línea, entre otras cuestiones se pregunta de qué o de quién depende los enfoques que se imprimen en la información, y cuáles son los criterios que definen los temas a ser abordados. El caso de estudio que toma esta autora es uno de carácter político,¹¹ y tal como en esta tesis, se enfoca en la producción noticiosa que generó un solo diario, el *HOY*, de Quito, considerando que se trata de un diario con énfasis en lo político.

Por otras latitudes, las experiencias son diversas y de variados acercamientos. Francisco Rodríguez Pastoriza en su libro *Periodismo Cultural*¹² ofrece una panorámica a manera de manual, en el cual se abordan los espacios de producción de acontecimientos culturales en tanto lugares de creación y de producción de discursos, así como de fuentes de información. Se repasan las disciplinas de las que usualmente se ocupa el periodismo cultural, los géneros periodísticos más usados en la producción noticiosa, y se muestra un acercamiento a su desarrollo en los diferentes medios de comunicación masiva. Se trata de un documento más didáctico que teórico que, de todas formas, aporta al delineamiento de una definición de periodismo cultural.

El libro *El Periodismo Cultural*, de Jorge Rivera,¹³ ofrece un tratamiento teórico e histórico de esta especialidad y, aparte de significar también un manual de procedimientos importante para estudiantes y docentes, contiene la mirada de varios especialistas que ofrecen sus perspectivas, y en el cruce de testimonios se plantea un debate que abona al acotamiento de un concepto y de un abordaje teórico sobre el campo. En esta investigación, el texto de Rivera fue utilizado para

11 Se trata del caso conocido como "Piponazgo", denuncia que Cecilia Calderón planteó al ex presidente de la República Fabián Alarcón, y cuyo análisis se basó en publicaciones hechas entre agosto de 1997 y mayo de 2000.

12 Rodríguez Pastoriza, Francisco (2006), *Periodismo Cultural*, Madrid, Editorial Síntesis.

13 Ribera, Jorge (1995), *El periodismo cultural*, Argentina, Paidós SAICF.

plantear el recorrido histórico que el periodismo cultural ha alcanzado en la región, mismo que fue detallado en un segmento previo a este.

A manera de marco ampliado y ya con fuerte énfasis teórico, es importante el trabajo *La sociología de la producción de noticias: hacia un nuevo campo de investigación en México*, de María Elena Hernández,¹⁴ en el que la autora revisa los orígenes y las diversas tendencias que caracterizan a la sociología de la producción de noticias como un área de estudio específica y promisoría para la comprensión de las formas en que los medios de difusión contribuyen a la construcción social de la realidad. Sin embargo, salvo un par de referencias a ese texto, en este trabajo no nos aproximamos a esta propuesta que tiene base en los estudios de origen anglosajón, sino que construimos entradas teóricas basadas en lo que al respecto resulta aplicable desde lo que postula Pierre Bourdieu.

En relación directa con la investigación aquí desarrollada está el trabajo *¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?*, de Cecilia Cervantes Barba,¹⁵ en el que se plantea una búsqueda de articulación entre la sociología del periodismo y la sociología reflexiva propuesta por el autor francés mencionado. La entrada metodológica se basa en la categoría *habitus*, misma que resulta ideal en el análisis empírico sobre producción noticiosa, ya que ayuda a señalar que la noticia es en buena medida producto de las exigencias organizacionales o corporativas de la empresa que la elabora, de tal forma que la práctica periodística adquiere autonomía relativa con respecto a las determinaciones externas provenientes, sobre todo, de los grupos de poder público que actúan como fuentes y que se encuentran organizados de acuerdo con exigencias e intereses propios. El trabajo de Cervantes Barba, al igual que el que aquí se

14 Hernández Ramírez, María Elena (1997), *La sociología de la producción de noticias. Hacia un campo de investigación en México*, *Comunicación y Sociedad*, N° 30, DECS, Universidad de Guadalajara, 1997.

15 Cervantes Barba, Cecilia (1995), *¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?*, DECS Universidad de Guadalajara.

presenta, se encaminan a la articulación de una perspectiva que permita analizar situaciones concretas de control, dependencia o autonomía de los medios informativos con respecto a las fuentes y a otras instituciones, así como a formas de narratividad y discursividad que cohesionan la práctica periodística en tomo a ordenamientos simbólicos y representaciones específicas (Cervantes Barba, 1995: 3). Las reflexiones y conclusiones de esta autora fueron incorporadas en el segmento del marco conceptual correspondiente al *habitus* periodístico.

También en estrecha cercanía, sobre todo respecto de la noción de cultura que construyen los medios de información masiva, está *Escenario, Butaca y Ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural*, trabajo de Elkin Rubiano¹⁶ en el que, mediante un análisis de contenido de tipo estadístico -realizado a dos periódicos y dos revistas colombianos-, determina que la práctica profesional del periodismo cultural mantiene una limitada autonomía frente a la lógica económica de las industrias culturales, lo que la reduce a los eventos periódicos que se ofertan en los medios y descuida las posibilidades de entenderla en su dimensión de pluralidad, conflictos y procesos.

Es importante señalar que en este trabajo no analizamos las industrias culturales en tanto concepto ni campo, pero ya que al referirnos a los resultados de las dinámicas de producción informativa como *productos periodísticos*, y al plantear un análisis de los medios de comunicación como organizaciones con una lógica de producción en cierta forma industrial y masiva, debemos apuntar que al hablar de productos tomamos en cuenta que la información se maneja como “materia prima”, y que es transformada mediante un proceso de producción que implica el paso por cadenas de “montaje”, “control de calidad”, etcétera, hasta convertirse en el “producto noticia” (Verón, 1987:111).

16 Rubiano, Elkin (2006), *Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural*, Tabula Rasa, julio-diciembre, Nº 005, Bogotá, Colombia, Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.

Del trabajo de Rubiano lo que en esta investigación se recoge con especial interés es aquello que indica que la limitada autonomía de la práctica del periodismo cultural en relación con condicionantes de mercado, la reducen a su aspecto de revisión y oferta factual de los acontecimientos culturales.

Este trabajo se enfoca en ese aspecto poniendo énfasis en la noción de coyuntura que se maneja en los medios, y que se muestra como condición de posibilidad para que la práctica periodística se desenvuelva según parámetros de restricción. De otro lado, en relación a ese trabajo, aquí se plantea más un análisis cualitativo basado en una etnografía participante, aunque en el tercer capítulo se desarrolla un análisis de contenidos que arroja datos puntuales sobre lo que se revisó desde la teoría.

El trabajo *Una aproximación teórica al periodismo cultural*, de María J. Villa,¹⁷ se enfrasca en la tarea poco sencilla de delinear un marco teórico pensando al periodismo cultural en su confluencia entre periodismo y cultura, y se apoya en los aportes que, para entender la problemática de la cultura en relación con la sociedad, hacen la sociología y la semiótica y la conjunción de ambas en ese espacio plural y dialógico de la sociosemiótica, que da en la actualidad las pautas para el estudio de los textos, los discursos y el cruce de ambos; o sea, el amplio campo de la interdiscursividad (Villa, 2000, 1). Tal como la autora, el trabajo que se ofrece aquí observa al periodismo como un campo y al periodismo cultural como un subcampo o campo especializado, y se vale de sus aportes sobre las concepciones que el periodismo cultural tiene de la cultura en sus dinámicas de producción. También, la autora se apoya en los aportes que desde la sociología de la cultura hace Raymond Williams (1981) y concluye apuntando que en la relación periodismo – cultura es imprescindible tomar en cuenta que dicha disciplina se ocupa de las instituciones culturales de acuerdo a tres enfoques: 1) el de las instituciones sociales y económicas de la

17 Villa, María J. (2000), *Una aproximación teórica al periodismo cultural*, Revista Latina de Comunicación Social, Tenerife, 2000.

cultura y la definición de sus “productos”; 2) el del contenido y 3) el de los efectos. Mediante la descripción del proceso de producción de la noticia cultural, en el capítulo que viene a continuación revisamos los dos primeros enfoques.

De todos estos trabajos, en esta investigación hemos adoptado determinados conceptos que se enfocan en el proceso de construcción de las noticias y en su inclusión dentro de un entramado de sentidos que hacen posible su circulación. De su lado, los trabajos que específicamente tratan sobre periodismo cultural han servido para delinear un concepto sobre él y para trazar un recorrido histórico de su formación como disciplina especializada del periodismo. Ahora, en los capítulos que siguen analizaremos cómo todo lo dispuesto desde la teoría se despliega en un escenario de producción informativa.

Capítulo 2

La noticia cultural que se produce

En Ecuador, la relación entre cultura y comunicación mediática surgió en el siglo XIX. Según Navas y Solano (2001), la primera publicación literaria, *El Iris*, circuló a mediados de esa centuria y, a partir de entonces, el interés por lo cultural, en general, no ha perdido vigencia aunque el número de publicaciones de esa temática ha disminuido en comparación con otros productos especializados.¹⁸

A diario, una parte de la multiplicidad de prácticas, experiencias y expresiones artísticas, urbanas, populares, rurales y masivas se difunden por la radio, la televisión y la prensa del país. Es decir, hay una información consolidada de sentidos de lo social en los *media* nacionales e, incluso, muchos de ellos han institucionalizado espacios para ello.

Frente a esa producción periodística de cultura y por medio del análisis de contenido, que es “de gran ayuda para el estudio de todos aquellos procesos en los que está implícita la influencia social” (Clemente y Santalla, 1990 en Díaz, s/f), en el caso del estudio del tratamiento periodístico que se da a los asuntos culturales, en el cual

18 En el artículo “Las revistas en el Ecuador. Un primer acercamiento histórico”, José Villamarín registra que las revistas culturales representaron el 21 por ciento del total de publicaciones hasta el año 1900. En la década del 70 de la centuria anterior, de las 57 revistas que circulaban en el país, solo dos eran especializadas en la temática cultural.

se centra esta investigación, esta técnica se aplicó a seis periódicos, cinco privados y uno público, y cuatro telediarios ecuatorianos, dos de televisoras privadas y dos de canales administrados por el Estado, desde los cuales se están generando representaciones sobre cultura.

Se analizaron únicamente dos semanas (27/09/10 – 10/10/10), que resulta una muestra suficiente e insuficiente, a la vez. Suficiente, porque nos permite aproximarnos con bases cuantitativas y cualitativas al tratamiento periodístico; insuficiente, porque el seguimiento y el análisis de más de dos semanas nos habría permitido ver otras variables, hacer nuevas comparaciones y obtener otras conclusiones, basadas en las evidencias que va arrojando el análisis. La primera semana (27/09 – 03/10) de ese periodo fue típica, aunque se vivió una sublevación de un sector de la Policía en Ecuador, porque no hubo acontecimientos ocasionales en lo cultural local y nacional:¹⁹ estrenos de cine y teatro, novedades literarias y discográficas, conciertos y exposiciones tuvieron espacio en la prensa y en la televisión. Sin embargo, en la segunda semana entró en vigencia el formulario de declaración de transportar bienes patrimoniales fuera del país y arrancó la campaña de comunicación y difusión audiovisual de combate al tráfico ilícito de bienes culturales patrimoniales, ambos hechos bajo la responsabilidad del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural.

Este acercamiento y sus resultados se complementaron con el análisis de tres estudios de caso, que se desarrollan en este mismo capítulo, y la etnografía, que está en el capítulo que sigue, pues este es un primer ejercicio de monitoreo de medios de mediano plazo, que aplica una metodología adaptada a los requerimientos de las respuestas operativas mencionadas en el capítulo anterior, como parte importante de lo que están haciendo el CIESPAL y el Ministerio Coordinador de Patrimonio en relación al periodismo especializado.

¹⁹ Desde 1993, el 1 de octubre de cada año se celebra el Día Nacional del Pasillo Ecuatoriano. Si bien esta fecha, que se escogió en honor al día del nacimiento de Julio Jaramillo, influye para la elaboración de notas periodísticas especiales no está considerada como “atípica” por su institucionalización hace más de tres lustros en el país.

A los periódicos y telediarios se les aplicó un sistema de categorías en dos niveles: **despliegue** y **características de la información**, para determinar lo que connotan los mensajes periodísticos; es decir, el contenido habitualmente no explícito para los lectores y televidentes a partir de los mismos mensajes producidos y difundidos.

El primero de los niveles de análisis contribuyó a visibilizar qué temas alrededor de la cultura estuvieron en primera plana y cuáles se destacaron frente a otras notas informativas, por jerarquía y dimensión. A partir del despliegue que corresponde a la estructura externa o morfológica de periódicos y telediarios, el segundo nivel ahondó en la autoría y origen de las notas, las temáticas alrededor de la cultura, los géneros periodísticos, el número de fuentes y su contrastación, la función de la fuente y las nociones de patrimonio, cultura y coyuntura. En total, se ubicaron 20 categorías para prensa y 19 para televisión.

En ese marco técnico-metodológico, la información básica de los periódicos y telediarios analizados es la siguiente:

- ***El Comercio (EC)***: Las noticias culturales y de espectáculos en diario *El Comercio*, de circulación matutina, están divididas en dos secciones específicas que llevan esos mismos nombres. En días ordinarios, la sección cultural puede variar de dos a cuatro páginas dependiendo de la publicidad; su objetivo es sintetizar temas más allá del arte en una sola página. En cambio, la sección espectáculos pretende la marcación de distancias con el chisme o la farándula a través de un lenguaje fluido.²⁰

Diario *El Comercio* es propiedad del grupo Mantilla Ortega, que también es dueño de otros productos relacionados con la prensa y la radio. El 1 de enero de 1906, el diario capitalino empezó a circular.

²⁰ Esta información se obtuvo de los testimonios de Flavio Paredes Cruz, redactor cultural, y Marcos Vaca, editor de Espectáculos, en el blog "Así trabajamos" de *El Comercio* (<http://periodismoylibertad.wordpress.com>).

- **El Telégrafo (ET):** Las noticias relacionadas con temas culturales, en este diario ocupan de una a tres páginas, de lunes a viernes, y de tres a cinco páginas, los domingos.

Este diario, de circulación matutina, fue fundado en Guayaquil en 1884 y es propiedad estatal desde 2007, por una incautación de la AGD (Agencia de Garantía de Depósitos). Antes de ese año, fue propiedad del ex banquero Fernando Aspiazu Seminario.

- **El Universo (EU):** Tiene publicación diaria y su lema es “El mayor diario nacional”. Tiene a razón de cuatro páginas diarias de información cultural y de espectáculos en su sección Vida Diaria.

El periódico se fundó en 1921 y es el más importante de la ciudad de Guayaquil, seguido por el diario *Expreso*. *El Universo* pertenece al grupo El Universo (Pérez – Castro) que también es dueño del sistema de televisión por cable *Univisa*.

- **Expreso (EX):** Las noticias culturales se difunden en este diario y, principalmente en el suplemento Expresiones. Este último con un enfoque hacia el espectáculo y la farándula. Diario *Expreso* fue fundado en 1973 y se caracteriza por ser de circulación matutina y también está entre los diarios más importantes de circulación nacional en el Ecuador.

El grupo mediático Martínez Merchán es su dueño y, a la vez, propietario de la revista *Vanguardia* y el diario de crónica roja *Extra*.

- **Hoy:** Este diario publica notas culturales en “Vida diaria”. Regularmente, esta temática ocupa de tres a cinco páginas de este cuadernillo que tiene un formato especial entre el tabloide y la sábana o estándar. Este periódico, que apareció en 1982, tiene circulación matutina y pertenece al grupo Mantilla Anderson, que también es propietario de la revista *Cosas*, el periódico *Metrohoy* y un canal de televisión en UHF.

Actualmente, diario *Hoy* es considerado el tercer periódico de circulación nacional y fue el primer diario electrónico del país y Sudamérica.

- ***La Hora (LH)***: Fue fundado en 1982 por Galo Martínez Merchán de la editora Gráficos Nacionales. Una de las características de *La Hora* es que trata más noticias locales porque sus ediciones se imprimen por regiones; en ese marco, el tratamiento de notas de cultura es más local.

Además, *La Hora* cuenta con una página de farándula y espectáculo. La propiedad de este periódico es de la familia Vivanco del Grupo Diario La Hora, que también es dueña de la importadora Vivanco y de Grupo *TV Cable*.

- ***ECTV Noticias y Gente al día (ECTV)***: Los noticieros que transmite *ECTV (Ecuador Televisión Pública)* son “Gente al Día”, de lunes a viernes por las mañanas, y “ECTV Noticias”, en horario estelar (de 19h00 a 20h00) de lunes a viernes. Ambos telediarios son parte de la programación informativa del canal público, que inició sus transmisiones el 29 de noviembre del 2007 en Montecristi, donde estuvo la sede de la Asamblea Nacional Constituyente. Actualmente es una televisora con cobertura nacional, que en sus espacios informativos incluye el acontecer cultural.

En la historia mediática del país, *ECTV Televisión Pública* constituye el primer medio televisivo que no pertenece a una empresa o a un consorcio privado en Ecuador, lo cual ha facilitado que su programación sea alternativa a la de los canales privados.²¹

21 En el estudio *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador* (Ciespal, 2009), se señala que la programación de la televisora pública del Ecuador prioriza la educación, la participación ciudadana, los temas culturales y el debate político. Hay ausencia de contenidos sobre farándula y crónica roja; no obstante, la producción propia es “insuficiente” porque los “enlatados”, aunque son seleccionados por contenidos, cubren más del 50 por ciento de su programación.

- **Gamanoticias (Gama TV):** El noticiero Gamanoticias transmite notas deportivas, de interés ciudadano y de actualidad nacional e internacional, acompañadas de enlaces con la colectividad en su horario matutino, desde las 05h45 hasta 07h00, y en su horario estelar, de 19h00 a 20h00.

En septiembre de 2008, cuando el canal con cobertura nacional cambió su imagen corporativa porque su administración pasó al Estado, el noticiero tuvo, también, cambios: nombre (antes fue Noticiero Nacional), presentadores y segmentos. En julio de ese mismo año, la extinguida AGD (Agencia de Garantía de Depósitos) se incautó esta televisora que nació en 1977 con el nombre de *Gamavisión*, porque los ex propietarios del grupo Isaías poseían una deuda generada por recibir dinero del Estado ecuatoriano en la crisis financiera de 1998 y 1999. Actualmente, *Gama TV* tiene como parte de sus objetivos la promoción comercial, artística, cultura y cívica; sin embargo, su fortaleza está en la transmisión deportiva, específicamente del fútbol, tras la adquisición y actualización de equipos en 1993.

- **Televistazo (Ecuavisa):** Los noticieros de *Ecuavisa* se transmiten todos los días de la semana. De lunes a viernes en la mañana, desde las 06h00 hasta las 09h00, están Contacto al Amanecer, Contacto Directo y Contacto en la Comunidad, en los cuales se presenta información de interés comunitario, noticias y opinión. En la noche se transmite el noticiero Televistazo en su horario estelar de 20h00 a 20h45.

Ecuavisa-Quito nació en 1970, tres años después de que la señal fuera transmitida a través del Canal 2 para Guayaquil. El primer noticiero de *Ecuavisa* fue producido en Quito por sus redactores, reporteros, camarógrafos y conductores, luego se hizo en Guayaquil y se unificaron las señales de ambas regiones en una sola programación bajo del nombre de 'Cadena de la Unidad Nacional'. El fundador de *Ecuavisa*, Xavier Alvarado Roca,

se asoció con el director del diario *El Comercio*, Jorge Mantilla Ortega, para realizar esta tarea. El grupo Alvarado – Roca aún es propietario del canal.

- **24 Horas (Teleamazonas):** El noticiero 24 Horas transmite tres veces al día de lunes a viernes: por la mañana de las 06h00 a las 09h00, por la tarde de 13h30 a 14h30 y por la noche de 20h00 a 20h30 horas. Este programa periodístico, que también tiene una edición dominical, forma parte de la programación de *Teleamazonas* que es un canal privado y nacional, que inició su transmisión en 1974.

Hasta septiembre de 2010, Teleamazonas perteneció al Grupo Pichincha (Egas Grijalva – Granda Garcés), el más importante del Ecuador, ese mes fue vendido al Grupo La República, un consorcio peruano. Actualmente, la programación de este canal incluye productos propios, transmisiones de eventos y certámenes de belleza, deportes, películas, telenovelas y entretenimiento. También ha producido y transmitido series y largometrajes nacionales como *Zámbiza*, *Polvo y Ceniza*, *J.J. el ruiseñor de América*, entre otros.

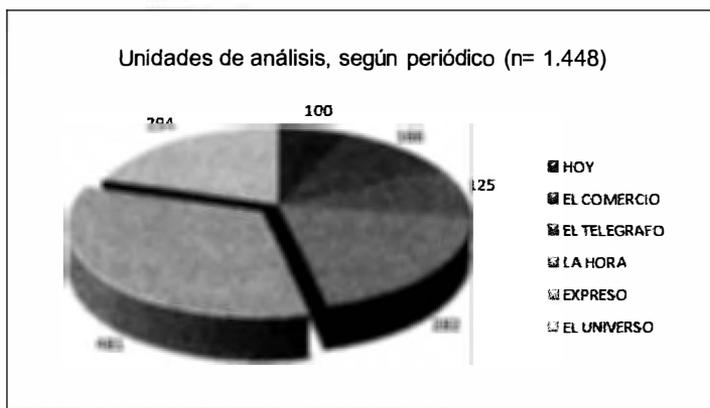
Resultados generales en prensa y televisión

Despliegue

Entre el 27 de septiembre y el 10 de octubre de 2010 se difundieron, en los seis periódicos y los cuatro telediarios que forman parte de la muestra, 1.538 notas periodísticas sobre cultura, entendida como algo extenso, diverso y heterogéneo del tejido social. De ese total, 1.448 fueron notas escritas y 90 notas audiovisuales. Solo una nota de prensa fue sobre la entrada en vigencia del formulario de declaratoria de no transportar bienes patrimoniales fuera del país, pero no abordó la campaña de combate al tráfico ilícito de bienes culturales patrimoniales.

A lo largo de esos 14 días, cuando la agenda mediática se centró en la revuelta de un grupo de policías por la supuesta afectación de sus ingresos a partir de la vigencia de la Ley de Servicio Público (30 de septiembre), la producción cultural de los periódicos no se detuvo en comparación a la de los telediarios, que se suspendió el 1 de octubre, un día después de ese hecho, y se retomó el 5 de octubre. En ese sentido, el promedio de producción sobre cultura fue de 241 notas en prensa mientras que fue de 22 notas en televisión.

Gráfico 1



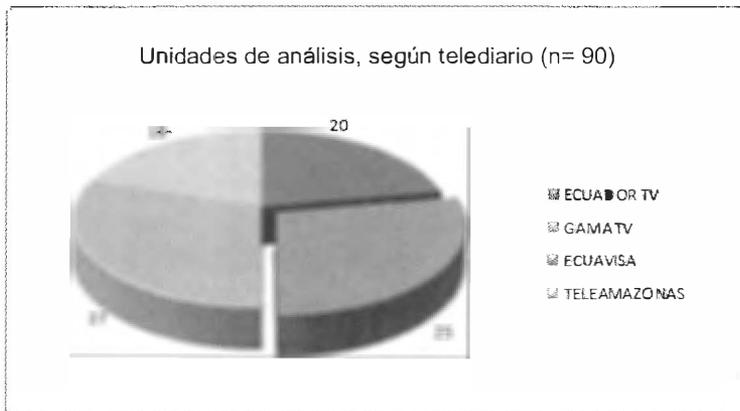
Como se puede observar en el gráfico anterior, tres de los seis diarios -EX, EU y LH-superaron el promedio de producción cultural. *Expreso* fue el periódico con mayor número de unidades de análisis, porque de lunes a sábado ubicó la información cultural, de farándula y espectáculos en el cuadernillo “Expresiones”, de 16 páginas, y los domingos en la revista “Semana”, de 38 páginas. *La Hora* fue otro diario que difundió las notas culturales en sus páginas y en el suplemento de farándula “Luces”, que circula los viernes, y la revista dominical “Artes”.

En orden descendente de producción, se ubicaron *Expreso* (481), *El Universo* (294), *La Hora* (282), *El Comercio* (166), *El Telégrafo* (125) y *Hoy* (100). Ese número de notas en este último periódico podría

explicarse a partir del tamaño de la sección cultural, que es parte del cuadernillo “Vida diaria” que tiene un formato especial entre el tabloide y A4. El tamaño de EC, EU, EX es sábana mientras que el de LH es tabloide y el de ET es *berliner*, usado por medios como *Le Monde*.

En el caso de los telediarios, la mitad de ellos estuvo sobre el promedio diario de notas culturales (gráfico 2). Los noticieros matutino y estelar de *Ecuavisa* fueron los que dieron mayor espacio a esta información especializada al difundir 27 notas mientras que, en orden descendente, le siguieron los telediarios en esos mismos horarios de *Gama TV* (25), *Ecuador TV* (20) y *Teleamazonas* (18).

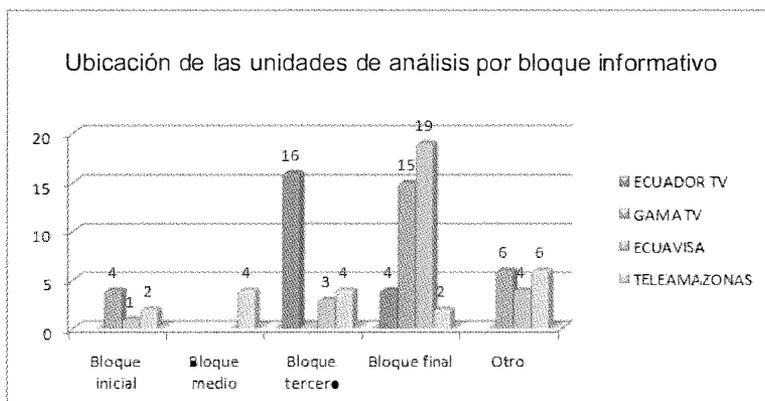
Gráfico 2



Al sumar el número de unidades de los telediarios privados y el de los telediarios públicos, que se registran en el gráfico anterior, es necesario reparar en que la producción cultural fue igual en ambos tipos de medios de comunicación durante el periodo analizado.

Este dato, no obstante, es relativo si se lee a partir del grado de importancia que cada telediarario le dio al tema cultural, es decir, la ubicación que ocuparon las notas culturales según bloque, que es un término equiparable al término de sección de la prensa escrita.

Gráfico 3



Entre las ediciones de los noticieros de los cuatro canales analizados, hay una diferencia en el número de bloques informativos, ECTV Noticias, 24 Horas y Televistazo, con un promedio de cinco bloques informativos en los telediarios de la noche y la mañana, y Gamanoticias con siete. Por ello, luego de una evaluación de la estructura de esos telediarios, se optó por identificar hasta cinco bloques informativos haciendo la siguiente división: bloque inicial, bloque medio, bloque tercero, bloque final y otro,²² separados explícitamente entre sí por espacios publicitarios.

En líneas generales, como lo evidencia el gráfico 3, se puede decir que lo cultural no tuvo presencia en el bloque inicial o aquel en el cual están los temas “fuertes”, como economía y política nacional e internacional, excepto cuando el peruano Mario Vargas Llosa obtuvo el nobel de Literatura y los festejos por los 190 años de independencia de Guayaquil empezaron. Ambos hechos fueron titulares de televisión; lo que no ocurrió en la televisión pública.

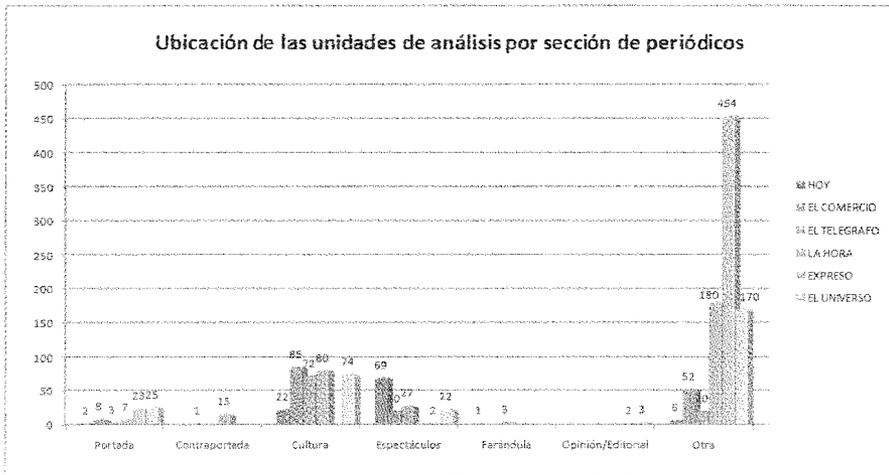
A lo largo de las 80 ediciones analizadas, 40 correspondientes a los noticieros matutinos y las otras 40 a los noticieros estelares,

²² En el caso de los noticieros de la mañana, luego de la despedida del o la presentadora, se registraron tanto la lectura y/o exposición de imágenes sobre asuntos culturales, a manera de agenda del día.

la mayor parte de las notas culturales de los telediarios de *Gama TV* (15) y de *Ecuavisa* (19) se ubicó en el bloque final, es decir, la “sección televisiva” que agrupa la información de menor jerarquía del día relacionada con temáticas tales como deportes, cultura y farándula. El mayor número de notas culturales de *Ecuador TV* (16), en cambio, estuvo en el tercer bloque; es decir, la cultura compartió espacio con notas políticas, económicas y sociales. En el caso de las notas de *Teleamazonas* se distribuyeron, prácticamente, en todos los bloques, sin embargo, el mayor número estuvo en “otro” porque fueron informaciones culturales de la agenda del día que, en algunos casos, estuvieron acompañadas con presentaciones artísticas.

La presencia limitada de lo cultural en las “secciones fuertes” no es propia de los telediarios. En los periódicos esto se agudizó: solo el cuatro por ciento (50) de las 1.448 notas impresas, frente al 7,7 por ciento (7) de las 90 notas audiovisuales, estuvo en la portada que recoge la información más importante del día; lo que implica que los asuntos culturales no tienen una ubicación destacada dentro de los diarios, como lo registra el gráfico a continuación:

Gráfico 4

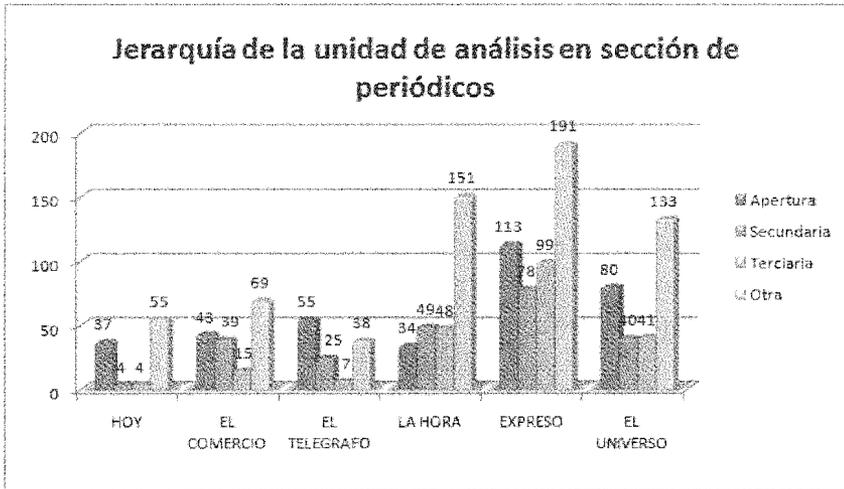


En EU se concentró el mayor porcentaje de notas de portada: el 8,5 por ciento (25) del total de unidades de análisis. Sin embargo, en ese mismo diario el 58 por ciento de las notas no tuvo una ubicación definida porque estuvo en “otra” (el cuadernillo Vida y Estilo), coexistiendo con notas de temáticas diversas, tales como tecnología, medioambiente e, incluso, religión. Esa situación se repitió en EX y LH, en los cuales los porcentajes de ese tipo de notas fueron muy altos, de 94 por ciento (454) y 63 por ciento (180) respectivamente. En EC y ET, en cambio, el 51 por ciento (85) y 58 por ciento (72) fueron notas exclusivamente de las secciones culturales mientras que el 69 por ciento (69) de las unidades de *Hoy* estuvieron en espectáculos.

A diferencia de los noticieros, los diarios sí cuentan con secciones especializadas y suplementos que permiten identificar claramente dónde se ubica la información sobre cultura. El tratamiento diario en las secciones dedicadas a la cultura y la integración de los suplementos culturales al resto de los contenidos del periódico evidencian un mayor interés de la prensa por la información cultural, cuya agenda informativa, no obstante, está sintonizada con la de la televisión.

La coincidencia en el tiempo con la designación del escritor peruano como Nobel de Literatura y los festejos independentistas de Guayaquil tiene mucho que ver con que ambos hechos también hayan estado en la portada de la prensa nacional. Eso sacó a la luz las similitudes entre agendas informativas de periódicos y telediarios que en lo cultural, como lo señala Rodríguez Pastoriza (2006, ubica la concesión de grandes premios -como el Nobel de Literatura o el Premio Cervantes-, los fallecimientos de personalidades importantes y las efemérides entre la información prioritaria del medio de comunicación. Caso contrario, la información cultural “es con frecuencia apenas un apéndice ornamental, un *happy end* con el que terminar el largo relato de las miserias cotidianas en los informativos diarios (...)” (2006:77).

Gráfico 5



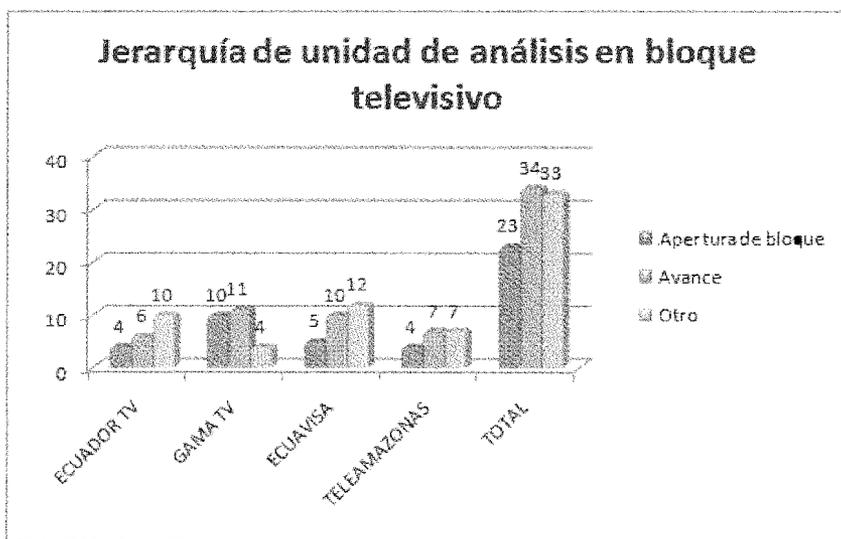
Además de la ubicación, sea por bloque o por sección, otro elemento que visibiliza el destaque de unas notas respecto a las demás difundidas en los telediarios y en los periódicos es la jerarquía en ese tipo de espacios (gráfico 5 y 6). En el caso de los telediarios, se diferenció entre notas de apertura de bloque, notas con avance o un “llamado anterior” por parte del presentador y notas sin ese tipo de recurso informativo; en cambio, en los periódicos, la clasificación incluyó nota de apertura o con el titular más importante, nota secundaria, nota terciaria y otras.

De las 1.448 notas impresas, el 44 por ciento (637) estuvo en la clasificación de “otras”; es decir, casi la mitad de la información alrededor de lo cultural tuvo un rango menor en todas las secciones de los diarios, a excepción de las páginas de opinión de EX y EU, en las cuales se identificó una nota de apertura y cuatro notas terciarias. Al cruzar este dato general con el de la ubicación, se confirma que lo cultural no es una prioridad en el tratamiento informativo de la prensa y esa situación, o “penalidad” como la llama Rodríguez Pastoriza,

puede deberse a que los espacios culturales no cuentan con el favor de grandes audiencias. En el ejercicio etnográfico del capítulo que sigue, uno de los informantes ahonda sobre las razones por las cuáles lo cultural está, principalmente, al interior de un diario.

Sin contar con *El Telégrafo*, las notas categorizadas como “otras” tuvieron más peso en el resto de diarios: 191 (40 por ciento) en EX, 69 (42 por ciento) en EC, 133 (45 por ciento) en EU, 151 (54 por ciento) en LH y 55 (55 por ciento) en *Hoy*. En el periódico público, en cambio, las notas de mayor jerarquía fueron las de apertura o titulares principales que representaron el 44 por ciento (55) y se imprimieron, principalmente, en las secciones “Cultura” y “Escenarios”. Esto responde a la diagramación de las páginas de *El Telégrafo* que, en promedio, tienen tres notas.

Gráfico 6



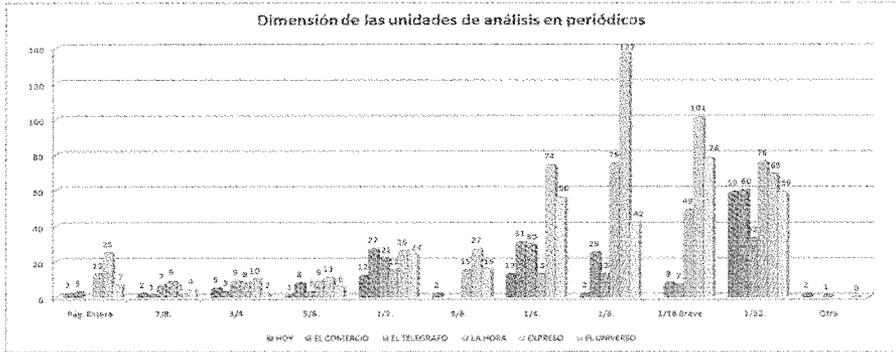
En el caso de los telediarios, como lo registra el gráfico anterior, lo cultural se presentó en el desarrollo informativo del bloque.

En concreto, el 38 por ciento (34) fue notas anticipadas por el/la presentadora y el 37 por ciento (33), en cambio, no contó con este tipo de recurso, por ser de menor importancia que otras informaciones. Si bien en líneas precedentes se evidenció que la información de cultura no se ubicó en el bloque inicial o de “temas fuertes”, un 25 por ciento (23) abrió, principalmente, el segundo y tercer bloques informativos por las temáticas que pusieron en escena: cine, espectáculos, artes plásticas y visuales.

A decir del mismo Rodríguez Pastoriza, quien ha estudiado el periodismo cultural en radio, prensa y televisión, ese tipo de información, habitualmente, se impone a otros, tales como, música clásica, literatura, por su afinidad con el medio porque cuentan con un bagaje de imágenes que facilitan su descodificación. En esta investigación no se ahondó en el uso de imágenes en las notas culturales, que queda como uno de los pendientes.

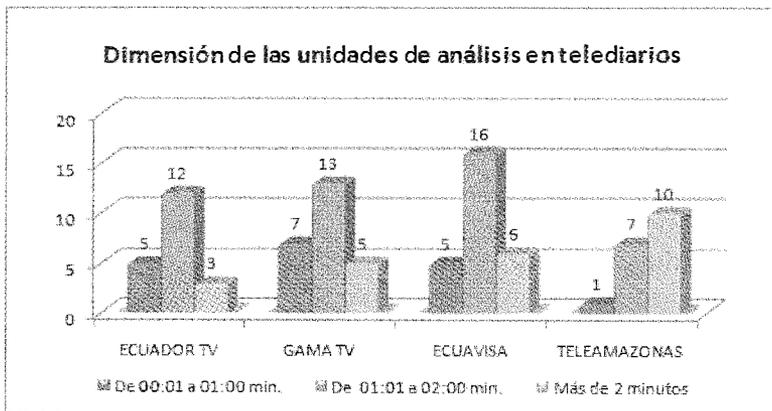
Un último indicador del despliegue o extensión de lo cultural en la prensa y la televisión ecuatorianas es la dimensión de las unidades de análisis. Como se aprecia en el gráfico que sigue, los cortos culturales alcanzaron el 25 por ciento (356) del total de notas, siendo el formato de mayor número en el periodo analizado. En orden descendente, las notas según tamaño sumaron: 294 (20 por ciento) de 1/8 de página, 243 (17 por ciento) breves o 1/16 de página, 217 (15 por ciento) de 1/4 de página, 126 (nueve por ciento) de 1/2 página, 60 (cuatro por ciento) de 3/8 de página, 50 (tres por ciento) fueron páginas enteras, 38 (2,6 por ciento) ocuparon 5/8 de la página, 37 (2,5 por ciento) se desplegaron en 3/4 de página, 24 (1,6 por ciento) de 7/8 de página y tres (0,2 por ciento) en más de una página. Estas últimas se registraron en *Hoy* (dos) y *ET* (una), en las ediciones del miércoles 6 de octubre y domingo 10 de octubre, y el sábado 9 de octubre, respectivamente. En el caso de las dos primeras, el tema fue Patrimonio mientras que la otra fue sobre Mario Vargas Llosa y el Nobel de Literatura.

Gráfico 7



En el caso de las notas audiovisuales, las unidades de una duración entre los 61 y 120 segundos fueron las de mayor número, alcanzando el 53 por ciento (gráfico 8). La lectura de esa duración debe considerar el análisis de Genaro Fernández (2005) quien sostiene que el tiempo limitado de las noticias es una debilidad estructural de los telediarios que influye, a menudo, en la simplificación de la realidad. En la siguiente sección, se cuantificará las características de la información cultural a partir de los datos morfológicos del nivel de despliegue para confirmar o no la reflexión de ese autor.

Gráfico 8



Características de la información

En la sección anterior se obtuvieron datos generales que dan cuenta de que la cultura es parte de la agenda informativa de periódicos y telediaros del país, en los cuales, no obstante, el interés por los acontecimientos alrededor de esta temática es distinto.

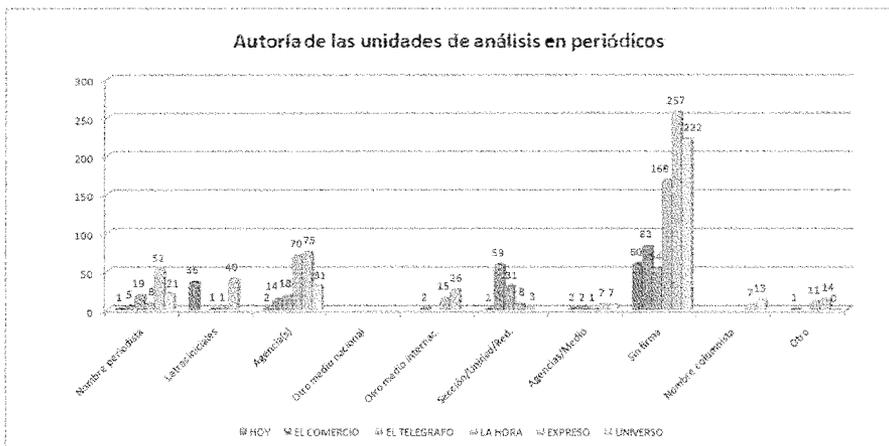
Esto se evidenció tanto por la ubicación y la jerarquía de las notas culturales en los segmentos de los programas periodísticos o las secciones de los diarios, como por la dimensión de las mismas. Además, otra diferencia que se ubicó entre ambos medios de comunicación fue las secciones específicas y los suplementos, que marcan una tendencia a que la información cultural siga siendo mayor en la prensa. En este nivel de análisis, los datos que arrojan variables como tema y nociones de cultura y coyuntura aclaran la información impresa y audiovisual en cuanto a sus características.

En el gráfico 9 se observa que quienes participan en la cobertura periodística de lo cultural no son identificables en la prensa, al contrario de lo que sucede en la televisión (gráfico 10). De las 1.448 notas culturales publicadas por los periódicos nacionales en el periodo estudiado, 844 (58 por ciento) no tienen firma del autor; en cambio, 55 (61 por ciento) de las 90 notas audiovisuales incluyen el nombre del reportero o realizador.

Es importante resaltar que, en el caso de la prensa, la no identificación de quien redactó la nota es una constante en todos los diarios excepto en ET, en el cual hubo 54 unidades periodísticas (43,2 por ciento) sin firma de responsabilidad, que representaron menos de la mitad de la producción cultural. En orden descendente, la ausencia de autor de las notas impresas se distribuyó de la siguiente manera: 844 (58 por ciento) sin firma, 210 (15 por ciento) de agencias internacionales, 106 (7,3 por ciento) con nombre del periodista, 102 (siete por ciento), 78 (5,3 por ciento) con letras iniciales del nombre del reportero, 43 (2,9 por ciento) de otro medio internacional, 26 (1,8 por ciento) de

Internet, 20 (1,4 por ciento) con el nombre del columnista y 19 (1,3 por ciento) de agencia y medio. En ningún diario se identificó a otro medio nacional como responsable de una nota cultural.

Gráfico 9

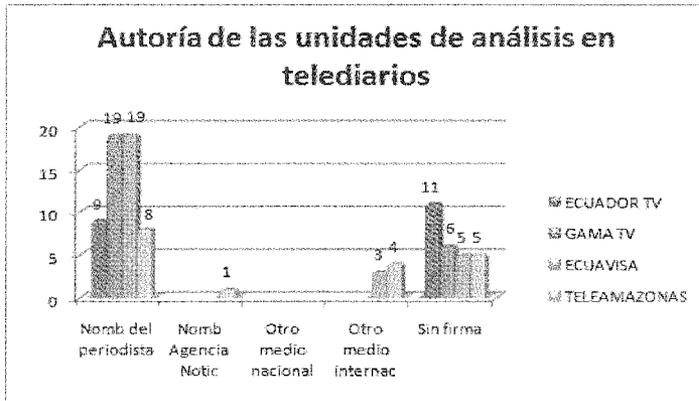


En el diario público se concentró el mayor porcentaje de notas firmadas por nombres de periodistas que se repitieron en el periodo analizado; lo que es un indicador de la especialización cultural en la cual están transitando algunos reporteros. En orden descendente, ese tipo de autoría fue la siguiente: 15,2 por ciento (19) en ET, 10,8 por ciento (52) en EX, 7,1 por ciento (21) en EU, tres por ciento (cinco) en EC, 2,8 por ciento (ocho) en LH y uno por ciento (una) en *Hoy*. En la televisión fueron, también, frecuentes algunos nombres de reporteros quienes, no obstante, fueron autores de notas de diversas temáticas a lo largo del telediario, porque los equipos periodísticos son más pequeños en los telediarios que en los periódicos.

En *Hoy*, EX, ET y LH, respectivamente, 36 (36 por ciento), 40 (8 por ciento), una (0,8 por ciento) y una (0,3 por ciento) notas identificaron a su autores con las letras iniciales de sus nombres. En porcentajes significativos, en cambio, en EC (36 por ciento) y en ET (25 por ciento)

identificaron a las redacciones específicas desde las cuales se produjo la información cultural; en porcentajes menores, eso sucedió, también, en LH (2,8 por ciento), EX (0,6 por ciento) y *Hoy* (uno por ciento). En EX (14), LH (11) y, en menor medida, en EC (una) llamó la atención que la web (página electrónica) sea reconocida como autor de la información cultural, lo que confirma la penetración de esa tecnología de la información y comunicación en la prensa.

Gráfico 10



En el caso de los telediarios, los de ECTV (nueve) y de *Teleamazonas* (ocho) fueron los que registraron menores porcentajes de notas con reconocimiento de su autor: 45 por ciento y 44 por ciento, respectivamente. En cambio, en los noticieros de *GamaTV* y *Ecuavisa* los porcentajes fueron altos: 76 por ciento (25) y 70 por ciento (25), respectivamente. En esta última emisora de televisión, hubo cinco notas (19 por ciento) sin firma y tres (11 por ciento) de responsabilidad de otro medio internacional mientras que en los noticieros de *GamaTV* hubo seis notas (24 por ciento) sin reconocimiento de sus realizadores.

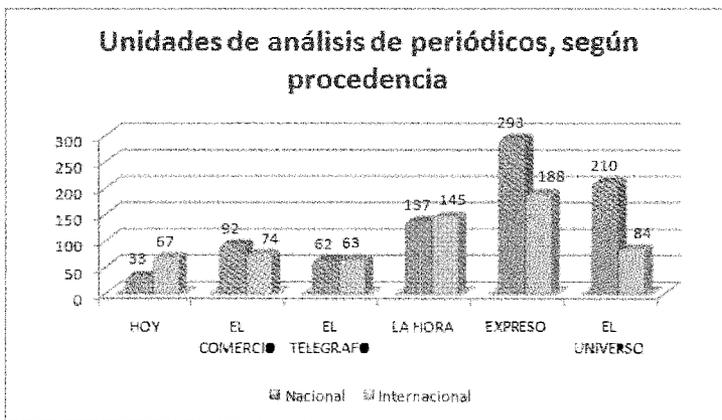
A diferencia de los telediarios de *Teleamazonas*, los de ECTV solo difundieron notas culturales con reconocimiento de la responsabilidad de quien las hizo (nueve) y notas culturales sin firma (11); en cambio,

en los del canal privado hubo cinco notas (28 por ciento) sin firma, cuatro (22 por ciento) de responsabilidad de un medio internacional y una (seis por ciento) de agencia internacional de noticias.

En términos de origen de la información, las unidades de análisis impresas y audiovisuales fueron clasificadas como local/nacional e internacional. En el caso de la prensa, el 57 por ciento (827) de las notas culturales fue de procedencia nacional mientras que el 43 por ciento (621) correspondió a información de procedencia internacional (gráfico 11). En televisión, hubo la misma tendencia: el 63 por ciento (57) de las unidades de análisis fue nacional frente a un 37 por ciento (33) de internacionales (gráfico 12).

Sobre las notas internacionales, es interesante destacar que fueron, principalmente, responsabilidad de agencias internacionales como AFP (agencia francesa de noticias, por sus siglas en francés), AP (agencia norteamericana de noticias, por sus siglas en inglés) y EFE (agencia española de noticias) sobre temáticas como cine y televisión.

Gráfico 11

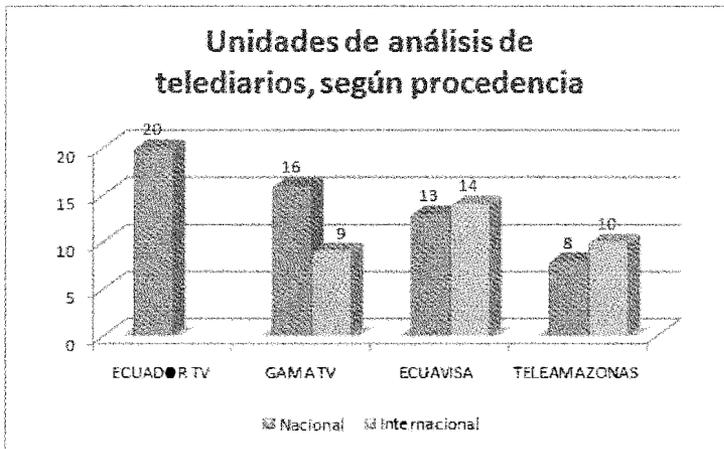


El diario público logró un equilibrio entre ambos tipos de notas culturales, según el origen del tema como se aprecia en gráfico

anterior. En cambio, las unidades de análisis de procedencia extranjera fueron mayores en *Hoy*, representando el 67 por ciento (67), mientras que las unidades de análisis de procedencia nacional fueron más en EU, alcanzando el 71 por ciento (210).

En los telediarios, llamó la atención que ni una sola nota cultural fue de procedencia internacional en *Ecuador TV*, confirmándose que sus contenidos son, de cierta manera, alternativos a los de las televisoras privadas, entre las cuales *Ecuavisa* registró un equilibrio entre notas nacionales (13) e internacionales (14) mientras que *Teleamazonas* dio prioridad a las internacionales (10). En los telediarios de *GamaTV*, que están bajo la administración del Estado, hubo una tendencia similar a los de *Ecuador Televisión Pública*.

Gráfico 12



Para el periodo analizado, la división temática consideró 10 categorías en periódicos y telediarios: patrimonio, tráfico ilícito de bienes patrimoniales, artes plásticas y visuales, música, artes escénicas, cine/chévere/agenda, televisión, literatura, espectáculos y otro, como opción abierta.

Como lo registra la tabla 1, los temas que captaron la atención de los periódicos correspondieron a cine, chévere y la agenda de actividades culturales del día, representando el 32 por ciento (464) del total de unidades de análisis. En orden porcentual descendente, estuvieron: otros (22 por ciento), espectáculos (10 por ciento), televisión (nueve por ciento), artes plásticas y visuales (8,6 por ciento), literatura (ocho por ciento), artes escénicas (cinco por ciento), música (4,9 por ciento), patrimonio (0,4 por ciento) y tráfico ilícito de bienes patrimoniales (0,6 por ciento).

Sobre este último tema, EC publicó una nota de la entrada en vigencia del formulario de declaratoria de no transportar bienes patrimoniales fuera del país. Esta información se desplegó en una nota secundaria de la sección Cultura, de la edición del martes 28 de septiembre de 2010; sin embargo, no abordó el tema del lanzamiento de la campaña de combate al tráfico ilícito de bienes culturales patrimoniales. A partir de esos datos, queda claro que, en general, la prensa no se hizo eco de esa actividad nacional que buscó, entre otros objetivos, "concienciar a la ciudadanía la necesidad de proteger nuestro patrimonio cultural".

Tabla 1

Distribución de las unidades de análisis por tema, según periódico

	Diario/Tema	HOY	EL COMERCIO	EL TELEGRAFO	LA HORA	EXPRESO	UNIVERSO	TOTAL
1	Patrimonio				2	3	2	7
2	Tráfico ilícito de B.P		1			1		2
3	Artes plásticas y visua	3	18	9	10	56	29	125
4	Música académica	5	9	13	9	10	25	71
5	Artes escénicas	8	19	10	7	24	8	76
6	Cine + Chévere	31	36	25	129	141	102	464
7	Televisión	42	4	5	28	23	25	127
8	Literatura		19	24	20	26	27	116
9	Espectáculos	6	35	17	36	16	31	141
10	Otro	5	25	22	41	181	45	319
	TOTAL	100	166	125	282	481	294	1448

Ese “silenciamiento” del tráfico ilícito de bienes patrimoniales fue, también, evidente en la televisión. Como se aprecia en la tabla a continuación, ninguno de los telediarios dio un espacio a ese tipo de información que, según la planificación del Instituto Nacional de Patrimonio Cultural, se difundiría de forma audiovisual por la penetración de la radio y la televisión en Ecuador. De hecho, el 89 por ciento de los hogares ecuatorianos contaba en 2006 con, por lo menos, un equipo televisivo, según las encuestas de condición de vida aplicadas por el Instituto Nacional de Estadísticas y Censos.

Tabla 2

Distribución de las unidades de análisis por tema, según telediario

Telediario/Tema	ECUADOR TV	GAMA TV	ECUAVISA	TELEAMAZONAS	TOTAL
Patrimonio	7	4	2		13
Tráfico ilícito de B.P					
Artes plásticas y visua		2	3		5
Música académica	5	2	4	2	13
Artes escénicas	1				1
Cine + Chévere	4	4	5	3	16
Televisión		2	4		6
Literatura		2	1	6	9
Espectáculos	2	9	6	4	21
Otro	1		2	3	6
TOTAL	20	25	27	18	90

En todos los telediarios de los canales de televisión, excepto en *Teleamazonas*, hubo información sobre patrimonio; específicamente, las notas fueron sobre expresiones artísticas relacionadas con la Fiesta del Equinoccio, la Fiesta de la Mama Negra y la Independencia de Guayaquil. En total, se registraron 13 notas de patrimonio, siendo los noticieros matutino y estelar de ECTV en los cuales se concentró el mayor porcentaje (53 por ciento).

De acuerdo con el análisis del discurso de las noticias (Van Dijk, 1983:88), que estudia el uso del lenguaje por locutores en situaciones específicas, la selección de algunos hechos y la descripción de ciertos aspectos noticiosos de los mismos, así como la omisión de otros, implican una valoración de los hechos por los medios de comunicación. En ese sentido, lo que se difundió y lo que se silenció en la muestra de diarios y telediarios tiene significaciones que, en términos generales, evidencian que tanto la prensa, pública y privada, como la televisión, más la privada que la pública, no dieron espacio a temas como patrimonio y tráfico de bienes patrimoniales durante las dos semanas analizadas, no obstante el interés nacional que implica el patrimonio y, en especial, una campaña para salvaguardar instrumentos y objetos culturales que nos son inherentes a los ecuatorianos. En cambio, sí hay un marcado interés, sobre todo de los medios privados, por los temas de cine y espectáculos.

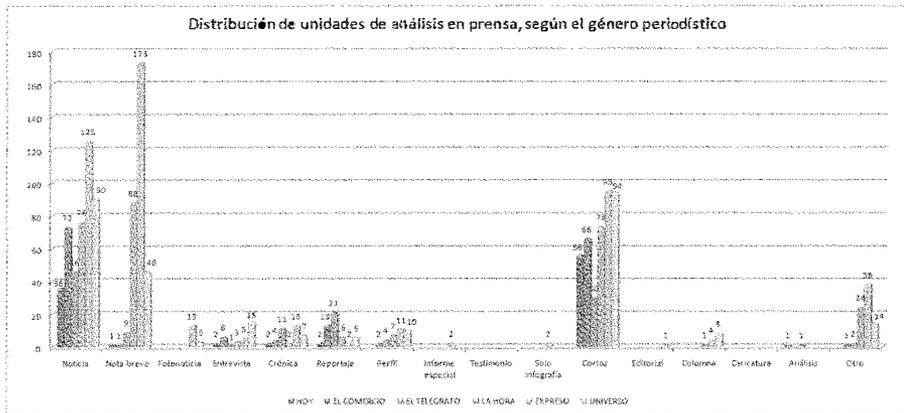
En cuanto a los géneros periodísticos usados para el tratamiento cultural, se elaboró un listado de categorías que consideraron los informativos, de opinión e interpretativos. Siguiendo la propuesta de Javier Díaz y Ramón Salaverría (2003), en estos últimos se incluyen: la entrevista, la crónica y el reportaje, mientras que los paradigmas de los informativos y los de opinión son la noticia y el artículo, respectivamente.

De acuerdo con los datos obtenidos en prensa (gráfico 13), las notas culturales pertenecientes al género informativo fueron las más frecuentes en las dos semanas analizadas, representando el 85 por ciento (1.232): 446 (36 por ciento) noticias, 414 (34 por ciento) cortos, 318 (26 por ciento) notas breves, 34 (tres por ciento) perfiles, 16 (uno por ciento) fotonoticias, dos (0,1 por ciento) informes y dos (0,1 por ciento) infografías. El mayor número de noticias se concentró en EX (125) y al otro extremo estuvo *Hoy* (36), que fueron los diarios con mayor y menor producción cultural, como se registró en la sección 2.1.

En los géneros interpretativos, se ubicaron 121 notas que representaron un 8,3 por ciento del total de unidades de análisis. EU publicó 15 entrevistas, siendo el diario que acudió mayormente a este género; al otro extremo se ubicó el periódico público, con una entrevista. No obstante, este medio difundió 21 reportajes, convirtiéndose en el diario con más notas en este género periodístico. Hoy, con dos crónicas, dos reportajes y dos entrevistas, fue el periódico que menos acudió a notas informativas y expositivas de los acontecimientos culturales.

En total, se registraron 16 notas correspondientes al género de opinión: 14 columnas de opinión y dos análisis, representando el 1,1 por ciento de las unidades de análisis. El editorial, que es un subgénero de opinión por el cual se valora y juzga la actualidad noticiosa en armonía con la línea de pensamiento de un medio de comunicación, no fue usado por la prensa nacional, lo que lleva a concluir que no hay una posición ni de los directivos de los diarios privados ni de los directivos de los diarios públicos respecto de la cultura.

Gráfico 13

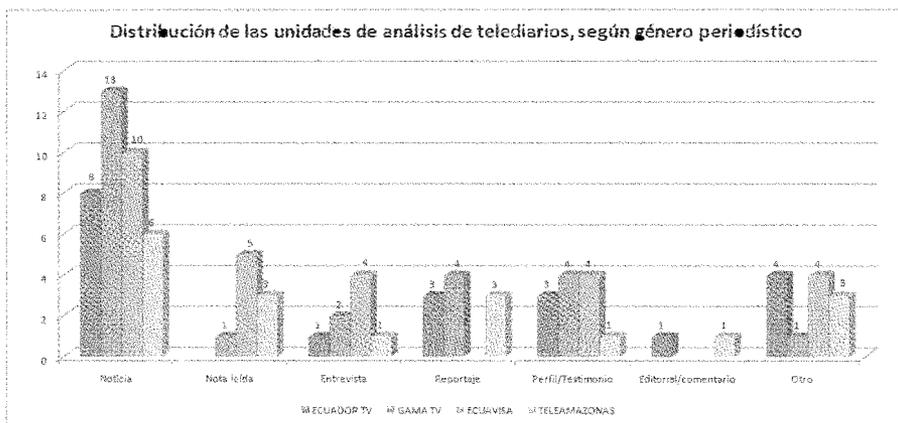


En la base de datos de este informe constan, además, 79 notas clasificadas como "otras" entre las cuales estuvieron convocatorias

a concursos locales, nacionales e internacionales; semblanzas, necrologías, efemérides y críticas de televisión y cine. Estas últimas, a decir de Rodríguez Pastoriza (2006), suponen juicios de valor que no se corresponden con el oficio periodístico, sin embargo, son una evidencia de la especialización de lo cultural en un medio.

En el caso de los telediarios, como lo registra el gráfico a continuación, las unidades de análisis pertenecientes al género informativo fueron, también, las de mayor frecuencia, representando el 65 por ciento (58). En orden descendente, siguieron: 18 (20 por ciento) notas del género interpretativo, dos (dos por ciento) notas de opinión y 12 (13 por ciento) clasificadas como “otras”.

Gráfico 14



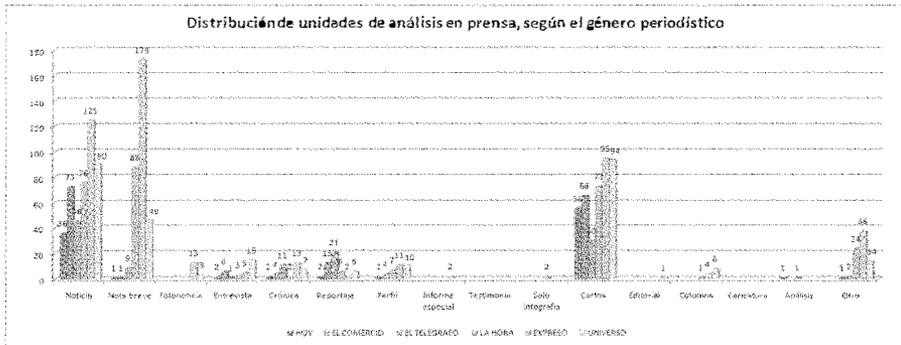
Los telediarios de *Ecuavisa* difundieron 15 noticias y noticias leídas, siendo los programas periodísticos con mayor porcentaje de ese subgénero informativo. Con el menor número de ese tipo de notas se ubicaron los noticieros de ECTV (ocho) que, no obstante, hicieron uso de los tres tipos de género al difundir una entrevista, tres reportajes, tres perfiles y un comentario. Cuatro invitaciones a actividades culturales de la semana se consideraron como “otras”. *Teleamazonas* hizo, también, uso de los géneros informativo, interpretativo y de

opinión al difundir: seis noticias, tres notas leídas, una entrevista, tres reportajes, un perfil y un comentario. A diferencia de la prensa, los telediarios no cuentan con especialistas o expertos culturales.

En relación a los géneros interpretativos, los noticieros de *Ecuavisa* presentaron cuatro entrevistas mientras que los telediarios de *GamaTV* difundieron cuatro reportajes. En esos subgéneros periodísticos, ambos canales concentraron el mayor número de notas de ese tipo.

Con respecto a la coherencia entre titular y texto, que fue una variable única para prensa, el 58,4 por ciento (876) correspondió a notas impresas clasificadas como “coherentes”, el 35,8 por ciento (519) a notas “más o menos coherentes” y el 2,7 por ciento (83) a notas “no coherentes”. Esa categorización se dio para medir tanto la exactitud semántica entre lo que expresa el titular y el contenido, como la amplitud de la información, apuntando a conocer la calidad de la información periodística.

Gráfico 15



De los datos anteriores, se resalta que EC fue el único diario en el cual los textos de las notas permitieron la ampliación de la información de los titulares. Una tendencia similar se registró en *Hoy* (87), *EU* (169) y *ET* (121), no obstante, en *Expreso* se ubicaron 211 notas “más o menos coherentes” y 62 “no coherentes”, mientras que en *LH* el 64

por ciento (180) de las notas fueron “más o menos coherentes”. En la sección “Bitácora” de este mismo capítulo, que está dedicada a registrar el uso de titulares *cliché* y el silenciamiento de una fecha nacional cultural en la televisión privada, se amplía esta variable.

Otra medida de la calidad de una nota periodística es la apelación a diferentes fuentes. En el tratamiento informativo de temas de cultura, las fuentes pueden ser: locales (artistas, gestores culturales, autoridades seccionales, etcétera), nacionales (ministerios, fundaciones, asociaciones de artistas, instituciones públicas, etcétera) e internacionales (Crespial, Unesco, etcétera). Cuando estas no son identificadas y citadas, una nota periodística es, simplemente, un texto referencial.

En los periódicos, como se registra en la tabla 3, se evidenció que el 47 por ciento (683) de las notas culturales es referencial porque no cuenta con fuentes de información claramente identificadas. El 44 por ciento (632) dispone de al menos una fuente, el cinco por ciento (67) presenta dos fuentes, el 2,4 por ciento (36) tiene tres fuentes, el 0,5 por ciento (ocho) sitúa cuatro fuentes y el 1,5 por ciento (22) cuenta con cinco o más fuentes.

Tabla 3

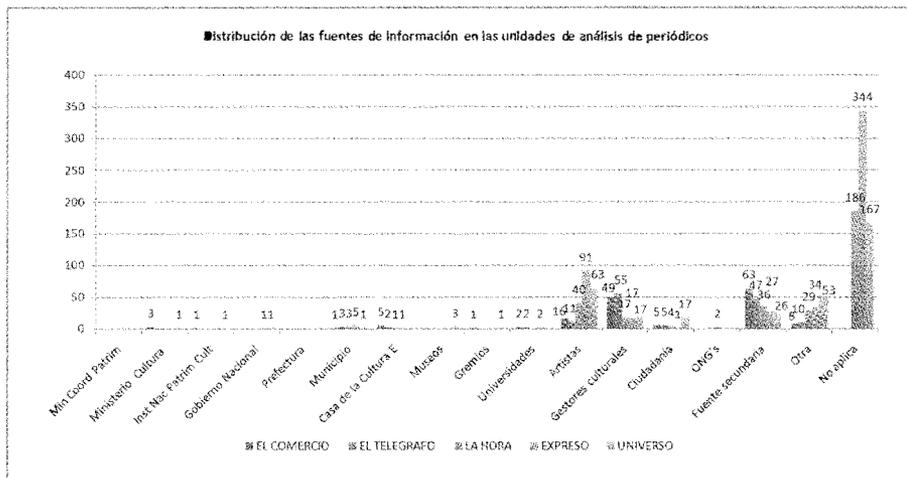
Nº Fuentes/Diario	HOY	EL COMERCIO	EL TELEGRAFO	LA HORA	EXPRESO	EL UNIVERSO	TOTAL
Cero			1	182	340	160	683
Una	94	143	105	84	103	103	632
Dos	4	12	11	7	17	16	67
Tres	2	6	2	3	13	11	36
Cuatro		2	1		4	1	8
Cinco		3	5	6	4	4	22
TOTAL	100	166	125	282	481	294	1448

En el periodo analizado, *Hoy* y *EC* fueron los únicos medios impresos en los cuales se atribuyó la información a por lo menos una fuente. Es importante destacar, no obstante, que el 94 por ciento (94) de notas de *Hoy* contó con una sola fuente y lo mismo sucedió con el 86 por ciento de las unidades de análisis de *EC*. Para *El Tiempo* de Bogotá,

el “unifuentismo” es una enfermedad del periodismo, que es perniciosa y debe ser considerada indeseable; incluso, señala ese medio de comunicación, que para una breve “es necesario buscar reportería que permita contrastar la información y darle contexto” (Checa, 2008).

En la prensa nacional (gráfico 16), las fuentes de información que tuvieron voz fueron: el Ministerio de Cultura (cinco), Instituto Nacional de Patrimonio Cultural (dos), Gobierno (dos), municipios (16), Casa de la Cultura Ecuatoriana (10), museos (tres), gremios (dos), universidades (seis), artistas (226), gestores culturales (175), ciudadanía (36), ONG (cuatro), fuentes secundarias (262) y otras (138).

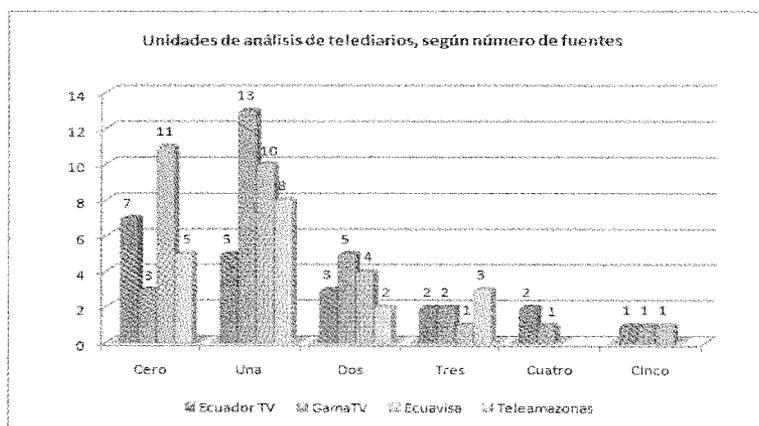
Gráfico 16



Como se desprende de los datos anteriores, el Ministerio Coordinador de Patrimonio no fue una fuente de información a pesar de que es la institución nacional que propone, coordina y monitorea políticas, planes y programas del patrimonio natural y cultural del país. Lo mismo ocurrió en los telediarios sometidos a este análisis.

En el tratamiento informativo audiovisual de lo cultural, como se muestra en el gráfico a continuación, 36 (40 por ciento) de las 90 notas analizadas citaron una fuente, siendo las de mayor frecuencia entre el 27 de septiembre y el 10 de octubre de 2010. Los telediarios de *GamaTV* fueron los programas informativos que difundieron el menor número de notas sin fuente (tres); en total, el 88 por ciento (22) de sus informaciones atribuyó la información a una persona o a una institución. En estos, sin embargo, se ubicó el mayor número de notas con una sola fuente.

Gráfico 17

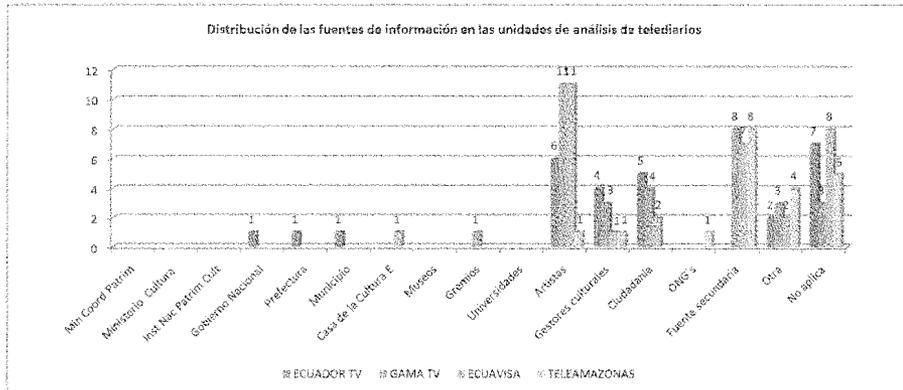


Los noticieros de *Ecuavisa* fueron los que registraron mayor número de notas con cero fuentes. De las 27 notas culturales difundidas, el 41 por ciento (11) no responsabilizó de la información a persona o institución alguna. En los telediarios del canal público, las notas más frecuentes fueron las que no atribuyeron la información a nadie, alcanzando un porcentaje del 35 por ciento, mientras que en los noticieros de *Telemazonas* se presentó el “unifuentismo” en ocho (44 por ciento) notas.

Como puede apreciarse en el gráfico 18, en los telediarios las fuentes de información que tuvieron voz fueron: Gobierno (dos), prefecturas

(dos), municipios (dos), Casa de la Cultura Ecuatoriana (dos), gremios (dos), artistas (58), gestores culturales (18), ciudadanía (22), ONG (dos), fuentes secundarias (46) y otras (22). A diferencia de los periódicos, quien informó a los programas periodísticos de la televisión estuvo en una lista más corta, de 11 personas e instituciones.

Gráfico 18

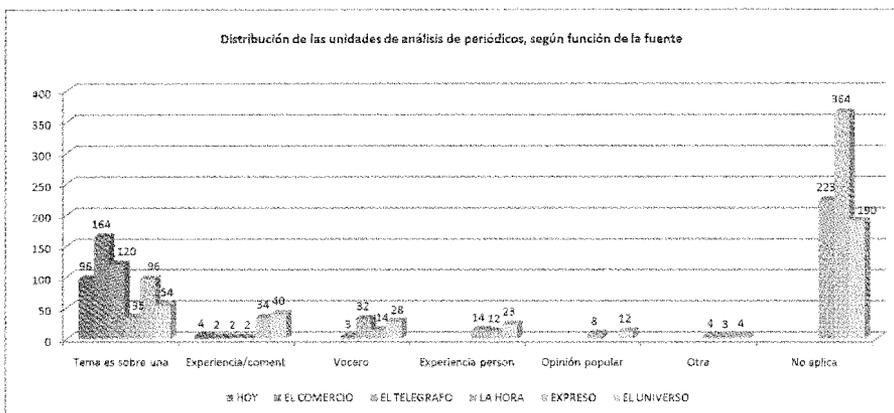


Las fuentes secundarias (Internet, revistas, boletines de prensa) y los artistas fueron quienes más informaron a diarios y telediaristas. En estos últimos se destacaron, además, las voces ciudadanas y “otras” (familiares de artistas, relacionistas públicos, representantes legales, etcétera). Como se registra en los gráficos 19 y 20, esas fuentes cumplieron diversas funciones en las notas culturales.

En periódicos y telediaristas, se asignó la categoría “no aplica” para las notas con fuentes secundarias y aquellas sin informantes. De los 1.583 registros de fuentes a las que se les adjudicó la información en prensa, 565 (36 por ciento) personas o instituciones fueron el tema de la nota, es decir, la información se centró en algo que ese informante hizo o dijo. En cambio, 84 (cinco por ciento) proveyeron opiniones o comentarios, a manera de expertos, por lo que se las ubicó en “experiencia y comentario oficial”; 77 (cinco por ciento) fueron voceros

al hablar en nombre de una persona, grupo u organización; 49 (tres por ciento) dieron una opinión o comentario personal por lo que se los ubicó en “experiencia personal”; 20 (1,2 por ciento) estuvieron en “opinión popular” porque su información reflejó la opinión del “ciudadano común”, y 11 (0,6 por ciento) estuvieron en “otra”.

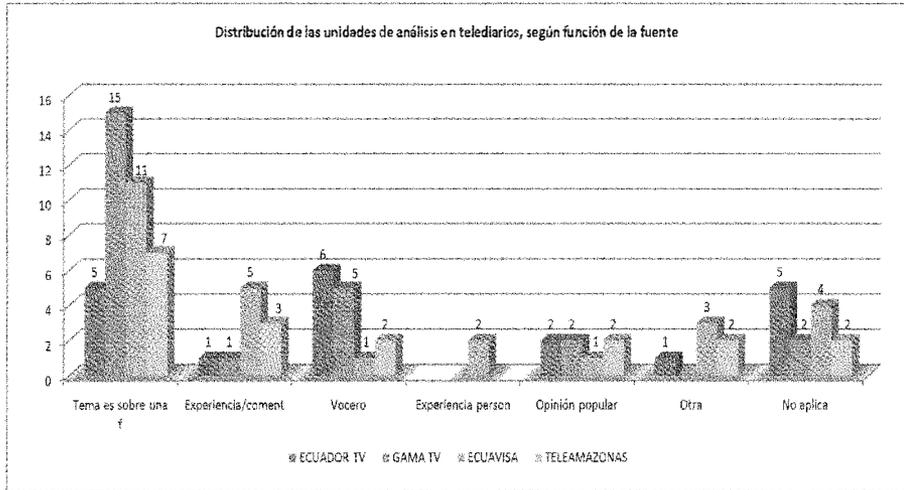
Gráfico 19



Como se aprecia en el gráfico 19, la opinión popular fue una de las funciones menos registradas; de hecho, solo *La Hora* (1,2%) y *El Universo* (4,8%) contaron con ese tipo de acción. En ambos diarios, la ciudadanía tuvo voz cuatro y 17 veces, respectivamente. En *Hoy* y *EC*, las fuentes citadas con mayor frecuencia fueron “tema” de las notas. De 100 fuentes citadas en el primero, el 96 por ciento (96) estuvo en esta categoría, mientras que en el segundo, de un total de 166 fuentes localizadas, el 98,7 por ciento (164) tuvo esa misma clasificación.

Con respecto a la televisión, como lo evidencia el gráfico anterior, las fuentes menos citadas fueron aquellas que proveyeron comentarios u opiniones personales. De los telediarios estudiados, solo los de *Ecuavisa* registraron este tipo de función. De un total de 27 fuentes, *Ecuavisa* tuvo el 7,4 por ciento (2) clasificadas como “experiencia personal”.

Gráfico 20



Al igual que ocurrió en la prensa, el análisis de contenido demostró que los telediarios usaron a sus informantes como “temas” de sus notas. De un universo de 90 fuentes registradas por los cuatro telediarios, el 42,2 por ciento (38) estuvo en esa categoría.

En el tratamiento informativo de cualquier tema, la diversidad de fuentes en una nota contribuye a la contextualización en la cual se produce un hecho. Ese conjunto de circunstancias son, a su vez, profundizadas cuando las voces tienen diferentes puntos de vista. Esto se conoce como contrastación.

Tabla 4

Diario/Contrastación Fuentes	SI	NO	NO APLICA	TOTAL
EL COMERCIO	47	3	116	166
EL TELEGRAFO	21	104		125
HOY	5	95		100
LA HORA	5	72	205	282
EXPRESO	15	445	21	481
EL UNIVERSO	23	189	82	294
TOTAL	116	908	424	1448

En prensa, más de la mitad de las notas encontradas (67 por ciento) no presentaron fuentes contrastadas en LH, EX y EU. Solo en el cuatro por ciento (43) de las unidades de análisis de esos periódicos se identificó con contraste de fuentes mientras que el 29,1 por ciento (308) fue clasificado como "No aplica", porque se trató de notas con un solo informante que, como se registró en líneas precedentes, significaron un 47 por ciento del total de unidades de análisis.

Tabla 5

Contrat fuente Diario	ECUADOR TV	GAMA TV	ECUAVISIA	TELEAMAZONAS	TOTAL
SI	3	3	5	2	13
NO	1	11			12
NO APLICA	15	11	22	15	65
TOTAL	20	25	27	18	90

En los telediarios, como lo registra la tabla anterior, el 13 por ciento (12) de las notas no tuvo contrastación de fuentes alrededor de lo cultural, mientras que un 14 por ciento (13) sí ubicó notas con informantes con puntos de vista distintos. El "no aplica" fue alto (72 por ciento) porque las notas con una sola fuente fueron, también, las más frecuentes en la televisión.

La cultura como producto vs. la cultura como proceso

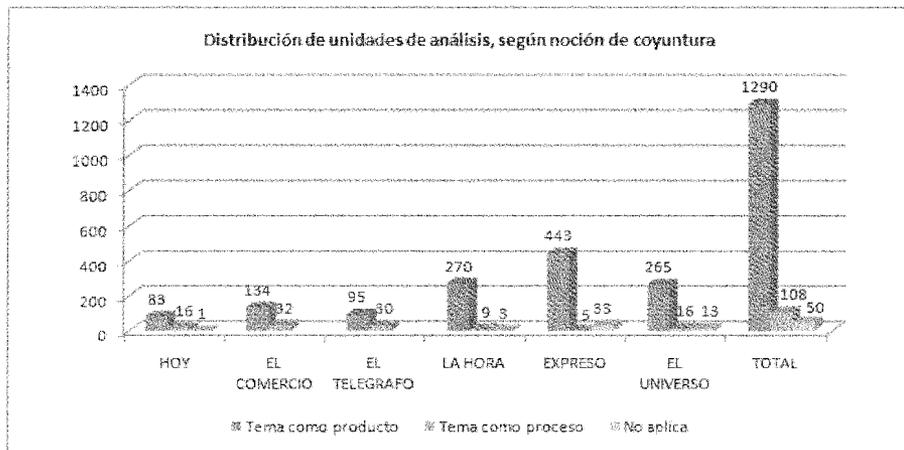
En el periodo analizado, la prensa y la televisión registraron notas diversas alrededor de la cultura: de artes plásticas y visuales, música, artes escénicas, cine, televisión, literatura, espectáculos, farándula y reinados de belleza. Esa difusión temática, no obstante, no da cuenta el porqué los acontecimientos culturales compitieron diariamente unos con otros y, también, con otros temas "duros" por espacios mediáticos.

Para Herbert de Souza (s/f), la respuesta está en que los *mass media* informan sobre acontecimientos que adquieren un

sentido especial para un país, una clase social, un grupo social o una persona en un momento dado. Es decir, la producción de contenidos está guiada por la coyuntura que, como se teorizó en el capítulo anterior, es una noción que se puede concebir como algo más inmediatista, la nota como producto, o menos inmediatista, la nota como proceso.

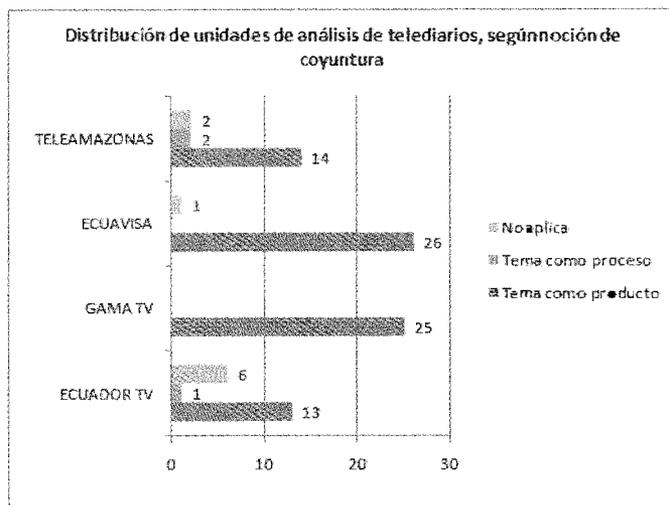
Del análisis de contenido hecho en prensa, como lo registra el gráfico 21, el 89 por ciento (1.290) de las unidades analizadas fue un producto, es decir, una información más rápida o reactiva al momento dado. Solo el 7,4 por ciento (108) fue notas como proceso mientras que el 3,4 por ciento (50) no aplicó por tratarse de semblanzas, biografías, necrologías y efemérides.

Gráfico 21



Una tendencia similar se dio en la televisión nacional. El 86,6 por ciento (78) se clasificó como nota como producto, el 3,3 por ciento (tres) como nota como proceso y el 10 por ciento (nueve) como “no aplica”, como lo registra el gráfico a continuación.

Gráfico 22



De los datos anteriores, se colige que la coyuntura atraviesa la producción de temáticas específicas, como es la cultura, en la prensa y la televisión nacional. Esta noción estimula la gestión de contenidos mediáticos bajo un enfoque de lo noticioso y lo último, más que bajo un enfoque de lo explicativo. He aquí un reto para el tratamiento informativo de lo cultural.

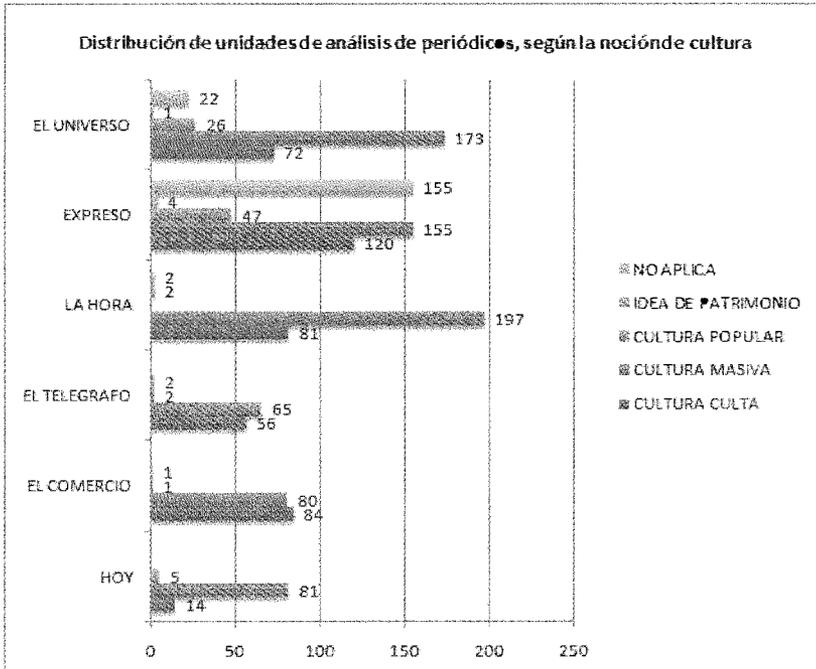
Las representaciones de cultura en la prensa y la televisión

En la práctica del periodismo cultural, como se mencionó en el capítulo precedente, el abordaje de la cultura como una concepción más ilustrada y otra más aglutinadora y diversa ha estado presente. En ese sentido, el análisis de contenido de las notas impresas y audiovisuales consideró la identificación de tres nociones de cultura: culta relacionada con las “bellas artes”, masiva relacionada con la intervención de lo tecnológico y popular, más cercana a la cotidianidad.

En los diarios, como lo registra el gráfico a continuación, el 52 por ciento (751) correspondió a notas sobre actividades culturales

mediadas por la tecnología. En cambio, el 29,4 por ciento (427) fue sobre cultura relacionada con las “bellas artes” o la “cultura de élite” y el 5,5 por ciento (81) fue cercana a lo cotidiano. También, se registró un 0,69 por ciento (10) cercano a lo patrimonial y un 12,3 por ciento (179) como “no aplica”.

Gráfico 23



En la televisión (gráfico 24), se evidenció que el 41,1 por ciento (37) de las notas analizadas difundió una concepción de la “cultura masiva”; el 28,8 por ciento (26), una idea de “cultura popular” -dato que supera ampliamente al registrado en la prensa-. El 21,1 por ciento (19) de las notas correspondió a una idea de “cultura culta” y el 5,5 por ciento (cinco) a lo patrimonial y cultural. El 3,3 por ciento (tres) fue notas fuera de esas representaciones.

Bitácora

Televisión nacional: el *Día nacional del pasillo* pasó desapercibido

Desde 1993, el 1 de octubre se celebra el *Día nacional del pasillo ecuatoriano* en honor a la fecha de nacimiento de Julio Alfredo Jaramillo, quien es considerado el mayor representante que ha tenido ese género musical, que no es exclusivo de Ecuador. En esa fecha, conciertos, conversatorios y presentaciones de danza se realizan con el aval de instituciones públicas y privadas que promocionan la cultura nacional.

En este apartado se analiza el tratamiento informativo que los telediaristas que componen la muestra dieron al *Día nacional del pasillo ecuatoriano*. En términos generales, los medios de comunicación no solo difunden las diversas manifestaciones culturales, sino que, además, las fomentan y las recrean (Rodríguez, 2006).

El viernes 1 de octubre de 2010, no obstante, el pasillo nacional pasó desapercibido en los informativos de la televisión privada y la televisión pública, por lo cual no se dio ninguna de esas acciones. Como se mencionó en líneas precedentes, la coyuntura política, relacionada con la sublevación policial, captó la atención de los medios audiovisuales que retiraron “temas no prioritarios” de la agenda del 1 de octubre.

A diferencia de los telediaristas de las cadenas de televisión privadas y GamaTV, el noticiero matutino de EcuadorTV dedicó, el 30 de septiembre, un bloque informativo a la música nacional, a propósito de la conmemoración del *Día nacional del pasillo ecuatoriano*. Durante siete minutos, se abordó información sobre la Banda Municipal de Tulcán, el bolerista machaleño Tito Jara, el trío vocal “Tres”, el CD “Con toda el alma”, de Juan Fernando Velasco y la escuela del Pasillo. Estas dos últimas notas informativas, una reseña y una noticia respectivamente, respondieron a dicha conmemoración nacional.

El 8 de octubre, el *Día nacional del pasillo ecuatoriano* tuvo dos menciones breves en los telediarios de *Teleamazonas*: un comentario sobre la celebración alrededor de ese género musical, que fue el preámbulo para una invitación a un concierto. En total, en el periodo analizado, hubo cuatro notas sobre ese tema que representaron un cuatro por ciento del total de notas analizadas, sin embargo, solo una de ellas cumplió con los criterios de actualidad y significatividad al difundirse antes del 1 de octubre.

En términos de tratamiento, la televisión pública aprovechó un tema coyuntural para abordar la música nacional en general; con ello, marcó diferencias amplias con la televisión privada: personalizó al pasillo al darle un rostro actual de artistas de diversos grupos etarios, como los estudiantes de la escuela del Pasillo, Juan Fernando Velasco y los miembros de la banda municipal.

Periódicos: titulares que (des)informan

En una nota periodística, los caracteres tipográficos y el orden de presentación de los datos permiten la diferenciación entre sus partes: título, antetítulo o subtítulo, *lead* y otros elementos de destaque (recuadro, entresacado, etcétera). Cada uno de ellos incluye información sobre un mismo hecho noticioso, sin embargo, el título expresa la información más importante, más pertinente o más “sorprendente” del relato de la noticia y es, a su vez, una interpretación de los acontecimientos o acciones desde el punto de vista del periodista o del periódico (Van Dijk, 1983 en Ayala y Cruz, 2010).

Un análisis del titular “no debe dejar de lado su composición gráfica, y ha de fijarse en el juego de interrelaciones que se establece entre lo que se dice y cómo se presenta. Como también ha de tener presente el diálogo entre antetítulo, título y subtítulo, en caso de que los hubiere (...)” (Observatorio de la Comunicación i Salut Incom- UAB, 2006), sin embargo, la información que se entrega en la lista siguiente no pretende un análisis exhaustivo sino la constatación que los diarios

de la muestra, aunque tienen estilos distintos de titular, usan *clichés* y/u oraciones que no destacan nada de lo que se desarrolla en la nota periodística.

- “Un lenguaje universal” (LH, 10 de octubre de 2010, suplemento Artes).

Nota a manera de balance de lo hecho por la Compañía Nacional de Danza.

- “Con los churos hechos” (LH, 3 de octubre de 2010, A6).

Nota con avance en portada sobre la suspensión del Quitofest por la sublevación policial del 30 de septiembre.

- “Mi casa es su casa” (LH, 3 de octubre de 2010, suplemento Artes).

Nota sobre la librería ‘Rayuela’ de Mónica Varea quien usó su casa para mantener ese negocio.

- “Guitarreando en el Perro” (EX, 28 de septiembre de 2010, suplemento Expresiones)

Nota de agenda cultural sobre la presentación artística del cantante Maureen Garcerant y el guitarrista Paulo Quiñones en el bar Ojos de Perro Azul.

- “Las bandas duras de las bodas” (EX, 2 de octubre de 2010, suplemento Expresiones)

Nota sobre tres bandas musicales que animan los matrimonios en Guayaquil.

- “Una vida llena de alegría pese a las discapacidades” (*Hoy*, 2 de octubre, pág. 6 del cuadernillo Vida Diaria).

Nota breve sobre la película *Forrest Gump*, protagonizada por Tom Hanks.

- “El país en una cita en Uruguay” (*Hoy*, 29 de septiembre de 2010, pág. 5 del cuadernillo *Vida Diaria*).

Noticia sobre el recital de tango del cantautor Eduardo Paredes y el pianista Pedro Barzan, como preámbulo de su presentación en el festival internacional “Viva el Tango” en Uruguay.

- “Interculturalidad de teatro para adultos” (*Hoy*, 30 de septiembre de 2010, pág. 4 del cuadernillo *Vida Diaria*).

Nota sobre la presentación de la obra teatral *ARS Erótica*, que es un proyecto de intercambio entre México y Ecuador.

- “Prótesis llega desde Quito para provocar” (*ET*, 9 de octubre de 2010, pág.21)

Nota sobre el grupo musical *Prótesis* y su primera producción “*Maquinaria melódica*”.

- “Es la soltera más deseada” (*ET*, 6 de octubre de 2010, pág. 21)

Nota breve sobre los resultados de una encuesta de *Vanity Fair*, en la cual Jennifer Aniston encabeza la lista de las solteras famosas más codiciadas a escala mundial.

- “Las artes al aire libre y variadas y como en botica” (*ET*, 4 de octubre de 2010, pág. 22)

Nota sobre el Festival de Artesal Aire Libre, que se realizó en Guayaquil.

- “El arte y los patios según los expertos” (*EC*, 29 de septiembre de 2010, pág. 20)

Nota sobre las intervenciones artísticas sobre los patios del Centro Histórico de Quito.

- “Un Bon Jovi más maduro regresa” (EC, 30 de septiembre de 2010, pág. 25)

Nota sobre la gira latinoamericana de la banda de rock Bon Jovi.

- “Szymanski hace improvisar a la BSM” (EC, 4 de octubre de 2010, pág.24)

Nota sobre el trompetista estadounidense Walter Szymanski y su trabajo con la Banda Sinfónica Metropolitana.

- “Periodista ‘portátil’ llega para contar sus historias” (EU, 30 de septiembre de 2010, pág. 10 del cuadernillo Vida y estilo)

Nota sobre el cronista chileno Juan Pablo Meneses, quien sostiene que ese género periodístico es útil para los medios de comunicación en la era de la globalización tecnológica.

Estudio de caso: *El Telégrafo* y el tratamiento informativo de lo cultural

Para la realización de este estudio se analizaron las noticias culturales correspondientes a dos semanas seguidas de publicaciones: del 27 de septiembre al 3 de octubre de 2010 y del 4 al 10 de octubre de 2010.

Se escogieron dos semanas seguidas para observar en ellas qué concordancias o discordancias en cuanto a estructura, composición e integración de contenidos mantiene la página en su conformación semanal. Las semanas escogidas son consideradas típicas, es decir, aquellas en las que ningún acontecimiento en particular ha demandado una cobertura o seguimiento especiales, sino que han desarrollado sus rutinas de producción informativa con la mecánica cotidiana regular.

Es importante señalar que este análisis sirve de complemento al realizado por medio de matrices y variables que abordan de manera

extensa la sección cultural de este periódico. Ese estudio, que se presenta en los anexos de este trabajo, logra una tabulación de datos que, interpretados, ofrecen pistas similares a las que aquí se presentan.

Las siguientes son las preguntas a través de las cuales se planteó este análisis:

1. ¿Cómo está compuesta la sección Cultura de *El Telégrafo* en cuanto al número de páginas, a los segmentos o subsecciones que la componen y a las temáticas o ámbitos de la cultura que se abordan en ellas?

Las publicaciones analizadas reflejan que la sección Cultura, etiquetada en su cabecera como tal, mantiene entre una y tres páginas diarias. En estas tres páginas se despliegan uno o varios segmentos, dependiendo del día, que claramente se reconocen como parte de ella, y sobre los cuales se hablará a continuación. Pero si a esta sección se le sumaría los segmentos que aparecen con otros membretes en su cabecera, a pesar de contener información similar a la que se publica en Cultura, la sección contendría hasta cinco páginas. Estos otros segmentos adyacentes se denominan ESCENARIOS y CINE Y TELEVISIÓN, y cada uno maneja una página. El primero recoge información sobre farándula y espectáculos, y el segundo ofrece las carteleras diarias de cine y la programación de televisión de los canales de cobertura nacional. En el siguiente desglose sobre los contenidos de la sección se explicarán los cruces de información, a ratos confusos, que se identifican en las noticias publicadas en los distintos segmentos de esta sección.

En este análisis se revisó la composición diaria de la sección, haciendo una comparación entre los mismos días de las dos semanas estudiadas, como se dijo al principio, para identificar concordancias y discordancias. De esta forma se evidenció que de

lunes a jueves la sección mantiene como segmento principal y más amplio el denominado INTERSECCIONES, que funciona como una suerte de bitácora de contenidos misceláneos y no restringida a incluir información relacionada con un solo tipo de actividad artística o manifestación cultural. Lo que durante esos días no hace parte de este segmento se ubica en la sección de cortos o de notas breves. Así, INTERSECCIONES no funciona como un segmento especializado, sino como una plataforma versátil donde cabe la mayoría de información cultural que se aborda. La información identificada en ese segmento durante las dos semanas de análisis corresponde a actividades y noticias de los ámbitos de las artes plásticas y artes escénicas, del arte contemporáneo y la música académica, del cine, la fotografía y la literatura, y de conferencias y charlas relacionadas con las ciencias sociales, y ninguna refleja tener más peso o importancia que otra dentro del segmento.

Vale mencionar que los segmentos ESCENARIOS y CINE Y TELEVISIÓN fueron considerados para este análisis debido a que contienen información relacionada a la que se publica en la sección Cultura, pero que, además de identificarse con sus respectivos membretes y por lo tanto posicionarse como autónomos, en la mayoría de las publicaciones revisadas aparecen separadas de la sección identificada estrictamente como Cultura por una o varias páginas pertenecientes a las secciones SOCIEDAD, COMUNIDADES y GUAYAQUIL, o por espacios de publicidad contratada en *El Telégrafo*, lo cual puede hacernos pensar en su lógica independiente de la sección cultural.

Cruces de contenidos por segmentos

Si bien INTERSECCIONES mantiene ese rango de amplitud y resulta reconocible como tal, una confusión se presenta al encontrarnos con segmentos que aparecen otros días de la semana y que recogen información similar a la que es publicada en INTERSECCIONES. El jueves aparece un segmento denominado

VISUALIDAD, que reúne información sobre el ámbito de las artes plásticas o las artes visuales, y el viernes otro llamado TABLADO, donde se publica información sobre artes escénicas. En estos segmentos, más allá de la mayor amplitud en extensión que tienen las notas, no se distingue ningún tratamiento especial dado a la información en relación al que se le da a las notas sobre temas similares en el espacio INTERSECCIONES, de manera que los segmentos VISUALIDAD y TABLADO no alcanzan a mostrar por sí solos, es decir a través de las notas que en ellos se incluyen, ninguna señal de identidad editorial particular.

Algo similar ocurre con el segmento DEMO (que de manera indistinta aparece los viernes o los sábados) en relación con el segmento paralelo a la sección Cultura (para nombrarlo de alguna forma) llamado ESCENARIOS. DEMO se ocupa, básicamente, de abordar el ámbito local de la música alternativa y rock, ya sea haciendo referencia a alguna banda, generalmente emergente en la escena musical, o a algún evento relacionado. Pero información semejante se presenta en el segmento ESCENARIOS, donde junto a las notas sobre farándula y espectáculos masivos se ofrecen reseñas de conciertos o se anticipa la información sobre estos, en muchos casos acerca del mismo tipo de acontecimientos o personajes que son abordados en DEMO. Sin embargo, una diferencia que se distingue es que en ESCENARIOS, cuando se abordan acontecimientos musicales, el énfasis va sobre la música pop local, creándose así una hiperespecialización entre los dos segmentos mencionados, que los deja, nuevamente, con una identidad editorial indefinida, debido a la separación meticulosa que se plantea entre esos dos ámbitos musicales. Cabe señalar que los acontecimientos relacionados con la música académica no aparecen abordados en estos espacios sino solamente, como ya se mencionó, en el segmento INTERSECCIONES. Esto presenta la diferenciación y jerarquización que se hace entre los acontecimientos de la cultura de elite y los de la cultura popular, y los privilegios que se le otorga, en cuanto a extensión de espacio y

a ubicación en la sección, a determinada información en detrimento de otra. Detalles sobre esta relación y sobre más variables concernientes a los contenidos de la sección se presentan en el análisis de contenido cuantitativo que hace parte de este trabajo.

De nuevo, otro cruce de contenidos se da entre lo que sobre cine se publica en INTERSECCIONES y lo que aparece en CINE Y TELEVISIÓN, o sobre lo que televisión aparece en este último espacio y lo que se publica en ESCENARIOS. En estos cruces apenas se logra distinguir que las notas sobre cine o televisión, que se publican en estos segmentos paralelos de la sección, conllevan un enfoque espectacularizante y farandulero de la información, pero no se llega a distinguir en qué radica la distinción o la jerarquización que se hace de la información para pautarla en uno u otro segmento como parte de una política editorial.

Segmentos identificables y abordajes profundos

Si bien lo que se ha mencionado hasta aquí se presenta con una suerte de azar respecto del espacio que ocupa la información en los segmentos mencionados, existen otros espacios que están claramente identificados y donde el tratamiento de la información que recogen muestran intenciones de darle profundidad al abordaje de las noticias culturales.

Claramente identificado se publica los días viernes el segmento llamado FIN DE SEMANA, que ofrece la agenda de actividades culturales para el fin de semana.

Por otro lado, entre sábado y domingo la sección Cultura se complementa con segmentos amplios en extensión para los textos, y profundos, analíticos y críticos respecto de la información que contienen. El segmento ARCADIA aborda acontecimientos de la literatura con amplitud. Muestra los contextos, incluye diversas voces y ofrece panorámicas sustanciales del tema que trata. Suele

acompañarse de un contundente despliegue gráfico y la firma de la nota va a cargo de la sección Cultura, de algún reportero o reportera del periódico, o de la o las agencias de prensa de donde se ha tomado la información. Mientras tanto, el segmento TEXTUALIDAD aborda con tratamiento más crítico y analítico los temas de la literatura, y no se apoya en elementos gráficos, sino que la extensión y profundidad representan en sí mismos el sustento del texto. A diferencia de las notas publicadas en ARCADIA, en TEXTUALIDAD los textos son firmados por periodistas de alto rango en el periódico o por colaboradores externos que signan con su nombre completo, a manera de especialistas. En este caso, el nombre del autor aporta para otorgarle al texto el prestigio y la importancia.

Por último, otro segmento que se presenta como especializado, aunque con subtítulos distintos dependiendo del tema que trate, es el que los domingos hace parte de ESPECTÁCULOS y que profundiza y analiza sucesos, personajes o eventos relacionados con las culturas populares. Este segmento puede presentarse bajo el subtítulo ANÁLISIS, para indagar en la historia, los significados y la trascendencia de, por ejemplo, un cómic de reconocimiento universal, o puede etiquetarse como LEYENDAS DE LA MÚSICA para hacer una remembranza y repasar la obra y vida de John Lennon. De esta forma, ESCENARIOS mantiene su aproximación a este tipo de temas, pero se extiende en espacio y ahonda en análisis y contextos informativos.

Con base en lo expuesto, se puede concluir que la sección Cultura de *El Telégrafo* no muestra una composición diaria fácilmente distinguible en cuanto a las subsecciones o segmentos que hacen parte de ella, y que eso puede provocar una débil identificación de los lectores respecto de la sección, ya que no existe una clasificación temática fija que permita saber qué se espera en cuanto a información para cada día de la semana. Lo contrario ocurre, como fue explicado en el apartado que relata las rutinas

productivas en *El Comercio*, con la disposición por portadas diarias especializadas, que se sostenía en ese periódico al momento de haberse realizado la investigación para este trabajo.

Para resumir este apartado, en cuanto a la composición diaria y temática de la sección según las publicaciones analizadas, podemos anotar lo siguiente:

Lunes a domingo: INTERSECCIONES + CINE Y TELEVISIÓN + ESCENARIOS + cortos + notas varias.

Jueves: INTERSECCIONES + CINE Y TELEVISIÓN + ESCENARIOS + cortos + notas varias + VISUALIDAD.

Viernes: INTERSECCIONES + CINE Y TELEVISIÓN + ESCENARIOS + cortos + notas varias + DEMO o TABLADO.

Sábado: INTERSECCIONES + CINE Y TELEVISIÓN + ESCENARIOS + cortos + notas varias + DEMO + ARCADIA.

Domingo: INTERSECCIONES + CINE Y TELEVISIÓN + ESCENARIOS (análisis de diferentes temas relacionados a las culturas populares y a los espectáculos) + cortos + notas varias.

2. ¿Cómo está compuesta la sección Cultura de *El Telégrafo* en cuanto al origen de la información que se publica?

Tanto el análisis cuantitativo que se adjunta en este trabajo como este estudio de caso demuestran que la información contenida en la sección Cultura del diario *El Telégrafo* tiene en partes iguales origen local e internacional. Es decir que, en promedio, la una mitad de la información que se incluye en sus páginas, ya sea esta una o sean tres, como es el caso para esta sección, se refiere a acontecimientos culturales ocurridos en el territorio ecuatoriano, mientras que la otra mitad de la información proviene del extranjero, particularmente de América Latina, los Estados Unidos y Europa

Occidental. Las notas revisadas durante las dos semanas antes señaladas suman 125, de las cuales 62 contienen información del contexto local y 63 del internacional, o sea, un equilibrio casi perfecto. En este sentido, no se distingue ninguna predilección abrumadora hacia el origen de determinada información, y más bien llama la atención el balance sostenido que nos hace pensarlo como un lineamiento de línea editorial en ese sentido establecido a conciencia por la empresa.

Como se mencionó en el desarrollo de la pregunta anterior, las noticias de origen local aparecen firmadas por periodistas identificados como miembros del diario, por el genérico de la sección o por colaboradores especialistas que pueden o no trabajar dentro de la redacción, mientras que las notas de origen internacional aparecen con la firma, en su gran mayoría, de las agencias internacionales EFE o AFP.

3. ¿Cuál es el tratamiento que se le da a la información según las nociones de coyuntura explicadas en el apartado teórico de este trabajo?

Se había explicado que la noción de coyuntura en el quehacer periodístico cotidiano actúa como contenedora de una serie de criterios de noticiabilidad, a la vez que como disparadora de las rutinas más comunes del oficio. Su razón de ser está en la asunción de esta en su dimensión inmediateista y restringida al abordaje de los acontecimientos relevantes por su actualidad temporal, y a la inclinación por hacer de la información cultural un acumulado de datos que ofertan una agenda de actividades actualizada casi al día, mientras que se pasa por alto la posibilidad de asumirla como parte de un proceso y ubicado en una historicidad pertinente.

En el caso de esta sección, la mayoría de los segmentos que la componen, por manejar información relacionada a la actualidad cultural y artística de los ámbitos local e internacional,

irremediablemente se adscribe a la primera concepción de coyuntura aquí mencionada, y por lo tanto las noticias publicadas en ellos difícilmente ofrecen un panorama de análisis, reflexión o crítica sobre el acontecer de la producción, la práctica, la difusión y el debate cultural, sino que se limitan a presentar datos precisos acerca de eventos que están por darse o a reseñar algunos de los que ya han pasado. El análisis cuantitativo del que hemos hablado muestra que durante las dos semanas de publicaciones se registraron 95 noticias con este enfoque frente a 30 con uno de mayor profundidad.

Sin embargo, es preciso señalar que la variedad de segmentos o subsecciones que, aunque con algo de desorden, se distinguen en esta sección, permiten la cabida de espacios para el desarrollo de un periodismo cultural profundo y analítico, que en secciones de otros periódicos, como la de *El Comercio*, sobre la cual también se presenta aquí un análisis de caso, no existen.

Las secciones ARCADIA, VISUALIDAD, TEXTUALIDAD, la de ANÁLISIS adscrita al segmento ESPECTÁCULOS e incluso DEMO se reconocen como espacios de crítica y reflexión en torno a temas de la actualidad cultural más visible, y a otros que no necesariamente hacen parte de la espectacularidad noticiosa, sino que se incluyen como aportes de enriquecimiento y debate cultural. Dicha inclinación se distingue tanto por la extensión de los textos, que ocupan al menos una y hasta dos páginas enteras con apoyo en una buena dotación de imágenes, cuanto por el tratamiento profundo que se les da a los temas escogidos (detalles sobre esto se presentan en el análisis cuantitativo adjunto). En ese sentido, la noción de coyuntura que se les imprime a las notas periodísticas incluidas en estos segmentos se relaciona más con la segunda concepción antes explicada, y con ello se logra plantear contextos y proponer perspectivas que se distancian de la concepción inmediatista, factual y tendiente a reflejar la tendencia

a construir una agenda regular del acontecer cultural. Al abarcar todos estos segmentos, casi la totalidad de los ámbitos culturales o las actividades artísticas que son abordadas por la sección, el resultado es que se distingue, de nuevo, una suerte de balance entre un grupo de subsecciones dedicadas a darle un tratamiento ligero y efímero a la información cultural, y uno que opta por plantear un abordaje cualitativo y denso de dicha información. Así, se puede pensar también en que tal equilibrio viene dado como parte de la política editorial de la sección.

Lo que queda fuera de esto, es decir de los ámbitos y actividades del arte y la cultura a los que atiende esta sección (y que fueron repasados en la primera pregunta de este estudio), son deudas pendientes que son debilidad también en otras secciones culturales analizadas en este trabajo, y que a manera de síntesis podríamos mencionarlos como temas relacionados con las culturas populares (el análisis de contenido que complementa este estudio muestra que sobre este ámbito en las dos semanas analizadas se publicaron dos noticias, mientras que sobre temas de cultura de elite aparecieron 56); el patrimonio cultural (sobre esto en las dos semanas analizadas no se reconoció ni una sola noticia) y las denominadas culturas urbanas, espacios de producción simbólicas que permanecen separados de los considerados parte de la cultura de elite.

Estudio de caso 2: lo patrimonial en *El Comercio*

El escenario general de análisis de lo patrimonial

En la última década del siglo anterior, el campo del periodismo cultural se diversificó. En ese periodo, Manuel Calvo Hernández (1998) ubica la difusión del patrimonio como “una nueva forma del periodismo cultural”, que se distancia de la preocupación social e individual sobre los bienes naturales e históricos para, por medio de la información y la opinión, crear una conciencia pública de dar a conocer la existencia

del patrimonio cultural y plantear los problemas que presenta su conservación y su difusión popular.

De ese decenio a hoy en día, el patrimonio, como especialidad del periodismo cultural, no ha logrado espacios regulares de difusión, sin embargo, continúa siendo noticia en los media del país donde, desde 2007, las políticas y acciones alrededor del capital intangible se acuerdan bajo la guía del Ministerio Coordinador de Patrimonio. A fines de ese mismo año, el patrimonio cultural del Ecuador se declaró en emergencia y, en febrero de 2008, se dio a conocer el estado de la situación del patrimonio cultural, que evidencia “el estado de conservación y de indefensión en el que todavía permanece gran parte del patrimonio cultural del país; al igual que ha permitido conocer que hay muy poco personal preparado para enfrentar los temas de investigación, conservación, gestión y difusión del patrimonio cultural (...)” (Woolfson, 2009).

A partir de esto último, la difusión, en este capítulo se presenta el análisis de contenido a notas periodísticas de prensa y televisión sobre temas de patrimonio cultural. En el primer caso, son informaciones de *El Comercio*, específicamente relacionadas con el robo de piezas patrimoniales. En total, son analizadas 13 notas que se publicaron entre el 25 de mayo y el 10 de diciembre de 2008.

Se decidió aplicar el análisis a este caso debido a que en el trabajo de campo realizado para esta investigación, que se registró en el capítulo anterior, se logró establecer que dicho acontecimiento y sus consecuencias fueron abordadas, a decir de los periodistas a cargo, con enfoque de investigación periodística en un tema de cultura, y más precisamente para un caso de patrimonio cultural, esfuerzo que no se había realizado antes en esa sala de redacción.

Cuerpo de análisis

La difusión del robo de bienes patrimoniales: entre la coyuntura, la judicialización y la legitimación de fuentes institucionales.

Guía de análisis

La siguiente guía fue construida con base en las nociones principales que conforman el marco teórico de este trabajo y conservando el orden en que se estableció la guía de preguntas para las entrevistas a profundidad. Es decir, los instrumentos entrevista y guía de análisis siguieron la disposición de las nociones más importantes que teóricamente guían este trabajo, tal como se las apuntó en el capítulo 1, y que fueron ordenadas de esa forma en atención a la secuencia de la producción informativa tal como se observó en la etnografía realizada.

La guía consta de 22 variables de análisis y se la utilizó para estudiar cada publicación durante los días señalados. Para el efecto, se consideró como unidad informativa a cada cuerpo de información referida al tema de patrimonio cultural en cuestión, independizado por un titular y su correspondiente recuadro de diagramación (Anexo 3).

Tras aplicar esta guía a las 13 notas referidas a este tema, se logró una tabla de datos que luego fueron tabulados para obtener los resultados correspondientes a las opciones que permitía cada variable de la guía. La tabulación se plasmó después en una tabla comparativa que muestra los valores mayor y menor de los resultados obtenidos para, a partir de ellos, plantear algunas conclusiones que confirman lo apuntado en los capítulos anteriores. Los instrumentos recientemente mencionados se adjuntan en el apartado de anexos.

Para mostrar y comentar los resultados obtenidos se ha establecido un método de “cruces” entre algunos de ellos, disposición que permitirá analizarlos de manera relacional y no aisladamente, y que muestra la concatenación entre las nociones propuestas como guías del marco teórico.

Análisis cruzado (de acuerdo con los resultados apuntados en la Tabla 2)

Anticipación

En la Tabla 2 (Anexo), la recopilación de resultados máximo y mínimo de la tabulación de análisis parte de la variable número 4, debido a que las tres primeras se refieren a datos identificatorios que no inciden en el análisis de la información. Esas tres primeras variables son: Fecha, N° de unidad de análisis y Diario.

Es así que, a partir de la variable 4 y todo lo que comprende la sección II, correspondiente a los contenidos informativos, es donde se encuentran los resultados diferenciados.

De otro lado, en este análisis nos enfocaremos especialmente en los valores máximo y mínimo de los resultados obtenidos, puesto que ofrecen una muestra polarizada de los aspectos más y menos atendidos, o de los recursos más y menos utilizados en la producción informativa cultural, de acuerdo con las variables contenidas en la guía de análisis. Sin embargo, en los casos necesarios se comentará también los datos intermedios que aporten al planteamiento de un análisis más amplio de los resultados.

Cruce 1

La variable 7 muestra que el valor máximo obtenido en la tabulación de análisis corresponde a notas que son “otras” según la codificación, es decir que no están ubicadas en posiciones primaria, secundaria o terciaria en la página cultural, por lo que se puede considerar que responden a una jerarquía temática de segundo orden. Esta variable buscó saber la importancia que se le otorgaba a las notas de patrimonio según la ubicación en la diagramación de la página y, como se ve, están relegadas a espacios mínimos. Este resultado nos permite relacionarlo con el que arroja la variable 10, que indica que la mayoría de notas publicadas, en cuanto a géneros periodísticos, son noticias comunes, también llamadas notas periodísticas, que contienen los datos elementales de la información y limitado espacio y nulo

enfoque de profundidad. A esto se le puede relacionar el resultado de la variable 11, que indica que la mayoría de notas publicadas ocupan un espacio de 1/8 de la página. Entre las notas analizadas solamente se encontró una en forma de reportaje, lo que da una idea de que estos temas son principalmente reseñados como noticias breves. De igual forma, en el estudio se pudo evidenciar que el seguimiento del caso, en términos de abordaje periodístico, se basó en la reutilización de la información de contexto más la inclusión de algún dato nuevo, relacionado, sobre todo, al avance de las investigaciones sobre las piezas robadas y los contingentes humanos y económicos dispuestos para ello. El resultado es que no se llega a ampliar la información más allá del nuevo dato puntual y menos se ahonda algún debate o se profundiza en las dimensiones simbólicas de lo ocurrido.

Respecto al número de fuentes reconocidas en las noticias, la variable 12 demuestra que en la mayoría se incluyeron entre dos y tres fuentes y que la minoría de notas fue construida con la participación de una sola fuente. Esto muestra un interés de la sección por no caer en el denominado unifuentismo como método de producción informativa, lo cual, en apariencia, da señas del interés por la pluralidad de voces involucradas, pero si a esta la juntamos con la variable 13, notaremos que casi la totalidad de esas dos o tres fuentes utilizadas son institucionales, y si esta la relacionamos con la 14 caeremos en cuenta de que tales fuentes institucionales son, además, legitimadas en su campo de acción. Frente a esto, los resultados menores enseñan que las fuentes de una posible agenda propia y de carácter emergente en el campo relacionado con este caso tienen poco o nula visibilidad.

En el capítulo 2 habíamos apuntado la lógica bipartita del relacionamiento con las fuentes manejada en *El Comercio*: 1. La institucional y 2. La agenda propia. De la primera se desprenden la Institucional Pública, que incluye instituciones y organismos culturales vinculados al sector público, y la Institucional Privada, que reúne órganos, centros, institutos y demás dependencias culturales privadas que, tanto por su estructura formal como por su legitimidad

en el escenario cultural, son consideradas instituciones y funcionan como tales. Hay que dejar constancia, dice Alsina (2005: 192), del peso de las fuentes institucionales, ya que, en primer lugar, son de fácil acceso porque tienen gabinetes de comunicación que proveen a los periodistas de información autorizada y, en segundo lugar, están legitimadas como fuentes de consulta obligatoria de acuerdo con las normas del trabajo del periodista.

Cruce 2

La estrechez en el desarrollo y profundidad evidenciada en las notas analizadas, y expresadas en su formato periodístico como en su relacionamiento con determinado grupo selecto de fuentes, nos lleva a fijarnos en el resultado de la variable 16, que corresponde al Enfoque de profundidad. Entre las opciones posibles para identificar esta variable se encontraban la opinión, el juicio de valor, la conclusión, el seguimiento del debate, el apoyo en nociones de teoría, la evaluación o ninguna de ellas, y resulta que el dato mayor indica que ese enfoque se encuentra en la evaluación, que para este caso se refiere a lo que ya habíamos señalado con la forma en que se plantea el seguimiento de las noticias, es decir, se evalúa de nuevo el escenario contextual y apenas se le añade un nuevo dato particular, en caso de que hubiera uno. Esto corrobora que las noticias se ajustan a presentar y mencionar los datos estrictamente informativos de los acontecimientos, y no a plantear alguna forma de análisis o reflexión sobre los hechos y los temas tratados. Esto nos da pie para apuntar nuevamente la apreciación que sobre el trabajo de la propia sección había vertido un periodista:

(...) la mayoría de notas no creo que lleguen a profundizar lo suficiente para aportar al debate, pero una nota sí puede y debe tener eso, y para mí eso incluye: lenguaje (claro, preciso, bello), investigación, protagonistas, génesis, implicaciones, porque todo eso ayuda a comprender un hecho, a la inteligibilidad, y eso permite entender su importancia en el debate de la cultura (...) (EA, entrevista, 2009).

Para reforzar esta variable, y a manera de componente de potencial cualitativo de las notas, en la guía de análisis se propuso la variable 17, mediante la cual se buscó identificar si las noticias publicadas tenían relación con alguno de los cuatro ámbitos del acontecer social propuestos, a los cuales la información cultural está necesariamente ligada en distintos niveles, pero nunca inconexa. Los ámbitos de relación marcados son el de la política, la historia, la economía y la misma cultura en su contextualización amplia, tal como se apuntó en el capítulo teórico respecto de la conceptualización del periodismo cultural según su actual grado de desarrollo en la región, y no solamente restringida a lo relacionado con la producción y difusión artística. De nuevo, esta variable mostró que la mayoría de notas periodísticas no se relacionan ni explícita ni tácitamente con ninguno de estos ámbitos de comprensión de lo social. La precisión en lo tácito o explícito se refiere a la variable 18, con la que, a manera de complemento de la 17, se buscó identificar si, de existir vinculación alguna con los ámbitos señalados, esta se presentaba de forma expresa o dispersa.

En el extremo opuesto, es decir, en el que se muestra el ámbito con el que menos vinculación (que para este caso significa lo mismo que “alguna” vinculación porque la mayoría de notas refleja “ninguna”) establecen las notas periodísticas, aparece el de la Cultura, lo cual indica que en la producción informativa analizada, a pesar de referirse a temas culturales y de patrimonio, donde se hace urgente la comprensión de lo simbólico desde una perspectiva abarcadora sobre los hechos culturales abordados, un enfoque de profundidad que los problematice en ese sentido es casi inexistente.

La constatación de que la mayoría de piezas informativas analizadas corresponde a notas informativas comunes, que se limitan a presentar los elementos más relevantes de los hechos en apego al aspecto factual y actualizado de estos, nos lleva a referirnos a las dos siguientes variables, que tienen que ver con

la noción de coyuntura que en los dos capítulos precedentes fue presentada como fundamental para entender las rutinas de producción informativa.

El valor máximo obtenido en la tabulación de la variable 19 muestra que la noción de coyuntura mayormente presente en las noticias analizadas es la que la entiende como el evento particular, descontextualizado de un proceso en desarrollo y mostrado como caso de novedad. Dicho de otra forma, de acuerdo con lo que sobre esto se había apuntado en términos teóricos, la noción de coyuntura ampliamente reconocida en las noticias culturales es la que se presenta privilegiando la “tendencia” que se cierra en su “regularidad numérica”, en su periodicidad constante, dejando al acontecimiento sin ser “absorbido por la historia” (Zemelman, 1992: 149), mientras que en el otro extremo, con valor cero en la tabulación, está la aproximación que mostraría a la coyuntura como sustento de una información contextualizada en relación a un proceso sostenido en el tiempo, o sea, la que de acuerdo con el marco teórico propuesto es concebida como un momento del proceso en el cual el acontecimiento es la concreción de un proceso más general, y donde se muestra la relación entre el “estadio” alcanzado y las “potencialidades” de desarrollo del fenómeno (Idem).

Tal como se planteó entre las variables 17 y 16, aquí también la número 20 sirve como refuerzo o complemento de la 19 para definir la orientación general de la nota en relación a la noción de coyuntura que se maneja en la sala de redacción. El resultado mayor de la tabulación de esta variable indica que, en general, las noticias publicadas muestran una reseña general del acontecimiento, misma que, de no ser por algún dato nuevo, podría resultar igual a la previa referida al mismo tema. En el extremo opuesto, con tabulación en cero se muestra que el enfoque menos aplicado es el que aborda los acontecimientos y los temas con acercamiento reflexivo, crítico o analítico, haciendo uso ya sea de argumentos personales o de opiniones de especialistas para los distintos temas tratados.

Cruce 3

Si bien las dos últimas variables podrían relacionarse con las desplegadas en el Cruce 2, se las quiso abordar independientemente debido a que reflejan enfoques particulares para el tipo de información que ha sido objeto de este análisis.

La variable 21 demuestra que el total de las notas hace énfasis en el aspecto legal o judicial involucrado en los acontecimientos reportados, es decir que como elemento central de la información resalta el estado del proceso judicial por el que atraviesa el intento de recuperación de las piezas patrimoniales robadas, el rango de responsabilidad de los responsables identificados y el panorama que sobre aquello vislumbran las instituciones y autoridades involucradas. Ausente en las notas está el que, aparentemente, debería ser el componente informativo central de acontecimientos que han sido programados para abordarse desde la sección cultural, o sea, las representaciones y significaciones simbólicas que en términos culturales y identitarios tendrían las piezas patrimoniales robadas. La noticia cultural construida según esta aproximación y este enfoque resultaría, por lo tanto, similar a como podría construirse siendo abordada desde la sección Judicial del periódico. Está por demás decir lo que, en términos de representaciones sobre cultura, se desperdicia y se distorsiona abordando los acontecimientos culturales desde una perspectiva judicial y legalista.

La variable 22, como hacen algunas otras de la matriz de análisis, corrobora lo anticipado en la 21, es decir que con el enfoque que ha sido expuesto, las noticias analizadas de ninguna forma profundizan en la importancia y significado de la dimensión simbólica y en las representaciones culturales que a nivel de identidad nacional y como objetos de patrimonio tangible tendrían las piezas arqueológicas, y que, de esa forma, el pretendido acercamiento de investigación periodística que emprendió *El Comercio* para este caso queda lejos de plantear algún debate importante, o de revelar nociones

y problematizar circunstancias que al parecer son de gran interés para algunas instituciones rectoras de las políticas culturales del Ecuador.

Capítulo 3

La construcción de la noticia cultural

Por medio del relato de un acompañamiento a las rutinas de producción de noticias que tuvo lugar en dos momentos, el uno durante 15 días de junio de 2008 y el otro durante un mes entre enero y febrero de 2009, este capítulo expone un análisis de la construcción de la noticia cultural en el periódico *El Comercio*.

A medida que se muestran datos sobre este recorrido se los coteja con algunas entradas teóricas, que han sido ya explicadas en el primer capítulo de este trabajo, y con otras más que resultan adecuadas y que saltan a medida que el análisis avanza. El haber escogido los periodos señalados para realizar el trabajo de campo se debe a que, por un lado, fueron los permitidos por los directivos del periódico y, por otro, porque fue de interés de esta investigación acompañar las rutinas de trabajo de los periodistas durante lo que aquí se consideró semanas típicas, es decir, periodos regulares de trabajo en los que los reporteros tenían que desempeñarse sin atender o dar seguimiento a un acontecimiento en específico (salvo que la coyuntura lo demandara), para en ello observar las dinámicas más corrientes de la producción informativa.

Pero la información más sustanciosa, que se presenta aquí con mayor amplitud y que ha aportado en gran medida a perfilar el proceso de

construcción de la noticia cultural en apego a unas determinadas coordenadas dictadas por la empresa mediática y conducidas por los periodistas, es la recogida por medio de las entrevistas a profundidad que se les realizó a todos los miembros de la sección Cultura. Estas entrevistas siguieron una guía de preguntas (que va adjunta en los anexos de este trabajo) agrupadas en secciones temáticas de acuerdo con las nociones en las que se quiso profundizar.

Puesto que lo aquí investigado tiene que ver con procesos de producción informativa, dichas técnicas fueron escogidas debido a que permiten la observación de las rutinas diarias del trabajo periodístico, y porque en los testimonios de los mismos periodistas acerca de cómo conciben ciertos conceptos y de cómo se los maneja en la sala de redacción, se pudo identificar algunas claves para entender la manera en que las noticias culturales y las representaciones sobre cultura se construyen.

Una descripción de las dinámicas cotidianas

Las coberturas periodísticas de la sección Cultura de *El Comercio* tienen su base en las reuniones de planificación. Estas reuniones se realizan los días viernes, participan todos los miembros de la sección²³ y sirven para plantear, discutir, negociar y llegar a consensos acerca de las propuestas y los temas que se desarrollarán durante la semana siguiente. La sección Cultura mantiene una estructura organizada de la siguiente forma, según las áreas de cobertura que le corresponde a cada redactor:

Dirección:

Editor: BR – sección Cultura y suplemento Siete Días

Coeditora: SD – suplemento Siete Días

²³ Para referirnos a los miembros de la sección Cultura se ha decidido usar siglas en lugar de nombres completos. Como anexo de esta tesis se entregará un cuadro con las equivalencias de las siglas usadas, tal como demandan los instructivos de Flacso Ecuador.

Coordinador: MV – sección Cultura

Redactores:

AC: espectáculos, música popular moderna, televisión, moda

PF: cine, música académica

EA: literatura, artes plásticas

FP: artes escénicas

FM: jóvenes

Dentro del periódico, la sección Cultura mantiene una portada asignada a una disciplina artística o manifestación cultural distinta por cada día de la semana, lo cual implica que el redactor responsable de cubrir su correspondiente área tiene que trabajar un tema de portada por semana (el espacio más amplio de la sección), y aportar con noticias más cortas para el resto de días. Las portadas por cada día de la semana cubren los siguientes ámbitos:²⁴

Lunes: Patrimonio

Martes: Artes plásticas y visuales

Miércoles: Música académica (cabida también para música tradicional o “popular ecuatoriana”)

Jueves: Artes escénicas

Viernes: Cine + “Chévere” (agenda de actividades para el fin de semana)

Sábado: Literatura

²⁴ Vale recordar que esta disposición de las portadas diarias se refiere a la época en que fue realizada esta investigación, y que en la actualidad el contenido de la sección cultural muestra otra estructura.

Domingo: Espectáculo (en esta categoría se incluye a la “música popular moderna”)

Los reporteros se integran a la reunión de planificación alrededor de las 10h00 sabiendo que, idealmente, deben presentar al menos una propuesta para cada día de la semana siguiente, y una que ocupe la portada del día que les corresponde. Si no presenta ese número de temas en la reunión de planificación es usual que en los días venideros propongan más. El editor, la coeditora y el coordinador escuchan las propuestas, objetan las imprecisiones que pueden saltar, sugieren aproximaciones, afinan ejes de cobertura y, en conjunto con los redactores, tras un proceso de discusión y negociación que, como dice el periodista PF, “constituye un primer filtro que debe atravesar el periodista con sus propuestas o es donde se debe efectuar la primera ‘venta’ de temas” (entrevista, 2009), se acuerda la agenda temática para la semana venidera. Las reuniones duran entre 40 minutos y una hora.

Si bien la mayoría de temas que se proponen parten de los mismos redactores, tras el proceso de discusión y negociación quien tiene la última palabra sobre la viabilidad de determinada propuesta o sobre el preciso acercamiento a esta es el editor de la sección, quien también aporta en ocasiones con temas y propuestas para cubrir. Todo este proceso está totalmente asumido por los redactores como uno de los pasos en el proceso de producción informativa; sin embargo, es común que defiendan los temas que proponen cuando empiezan a ser refutados, que los argumenten, que revuelvan las propuestas originales en pos de salvarlas de una posible eliminación de la agenda, que pugnen porque terminen siendo valorados como pertinentes para la portada de su día correspondiente y no solo como notas pequeñas que complementen la sección en otros días.

Con la pauta de contenidos para desarrollar durante la siguiente semana, el editor de la sección Cultura (como ocurre con todos los editores de sección del periódico) llega a la reunión general

de editores que se realiza cada lunes a las 09h00. Esta reunión sirve para que cada editor presente ante el editor general, el editor de información, el de fotografía, el de diseño, el de infografía, el de Internet (sección multimedia), y en ocasiones también ante el subdirector o la directora del periódico, los temas que durante la semana se van cubrir en sus respectivas secciones. Aquí se da, de manera ampliada, un proceso de discusión y negociación similar al de las reuniones de planificación internas de cada sección, pero se lo realiza con mayor agilidad puesto que, mayoritariamente, se presentan los temas principales a abordarse, los que ocuparán los espacios más grandes en las distintas secciones, los que demandan mayor análisis y los que, por diversas razones, han sido objeto de algún seguimiento particular. En el caso de Cultura, el editor presenta los temas que ocuparán las portadas diarias. Pero además de que esta reunión sirva para poner en perspectiva lo que se va a trabajar durante la semana, sirve también para abordar y discutir lo que ese mismo día se tiene que desarrollar para ser publicado al día siguiente, es decir el martes, y lo mismo ocurre con cada día de la semana en estas reuniones llamadas de editores: todos los días, de lunes a domingo, los editores de cada sección se reúnen igualmente a las 09h00 con el grupo de editores antes mencionados para realizar el proceso diario de revisión de temas, para anunciar la jerarquía de notas que ocuparán la sección -generalmente máximo hasta las notas secundarias, es decir que las más pequeñas no suelen presentarse-, para el otorgamiento del número de páginas según las propuestas de cada sección y de acuerdo con ellas para afinar el tratamiento fotográfico, infográfico y de diagramación que se les dará. Aquí, los editores de cada sección cumplen ante los editores que están por sobre ellos el mismo papel que dentro de sus secciones respectivas cumplen los reporteros, o sea, el de solicitar más espacio y el de defender y argumentar las propuestas que ocupan su sección; es aquí cuando se realiza, como dice PF, “la segunda venta de temas o cuando se debe pasar por un segundo filtro” (entrevista, 2009). El número de páginas que se le otorga a cada sección depende, por un

lado, del espacio para publicidad que se haya vendido para cada día: mientras más publicidad se venda en cada “cuadernillo” que conforma el periódico, más posibilidad existe de que se reduzca el espacio para las noticias. *El Comercio* se compone de tres “cuadernillos” con diferentes secciones en cada uno. En el primero se juntan las secciones Política, Negocios, Judicial, Opinión y Última Hora; en el segundo, Quito, Ecuador, Sociedad y Mundo; y en el tercero, Cultura, Espectáculos y Deportes. Estando Cultura en el tercer cuadernillo junto a Deportes, es frecuente que esta última, al ser una sección “más popular y comercial” (PF, entrevista, 2009), por referirse a temas de gran impacto en la opinión pública, gane espacio en el cuadernillo, dependiendo de las noticias coyunturales,²⁵ en detrimento del espacio para la sección Cultura. “Por ejemplo, si la Liga de Quito gana la Copa Libertadores, es seguro que a Deportes le van a dar más páginas en el cuadernillo y a la que le van a reducir espacio es a Cultura (...) pocas veces ha ocurrido lo contrario, o sea que Cultura la haya ganado espacio a Deportes (...)” (PF, entrevista, 2009). De modo que el segundo factor que incide en el número de páginas que se le concede diariamente a Cultura tiene estrecha relación con el pulso del acontecer deportivo y la flexibilidad que existe para a esta sección concederle más espacio.

Una vez definido el número de páginas que habrá para cada sección, los editores se dirigen por turnos a donde el Jefe de diseño, para solicitarle que le “pinte” las páginas que les corresponden, o sea, para que realice una primera diagramación donde se incluyen los espacios para los elementos gráficos y textuales que serán llenados por las noticias previamente presentadas y aprobadas. Aquí, entre los editores y el Jefe de diseño se habla en términos de números de columnas para cada nota, siendo cuatro el número posible para las más amplias, o en centímetros, siendo que las notas más grandes ocupan 50 centímetros. Los editores piden también que se les “pinte”

²⁵ Más adelante en este capítulo nos referiremos con profundidad a la manera en que en este diario se concibe a la noción de coyuntura, para entender cómo esto influye en las noticias que se escogen y en el proceso de producción de las mismas.

el espacio para el número de fotografías que requieren o, de ser el caso, para la inclusión de alguna infografía.

Estas páginas “pintadas” pasan a manos de los diagramadores para que ellos “armen” las páginas en el programa TED, que usa este periódico. Eso significa que el diagramador incluye las fotos en los espacios solicitados por el editor y diseña las páginas otorgándoles a las notas, así mismo, el espacio que fue pedido para ellas. Este diseño deja a las páginas con unas cajas en blanco, y así es como llegan donde los reporteros para que incluyan los textos de sus notas. Normalmente, los reporteros terminan de escribir sus noticias entre las 15h00 y las 17h00, y cuando esto ocurre las pasan al editor de sección. Él solicita a los diagramadores que impriman cada una de las noticias en blanco y negro y así llegan donde los correctores de estilo. Estos, con esferográfico y sobre las hojas impresas, hacen las correcciones necesarias (puntuación, ortografía, sintaxis, semántica, etcétera). Mientras esto se ejecuta, a media tarde, todos los días se dan las reuniones llamadas de primera, que sirven para que el mismo equipo de editores evalúe las noticias que deberán ocupar la primera plana de cada día siguiente. Las noticias son escogidas de acuerdo con las coyunturas del momento y al “impacto y la calidad que tengan las fotos que las van a acompañar” (PF, entrevista, 2009). En el caso de Cultura, es usual que la noticia destacada que se escoja como parte de la primera plana se refiera a algún espectáculo que ya se ha presentado o que se lo está anunciando, y que ocupe el espacio más pequeño disponible en la esquina superior izquierda de la primera página.

Volviendo sobre el proceso, las portadas diarias de la sección Cultura son impresas a color y puestas a consideración del editor de diseño para que él las revise en su aspecto gráfico y de diagramación, mientras que las noticias que han pasado la corrección de estilo pasan a la revisión del editor general o del de información, según se repartan las secciones. En este punto se da un tercer filtro de edición y es donde, a pesar de que las noticias y sus complementos gráficos

hayan sido aprobados previamente durante todo el proceso, pueden resultar desaprobadas por alguna consideración de último momento. El periodista PF lo explica como un momento en el que, desde los directivos del periódico, se manifiestan algunas características restrictivas que tienen que ver con la manera en que el periódico concibe la cultura y con varias de las nociones vinculadas a ella en el proceso de producción noticiosa, y que serán explicadas y analizadas a lo largo de este capítulo. PF se refiere a un caso concreto en este punto del proceso:

(...) Eso hizo, por ejemplo, el editor gráfico, PM, con el artista Manuel Cholango, que pinta desnudos y hace obras provocadoras, porque dijo que eso “no es para *El Comercio*, que resulta ofensivo” (...) En ese sentido, también hay una suerte de censura del diario que ha influido en una autocensura del periodista porque este, tras unos años de trabajo, ya se da cuenta de que ciertos temas no los van a “comprar” el gerente o el diario, y así empieza una autocensura en los reporteros (...) Muchos aún mantienen ese espíritu propositivo de buscar temas nuevos, pero finalmente entras en ese estado de confort mediante el cual desarrollas tu trabajo con base en una mecánica establecida y rígida (PF, entrevista, 2009).

Pero si esto no ocurriera y el proceso siguiera su marcha normal, los editores mencionados revisarían las noticias, harían los comentarios, las correcciones y las sugerencias que les parecieran necesarias, pondrían su sumilla de aprobación y pasarían las noticias de vuelta al editor de cada sección para que él ejecute los arreglos sugeridos y, alrededor de las 19h00, transfiera las noticias con los arreglos finales a los diagramadores para que estos las dejen a punto para pasar a la prensa. Entre las 20h00 y las 20h30, las noticias culturales deberán pasar al proceso de impresión.

Algunas lógicas inmersas en el proceso de producción

Luego de haber descrito el proceso completo de producción de noticias en términos generales, es importante remarcar en algunos detalles de las reuniones de planificación de la sección Cultura porque, como dice

su editor, es en ellas donde se asientan las claves de sus dinámicas de producción informativa (BR, entrevista, 2009).

El proceso tiene sus bases en la disposición de espacios para contenidos y de diagramación según la jerarquía que marcan las portadas diarias de la sección antes mencionadas, y es muy difícil que algún acontecimiento repentino (digamos, de *coyuntura* sobresaliente, noción sobre la que nos referiremos a continuación) “tumbe” esa portada porque “se tiene asumido que el lector ya sabe qué esperar en cuanto a disciplinas por cada día de la semana, y eso no se puede alterar porque no se puede dejar de tomar en cuenta el público que nos lee” (EA, entrevista, 2009).

Por su lado, si bien lo que se reconoce como línea editorial en esta sección tiene algunas entradas (que también se profundizarán más adelante) a través de las cuales se la puede analizar, en el marco de la reunión de planificación sale a relucir la que se anticipó en el punto anterior y que es indispensable esbozar ahora porque, en lo que respecta al establecimiento de la pauta temática para la semana, su inexistencia puede determinar el rechazo de un determinado tema o propuesta. Se trata de la valoración del criterio de *coyuntura*, entendido, en términos generales, como factor de actualidad, relevancia y posible impacto desde el tema o el acontecimiento propuesto, es decir, la que la reconoce como la “tendencia” que se cierra en su “regularidad numérica”, en su periodicidad constante, dejando al acontecimiento sin ser “absorbido por la historia”, es decir, enfocada en la dimensión inmediateista de los acontecimientos (Zemelman, 1992, 149). El siguiente testimonio de un periodista de la sección lo confirma: “(...) los propios reporteros se quedan en el evento de la agenda actual y no aprovechan los temas o los contextos para plantear debate (...)” (MV, entrevista, 2009).

De esta forma, y siendo que el criterio de *coyuntura* resulta determinante en la planificación noticiosa que realiza este diario, entendemos que aquí se lo asume como contenedor de algunos otros

de estos criterios (actualidad, cercanía, pertinencia e incidencia) y así se comprende su relevancia en la negociación de los temas que se proponen. La coyuntura, entonces, constituye un criterio que, a la vez que posibilita y dispara la existencia y disposición de otros, los abarca como guía. Esos otros criterios, que son siempre sujetos de revisión y negociación en las reuniones de planificación, son la disponibilidad y la diversidad de fuentes; la determinación del género periodístico más apropiado para desarrollar el tema propuesto; la búsqueda de un contexto con el cual relacionar los acontecimientos, para que las noticias resultantes no terminen siendo puramente anecdóticas; el establecimiento de los ejes de aproximación, e inclusive las facilidades logísticas para desarrollarlas. Estos criterios son analizados de uno en uno en relación a cada tema propuesto, y cuando el equipo entero concuerda en que estos tienen suficiente potencial para ser desarrollados, que resultan interesantes y relevantes, además de factibles de abordar, se concluye la reunión de planificación y se continúa con las labores del día.

Pero, además de estos, existen otros criterios que durante las reuniones de planificación no son puestos a discusión ni que se evalúan en relación a las propuestas puntuales que se presentan. Estos criterios -que serán explicados a continuación, cada uno en un apartado- hacen parte de las disposiciones para la acción que conducen las rutinas periodísticas, es decir, son parte del hábitus encarnado en los periodistas y no suelen objetarse ni analizarse al momento de planificar la estructura de contenidos semanales.

Como se explicará en adelante, con apoyo en respuestas recogidas de las entrevistas a profundidad, las concepciones sobre estos criterios denotan una falta de consensos entre los miembros del equipo periodístico.

Qué entiende por cultura el periodismo cultural

MV, un periodista joven pero con más de nueve años de experiencia en varias secciones del periódico, especialmente en la sección Quito,

y que antes de volver a la planta central trabajó como coordinador general en la corresponsalía de Ambato, acaba de ser nombrado coordinador de la sección Cultura. Al ser el más nuevo del grupo y al detentar una posición de privilegio, que si bien no es la del editor sí va por encima de la de los reporteros, MV intenta poner en juego algunas apreciaciones que él considera pertinentes para compartirlas con su equipo.

En la reunión de planificación, el nuevo coordinador, además de participar en el debate regular sobre los criterios anotados arriba, ante las propuestas de los redactores suelta algunos contrapuntos que plantean en el núcleo del equipo un punto de inflexión clave acerca de la noción estructural de su trabajo. MV les pide no fijarse en los acontecimientos culturales “solamente viéndolos desde la élite”, y afinar la vista en aquellos que suceden en los espacios menos visibles y espectaculares, pero que igualmente son tanto culturales como pertinentes para la sección. En última instancia, MV problematiza la concepción que en la sección se tiene sobre *cultura*.

Ante la pregunta “qué entiende por cultura cada uno de los miembros de la sección y qué consideran que el periódico (la empresa) entiende por cultura”, se desprendieron respuestas que guardan alguna cercanía entre ellas y que no se distancian abruptamente de la noción dinámica y abarcadora que, en teoría, sobre cultura maneja el periodismo cultural tal como se lo trazó en el capítulo teórico de este trabajo.

En términos generales, aunque con divergencias en la capacidad de expresión y argumentación entre algunos miembros de la sección, todos consideran que cultura se refiere a las formas de vida, costumbres y comportamientos que se comparten dentro de un determinado grupo social, “(...) En un sentido antropológico, la entiendo como eso que está detrás de todo” (FP, entrevista, 2009).

El editor y un grupo de reporteros fundamentaron su respuesta iniciando con una explicación extendida acerca de la noción de

cultura como un sistema amplio de modos de vida, pero otros, si bien rozaron esa concepción, anclaron rápidamente en una idea donde cultura aparece como las manifestaciones artísticas de las que se ocupa el periodismo cultural. Tras la concepción que algunos periodistas refieren como de un universo “antropológico y sociológico”, todos llegan a determinar que la noción, para el cargo que les ocupa, se refiere a las manifestaciones artísticas que el periodismo cultural aborda, y algunos lo hacen precisando que aquello responde a una suerte de configuración inevitable que exige el ejercicio de la profesión y la categorización que del ámbito de la cultura se ha realizado en el periódico, según un carácter editorial ajustado por la empresa. Es decir que, desde la perspectiva que maneja el periódico y a la cual ellos se adscriben, la cultura preponderantemente se refiere a la gestión, producción, presentación y difusión de actividades artísticas.

Con esto aclarado, quedaba comprender qué tipo de actividades artísticas el equipo de periodistas consideraba hechos culturales, y entonces se pudo distinguir el debate acerca de la valoración distintiva entre las manifestaciones de la alta cultura y las de las culturas populares. Un testimonio al respecto, dice: “MA tenía una concepción amplia sobre cultura, se cubría bastante la cultura popular para el segmento SEÑALES, que en esa época era parte de la sección Cultura (...), pero hace más o menos seis años,²⁶ la sección sufrió un resquebrajamiento de las directrices editoriales que la guiaban (...)” (SD, entrevista, 2009). La periodista SD se refiere a cuando al mando de la sección estaba la editora MA, quien, según ella, como una de sus marcas principales había asentado como criterio noticioso en la valoración de los acontecimientos y en la planificación de su sección la inclusión de temas referentes a las culturas populares, cuando estos eran obviados o reseñados como anécdotas folclóricas en las secciones Ecuador o Sociedad del mismo periódico. (SD, entrevista, 2009).

²⁶ Recordamos que la parte más importante de esta investigación se dio a inicios de 2009, por lo que este dato se referiría al año 2003.

Pero MA renunció al periódico y, al decir de la periodista SD, la sección cayó en un estancamiento que debilitó un proceso que había empezado a tomar cuerpo: se redujo en páginas el espacio de la sección; las agendas quedaron sujetas a las relaciones con fuentes institucionales, los temas de las culturas populares quedaron desplazados y se volvió a privilegiar los de las bellas artes y la cultura legitimada como de élite, y durante algunos años por la cabeza de la sección pasaron varios editores que no lograron darle equilibrio a su funcionamiento. La sección diaria de Cultura estuvo destinada a poco más de un cuarto de página y a una columna de crítica de televisión, y lo más amplio, tres páginas, se trabajaba para el fin de semana, para llenar los segmentos SEÑALES y CONTROVERSIAS (SD, entrevista, 2009). No obstante, luego empezó un nuevo periodo. "(...) desde hace más o menos cuatro años empezó el proceso de recuperación de la sección, dándole una mayor importancia a la cobertura de cultura; se hizo una redistribución de las páginas y con eso empezó a ganar espacio. Ahora hay diariamente, dependiendo de la publicidad, mínimo tres páginas" (SD, entrevista, 2009).

Hoy, el editor BR, que lleva en ese cargo aproximadamente un año y medio, ha reinsertando en la sección lo que MA alentó como valor importante de la sección cuando fungió como editora. "El editor está empeñado en que hablemos de la cultura popular como un aspecto importante, o sea, que no veamos los fenómenos de la cultura popular como curiosidades pasajeras de un día sino entendiéndolos en su complejidad, y eso ya se está integrando a la sección" (SD, entrevista, 2009).

El mismo editor apoya esta posición cuando reflexiona sobre cómo se concibe la cultura en su espacio de trabajo y sobre qué es lo que se quiere con la cobertura periodística de esta. "En la sección, tanto el equipo de coordinación como el de reporteros, vamos por la misma línea. Yo insisto en que presenten su agenda propia, que a partir de los eventos se indague y se contextualice más. Por ejemplo, que se indague en los procesos, en las corrientes de las artes, en

sus significados de contemporaneidad, de signos urbanos...” (BR, entrevista, 2009).

Como se apuntó en el capítulo teórico, una revisión histórica de los orígenes del periodismo cultural nos lleva a relacionarlo con el abordaje, en ocasiones diferenciado y en otras intentando tender un puente, de dos campos de producción de sentidos como continentes, cada uno, de manifestaciones culturales y artísticas distintas. Por un lado, el periodismo cultural se ajustó a una concepción ilustrada de las manifestaciones artísticas y culturales que restringía su labor al ámbito de las “bellas letras” y las “bellas artes”, con la intención de promover la hegemonía de un modelo de cultura especializada y erudita, que a la vez daba cuenta de las aspiraciones de poder de determinados grupos sociales (Rivera, 1995: 15). Por otro lado, sobre todo a partir de la expansión de las perspectivas de la antropología cultural, el periodismo cultural amplió su enfoque y se dedicó a abordar, con propósitos creativos, críticos, reproductivos o divulgatorios, los terrenos de las bellas artes, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales, la llamada cultura popular y tantos otros aspectos que se relacionan a la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental (Rivera, 1995: 19).

Volviendo sobre el tratamiento de la información en la sección, es preciso reparar en que para algunos de los redactores, con base en la práctica real de sus rutinas, la concepción de un periodismo cultural de amplio enfoque no llega a plasmarse con exactitud (a pesar de que así lo pregonen el editor BR y la coordinadora SD, según sus testimonios apuntados más arriba).

Según yo he visto, tenemos la cuestión de “arte popular”, pero acotada a espacios reducidos. Normalmente, las páginas principales se las llevan las bellas artes. Hubo un debate para meter arte popular como portada,²⁷ pero se desestimó la idea porque creímos que no

27 Se refiere a la intención de otorgarle al “ámbito” del arte popular una portada diaria a manera de “disciplina especializada”, tal como se hace con todos los días de la semana.

teníamos los argumentos para decidir que tal o cual cosa es arte popular, y ya en la práctica, lo que de eso entra como portada, entra en Patrimonio y es generalmente el patrimonio intangible, como las fiestas populares; otras cosas quedan como noticias de relleno (EA, entrevista, 2009).

El que entre los mismos redactores se reconozcan límites a estas pretensiones, mientras que el equipo coordinador las defiende como ya inscritas en su práctica (el análisis de contenidos desarrollado en el capítulo tres permitirá corroborar esto con evidencias de las noticias publicadas), permite reconocer que las prácticas concretas (el *habitus* puesto en juego) y las condicionantes de la estructura periodística se encuentran enfrentadas.

Lo que puedo notar es que no se ha llegado a un acuerdo sobre lo que se quiere hacer con la sección, ni tampoco sobre la concepción que tiene la empresa sobre cultura. A veces se ha criticado cierto intelectualismo en el tratamiento de la información, pero también se reclama cierta frialdad. No sé si la política comercial está necesariamente de acuerdo con la política editorial, o sea, no siempre se sabe a qué hay que dar privilegio (...) Si bien hay la intención de atender a todos los nichos y de diversificar la información, la diferenciación está clara, y si esto hay que ponerlo en porcentajes yo diría que el 85 por ciento está dirigido a tratar temas de lo que *El Comercio* entiende como cultura culta o lo que es reconocido oficialmente como cultura (...) Sí ha habido apertura a lo demás, pero esto va más allá de las decisiones que pueda tomar el editor de la sección, porque *El Comercio* es una empresa con un sistema jerárquico completamente piramidal, entonces, finalmente a quien se debe vender los temas, sobre todo las portadas y en una proyección semanal, es al editor gerente, DM. Si a él no le convence el tema, te lo tumban (...) solo si el periodista está capacitado para argumentarle, le logra vender el tema, si no, te lo tumban; entonces, al final, la discusión que debería haber en las reuniones de planificación la hay recién a ese nivel, y es el editor gerente el que termina aceptando o rechazando los temas. En definitiva, hay las propuestas y la intención de integrar temas variados, pero es bastante reducido (...) (PF, entrevista 2010).

La denotación de una valoración informativa y de una voluntad editorial sujetas a la jerarquía empresarial de los cargos nos remite, a pesar de la defensa de una apertura de criterios respecto del rango de ámbitos de cobertura, a la concepción jerárquica de la cultura, cuya larga tradición da cuenta de que las nociones de posesión, modelación e ideal resultan centrales para comprender la dicotomía entre lo refinado y lo grosero, lo libre y lo necesario, lo cultivado y lo natural. La concepción ilustrada de la cultura lleva a entenderla como el cultivo del espíritu en las más altas manifestaciones del quehacer humano: el arte y el conocimiento. El ideal estético ilustrado negará cualquier continuidad entre la vida y el arte mediante el principio universal de la contemplación distanciada y desinteresada que se opone a la estética popular del goce sensual (Rubiano, 2006: 132). Los testimonios recogidos de los periodistas EA y PF dan una pista para pensar que en el seno de la sección cultural de *El Comercio* se concibe a la cultura más en relación con las actividades vinculadas a la denominada cultura culta.

Se había apuntado también que en el campo periodístico la jerarquía, según el criterio externo el éxito de ventas, es prácticamente la inversa de la jerarquía según el criterio interno, la “seriedad” periodística, y que se encuentra en el seno de cada medio de comunicación la oposición entre un polo “cultural” y un polo “comercial” que organiza el conjunto del campo (Bourdieu, 1995: 106). Así entonces, la estructura del campo y la puesta en práctica de las disposiciones para la acción de los periodistas se mantienen vinculadas por una dependencia jerárquica de doble vía que, por un lado, establece límites de operación y pautas de criterio en la aprehensión de los acontecimientos culturales y en el tratamiento de la información (desde las capas altas del periódico y estas en relación a los lazos que mantengan con los “elementos externos estructuradores del campo”, como las relaciones comerciales) y, por otro, fortalece el *habitus* de los periodistas que les obliga a evaluar los límites de las propuestas temáticas y los linderos por donde conducir el tratamiento de la información, como ha señalado el periodista PF.

El hecho de que de las siete portadas de la sección tan solo dos se relacionen, más o menos, a actividades y manifestaciones de las culturas populares (Patrimonio y Espectáculos), mientras que las otras cinco (Artes plásticas, Música académica, Artes escénicas, Literatura y Cine), según el cuadro de clasificación apuntado en el capítulo teórico, se relacionen a actividades de la cultura culta, nos hace entender qué concepción de cultura es la que se privilegia en *El Comercio* y cómo esta mantiene ese enfoque en ese sentido por estar relacionada con criterios de otro tipo.

El periodista PF comenta al respecto:

(...) Hay páginas más susceptibles que otras de mantener relaciones fuertes de dependencia con criterios comerciales, por ejemplo, la subsección de cine es una de ellas. No puedo generalizar diciendo que así funciona toda la sección, porque no es así, pero sí pasan casos como el de cine, cuya portada tiene que incluir el estreno comercial de la semana, porque *El Comercio* mantiene relaciones comerciales con el grupo Wright (...) y todo esto pasa por la venia del editor general. Son casos como este o como el de que si un amigo de la directora presenta una exposición, pues habrá que abrir la sección con esa nota como portada porque, si no, el editor correrá el riesgo de recibir un memo y que le halen las orejas por no hacerlo (...) Eso, obviamente, es independiente de la valoración de un acontecimiento desde la línea periodística, pero tampoco es lo común, sino que hay estos casos que de alguna forma reniegan de la independencia del diario (...) (PF, entrevista, 2010).

Este testimonio explica la existencia de distintos niveles de relacionamiento entre los medios y los diferentes grupos que se encuentran al extremo contrario de la producción noticiosa, porque, es claro, en ese costado no se ubican solamente los lectores. Mar de Fontcuberta lo menciona:

(...) la influencia de los medios sobre el público no puede separarse de la influencia del público sobre los medios. Por "público hay que

entender no principalmente al usuario común, que, como mucho puede llamar a la emisora o enviar una carta al diario, sino el público con poder: empresas, organismos públicos, organizaciones... que hacen un seguimiento pormenorizado de las noticias que les afectan y tienen capacidad para influir sobre los medios (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 63).

¿Un único perfil de lector?

Cuando los redactores reflexionan acerca de la concepción que sostienen sobre cultura, aparece otro criterio importante en su argumentación: se trata del nicho de lectores específico y su ubicación en el horizonte como factor incidente en el proceso de planificación noticiosa.

Con consenso, los redactores reconocen que *El Comercio* está dirigido a un segmento de lectores socioeconómico medio–alto, para el que el tratamiento de la información cultural tiene la forma, por un lado, de una sección clasificada por disciplinas artísticas para cada día de la semana, siendo estas mayoritariamente referentes a lo asumido como cultura de élite, y, por otro, la de una agenda actualizada que reúne la oferta cultural del escenario local.²⁸ Al respecto, el editor afirma: “el público al que nos dirigimos es clase media alta, educado, universitario, joven (...) se tiende a ser más pluralista por más que existan los membretes de cada portada diaria, pero sí nos hemos inclinado más por la cultura de élite, y eso se da por el tipo de lector: ilustrado, clase media alta (...)” (BR, entrevista, 2009).

Las portadas diarias de la sección y la subsección *Jóvenes* dan cuenta que el público al que se dirigen se refiere a la descripción proporcionada por el editor, y el hecho de que estas sean fijas para cada semana hablan de un lineamiento establecido por la empresa al que los periodistas deben regirse, por lo tanto, al momento de

28 En el tercer capítulo de este trabajo se muestra un análisis que explica las formas en las que están contruidos los contenidos de la sección Cultura, en tanto piezas periodísticas formales (géneros, extensiones, criterios de noticiabilidad).

pensar y luego proponer un tema, ellos consideran al nicho de público lector como un criterio más en su planificación noticiosa. El espacio más amplio de cada día aborda una de las actividades artísticas de la “cultura culta” y el resto de la diagramación (de un promedio de tres páginas diarias) es ocupado por notas que se restringen para el tipo de público descrito. Sin embargo, entre algunos periodistas existen posiciones distintas respecto de la consideración del público lector como criterio de planificación de sus notas. Como da cuenta el siguiente testimonio, hay quienes la ven como una posibilidad para proponer un debate amplio a partir de las notas puntuales:

Yo siempre pienso en el lector, pero respecto a lo que le interesaría y en la posibilidad de abonar al debate de la cultura; en contenidos que le toquen al lector, que le incentiven, que le propongan un aprendizaje (...) pero no creo en eso del público objetivo del periódico. Hay temas que son importantes para todos, independientemente de dónde te ubicas en el mapa social. Esto es un periódico, no es una revista especializada. No estoy de acuerdo en que porque el segmento es de clase media alta no voy a poner notas sobre vallenatos, por ejemplo. Hasta me parece saludable poner esos temas para abonar al debate (...) Me parece un mito eso del perfil del lector de *El Comercio*, cuando entré me dieron uno y ahora parece que hay otro. Personalmente, cuando escribo no pienso en eso, más bien, intento ser potable para la mayor cantidad de gente (...)” (EA, entrevista, 2009).

Pero, de otro lado, existen también opiniones que dan cuenta de cómo la asunción de un determinado público lector representa una restricción que tiene que hacerse respecto del material informativo disponible:

El periódico va dirigido a una clase media alta educada, que demanda saber sobre ciertos acontecimientos culturales y por eso no se abordan temas de la cultura popular, como la tecnocumbia, por ejemplo (...) A pesar de que hay bastante diversidad, al menos en los últimos meses, a veces se tiende a mostrar determinados

contenidos especializados, especialmente en literatura (...) En artes escénicas no se integra lo más nuevo, como el *break dance*, eso sale en Culturas Urbanas (...). Desde mi punto de vista se deberían abordar temas más juveniles y no solo lo institucional y lo que es para adultos clase media-alta. (FM, entrevistas, 2009).

Estos testimonios evidencian una ausencia de criterios unificados de parte de los periodistas acerca del peso que tendría el público lector como factor determinante a considerarse en sus propuestas semanales, y a la vez denotan la tensión que existe entre sus consideraciones y los lineamientos que en este sentido dicta la empresa. Periodistas como FM y AC, que cubren temas de jóvenes, culturas urbanas, música popular y espectáculos, espacios más cercanos a las culturas populares, suelen tener que esforzarse más para que les “compren” (término con el que se refirió PF a la negociación en las reuniones de planificación) sus temas debido a la consideración que en la sección se tiene sobre cultura y la derivación de esta en el público lector como otro factor determinante. En las reuniones de planificación, sus propuestas son objeto de mayores objeciones por parte del editor y del resto del equipo, y en una de ellas dos propuestas de AC (una sobre la situación de las radio AM y otra sobre el lanzamiento de una nueva canción del grupo quiteño de música Chaucha Kings) fueron relegadas para ser tratadas la siguiente semana. El editor y los redactores argumentaron que no proponía un desarrollo claro y que, especialmente el de la nueva canción, resultaba reiterativa porque hacía poco habían publicado una nota similar. Mientras tanto PF, EA y FP, que cubren, cine, literatura, música clásica y artes escénicas y plásticas, actividades de la cultura de élite, logran con más facilidad incluir sus propuestas en los planes de noticias semanales. Las noticias que proponen desarrollar se ajustan con más precisión al perfil pautado por la sección en tanto actividades a cubrir y espacios otorgados de antemano para esos temas.

La tensión existente entre las propuestas de algunos redactores y los lineamientos preestablecidos de la empresa, y, por otro lado,

la empatía que se demuestra entre otros de ellos y los parámetros relacionados con las actividades de la cultura de élite y con un determinado segmento de lectores, muestra que existen facciones más apegadas a practicar un periodismo ortodoxo, vinculado a las normativas y condicionantes de la empresa, pero que también existen quienes luchan porque la noción amplia de cultura (de la que se habló en el capítulo teórico) se plasme integrando los acontecimientos más diversos del escenario cultural.

Alguna línea editorial

Como ocurre respecto de la noción cultura, la concepción que los miembros de la sección tienen acerca de la línea editorial con la que guían su trabajo es dispareja y confrontada. El editor afirma que existe una línea editorial muy clara, que parte de una valoración estética de la producción artística y los acontecimientos culturales, y que dicha valoración está demarcada por los jefes superiores (MA y DM), por él mismo y por los reporteros, y que atraviesa la planificación y el desarrollo de la reportería. (BR, entrevista, 2009).

Al estar la línea editorial atravesada fundamentalmente por una valoración de tipo estético, que queda en manos de una cadena jerárquica de individuos, entendemos que esta, como dice Bourdieu (2000), es el resultado de una construcción social limitada, subjetiva y tendiente a la reducción y discriminación en términos de apertura valorativa. El autor indica que

todo análisis esencial de la disposición estética, la única forma considerada como "correcta" para abordar los objetos designados socialmente como obras de arte, es decir, como objetos que a la vez exigen y merecen ser abordados conforme a una intención propiamente estética, capaz de reconocerlos y construirlos como obras de arte, está necesariamente destinado al fracaso: en efecto, al negarse a tener en cuenta la génesis colectiva e individual de este producto de la historia, que debe ser reproducido por la educación de manera indefinida, dicha forma de análisis se incapacita para

restituirle su única razón de ser, esto es, la razón histórica en que se basa la arbitraria necesidad de la institución (Bourdieu, 2000: 26).

Tras haber descrito la disposición del espacio de la sección para los distintos contenidos y las concepciones que en este periódico se tiene sobre cultura (las tensiones existentes entre las actividades y acontecimientos correspondientes a lo que se entiende como cultura culta y cultura popular), entendemos que la valoración estética de la que se habla y que constituye un eje en el que se basa la línea editorial, también se concibe en relación a esos dos campos separados: el de lo estético y el de lo vulgar o popular, pero manteniendo una concepción diferenciadora, que en la actualidad ha caído en desuso y que se contrapone a la tendencia de cobertura aglutinadora del periodismo cultural actual, según se explicó en el capítulo uno. Sobre esto, Rubiano (2006) hace un breve recuento: si en el siglo XVIII el juicio del gusto es considerado una facultad de minorías, en el siglo XX la experiencia estética se extenderá, por medio del modelo industrial de la producción fordista, hacia amplios sectores de la población. En adelante, las fronteras entre arte, estética y cultura cada vez serán más difusas: en el siglo XVIII, si se quería hablar de estética había que recurrir al arte, peregrinar al salón o al museo (instituciones verdaderamente extracotidianas), mientras que en el siglo XX no hay que ir a ninguna parte, pues la vida cotidiana se estetiza mediante las expresiones masivas de la información (Rubiano, 2006: 133).

Pero a pesar de que en la actualidad la estética parecería haber dejado de ser una consideración exclusiva de las prácticas artísticas y culturales de las élites, y de que el periodismo cultural como disciplina tiende a ocuparse de la cultura en el sentido más amplio de su comprensión, la valoración estética como pauta de línea editorial en *El Comercio* aún concibe esa polarización y privilegia lo legitimado del ámbito cultural. El editor recalca en ello:

No es lo mismo Estuardo Maldonado que un pintor que recién comienza, digamos Carlos Fierro. Maldonado se merece una página

por su trayectoria (...) Valoramos mucho que se esté produciendo, y si los jóvenes están trabajando bien, también les damos espacio, pero existen parámetros (...) Si las llamadas vacas sagradas están produciendo, reconocemos mucho eso, pero si los jóvenes creadores están en una línea importante, claro que se les da espacio. (BR, entrevista, 2009).

Así, entendemos que la valoración estética, como criterio que demarca una línea editorial, se remite a la legitimidad, prestigio y reconocimiento que en el campo de las artes (legitimadas) pueda haber alcanzado determinado artista, gestor o creador, y por lo tanto, a la consecuente relevancia como “material” de generación noticiosa (la cobertura mayoritaria de acontecimientos relacionados con actividades artísticas de élite, tal como se demostrará en el capítulo tres con el análisis de contenidos realizado a la sección, corrobora esta afirmación).

Según Bourdieu (1990), al fijar un modo “legítimo” de producir y apreciar o consumir el arte, se organiza simbólicamente las diferencias entre clases. Las concepciones liberales de la cultura y las de la educación suponen que las diversas acciones pedagógicas que se ejercen en una formación social colaboran armoniosamente para reproducir un capital cultural que se imagina como propiedad común. Sin embargo, los bienes culturales acumulados históricamente en una sociedad no les pertenecen a todos. Solo acceden a ese capital artístico o científico aquellos que poseen el capital artístico o científico para hacerlo suyo; en otras palabras, quienes poseen los códigos, el entrenamiento intelectual y la sensibilidad necesarias para descifrarlos y gozarlos. Y, precisamente, la posibilidad de formación y reforzamiento de dicho capital tiene sus bases de apoyo, por un lado, en las industrias culturales y, por otro, a manera de mediadores, en las relaciones que plantean el arte en general y la sociedad contemporánea, y el papel de difusión que cumplen los medios masivos de comunicación. Y ya en este campo, la estética que se construye y se difunde logra apoyo en las plataformas, por ejemplo, de

la fotografía, las adaptaciones y las reproducciones (Bourdieu, 1990: 24).

Visto así, la valoración estética se fundamenta más en un reconocimiento y destaque de lo ya visible y legitimado que en una apertura y proyección de lo emergente, lo cual fuerza a los periodistas a una forma de autocensura al momento de planificar sus coberturas:

Los parámetros de la autocensura tienen que ver con lo que se repite sobre la naturaleza misma del diario: que es un diario conservador, etcétera, entonces, ahí se acoplan las limitaciones de tipo moral, ideológico, de lenguaje y el cierto sentido de “gusto” en cuanto a gráfica y texto: lo vulgar y lo que “tiene gusto” (...). (PF, entrevista, 2009).

Así, el *habitus* tiende a reproducir ciertas convenciones de la estructura social dentro del campo del periodismo, que se acerca más al sostenimiento de una posición conservadora y al apoyo de un *estatus quo* en materia cultural que al deslinde de las prácticas y aproximaciones más tradicionales y ortodoxas. Bourdieu sintetiza esto diciendo que

reconocer que toda obra legítima tiende en realidad a imponer las normas de su propia percepción, y que define tácitamente como único legítimo el modo de percepción que establece cierta disposición y cierta competencia, no es constituir en esencia un modo de percepción particular, sucumbiendo así a la ilusión que fundamenta el reconocimiento de la legitimidad artística, sino hacer constar el hecho de que todos los agentes, lo quieran o no, tengan o no tengan los medios de acomodarse a ello, se encuentran objetivamente medidos con estas normas (Bourdieu, 2000, 26).

Acudiendo a algunos de los principales estudios sobre estética y sus alcances, Omar Rincón (2006: 25) apunta que, según Kant, “el juicio de gusto no es un juicio de conocimiento”, y que “eso no es un juicio lógico sino estético y subjetivo, lo cual implica caer en el terreno del

relativismo, de la fragmentación del ideal estético y la imposibilidad de hacer una teoría del gusto estético que resulte de alguna forma abarcante”. Al ser el de la valoración estética un juicio fraccionario, es difícil que se tienda a superar el privilegio por las manifestaciones legitimadas de la cultura de elite y a abarcar lo popular. Los testimonios citados del editor de la sección y de algunos reporteros, junto a la disposición de portadas diarias que hemos referido, se acercan más a ese juicio que relativiza y fragmenta el ideal estético y que, de esa forma, lo concibe en relación a lo legitimado en el campo artístico.

En todo este proceso de valoración y apreciación, el medio de información se vuelve mediador entre el espacio generador del acontecimiento cultural y el individuo o la colectividad consumidora de este en forma de noticia, pero también se convierte en moldeador de una establecida estimación sobre cultura, porque, como explica Rincón (2006: 26), la estética y su apreciación se vinculan necesariamente con una explícita consideración sobre gusto y percepción, de modo que las representaciones sobre cultura generadas con esta perspectiva contendrán el juicio de valor que privilegie determinadas actividades de la cultura.

Este perfil de línea editorial constreñido a una determinada valoración estética, derivada de una concepción elitista de cultura, se contrapone a la concepción que otros reporteros de la sección tienen de ella. Recordemos que al comienzo de este apartado señalamos que existe una disparidad de criterios al respecto. En el otro extremo está la posición de quienes a la noción de cultura la relacionan con sus alcances abarcadores: “Reconozco como línea editorial una apertura, la intención de abordar la mayor cantidad de elementos para abonar al debate de lo que sea cultura...” (EA, entrevista, 2009). “BR está desarrollando una línea: la cultura vista desde una perspectiva más amplia, no solo limitarse a lo que ocurre en plazas, teatros y escenarios sino explorar fenómenos, personajes; abrirle de nuevo las puertas a la cultura popular y no dejarla solo como anécdotas

folclóricas sino analizarla más profundamente (...) Apuesta mucho por la reportería para crear debate, discusión (...)" (SD, entrevista, 2009).

Pero también están quienes dicen desconocer, o al menos no reconocer con claridad una sola línea editorial:

No creo que hay una sola línea, estamos cambiando bastante y dando oportunidad a otros temas que antes no entraban. Esto es una fortaleza, porque te da chance al cambio, y es una debilidad cuando la falta de esa línea editorial permite que llegue la superficialidad a las noticias, o la falta de equilibrio: pasa que se mezclan noticias muy bien construidas con otras completamente superficiales (FP, entrevista, 2009).

No hay una línea editorial en cuestiones de estilo, porque al haber portadas especializadas cada redactor la lleva a su manera, lo cual tampoco está mal necesariamente, pero tampoco hay una línea editorial porque desde la misma planificación no hay mayor discusión (...) El desequilibrio de estilos tal vez sea un problema por el hecho de que todas las notas aparecen firmadas con "Redacción Cultura", y al ser así, esperarías alguna forma de unidad reconocible, pero eso no pasa (...) El diario tiene esta política medio tonta de creer que otorgar la firma personal en una nota es un premio, en vez de tomarlo como una responsabilidad, porque así debería ser, que el periodista asuma lo que está haciendo (...) Esa responsabilidad implicaría también una forma de identificación con el lector y el reconocimiento de una diversidad de estilos (...) La política de haber clasificado la sección con portadas especializadas puede llevar a que cada reportero solamente se preocupe de sus temas y que no se pueda lograr una discusión y confrontación de puntos de vista en las reuniones de planificación, a menos que se lo haga solo desde el punto de vista y no desde la información, lo cual es en sí una base del periodismo (...) Me parece que el periodista cultural debe tener una particularidad especial respecto del resto de especializaciones, no sé si tiene que ver con sensibilidad, pero sí tiene que ver con la inmersión en el ambiente cultural (...) No se puede generalizar, pero sí hay casos en que los reporteros se concentran solamente en sus áreas (...). (PF, entrevista, 2009).

La falta de consenso que reflejan estas distintas apreciaciones de los periodistas habla de la ausencia de solidez de una línea editorial que integre sus diferentes aproximaciones y valoraciones sobre los acontecimientos culturales, así como de las limitaciones para que, de acuerdo con ellas, las desarrollen como noticias diferentes de las demarcadas por el estilo que refuerza la estructura, es decir, de manera menos ortodoxa que la que impulsa el *habitus* encarnado en los periodistas. Al resultar esto así, lo que termina dominando a manera de ejes articuladores de la línea editorial son los parámetros establecidos y reforzados por la misma estructura del medio. Sobre esto, Altheide indica que cada vez más las noticias son producto de una organización y no de una realidad (...) dominan los formatos donde el periodista responde a parámetros de información mecánica y no de creatividad individual o de talento (...) Los parámetros del periodismo están contruidos por los formatos y no por niveles profesionales a la hora de reportear, seleccionar los hechos, hacer análisis cuidadosos de la realidad, etcétera (Altheide y Snow: 51, en de Fontcuberta y Borrat, 2006: 66). Y en el mismo sentido, Mar de Fontcuberta (2006) apunta:

la línea editorial de la empresa informativa viene determinada por los propietarios del medio en cuestión; el hecho empresarial pasa por encima del hecho informativo, y aunque no siempre haya conflicto entre uno y otro, los intereses específicos de la empresa informativa (políticos, publicitarios, empresariales, económicos) son determinantes a la hora de promocionar a un personaje, de silenciar determinados acontecimientos o de dar una interpretación concreta a un suceso (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 62).

La posibilidad de salir de ese círculo restrictivo radica en la “venta” -argumentación suficiente de por medio- de temas nuevos, alternativos y competidores en espacio y en consecución de visibilización de otras realidades culturales que puedan hacer los reporteros, y en la aceptación que los editores tengan de estas. Pero esta posibilidad se limita, de un lado, cuando el reportero, con su “olfato” circunscrito a

su área de especialidad, no alcanza a reconocer o no se interesa por descubrir esos espacios (temas) poco visibilizados de producción y circulación de sentidos en materia cultural, o no los propone porque en el *habitus* de sus rutinas se activan también los límites de censura y autocensura, encarnados por acción de una política jerárquica que ha establecido ciertos linderos. Para acreditar esta afirmación vale repetir una parte de un testimonio apuntado anteriormente:

(...) Sí ha habido apertura a lo demás (se refiere a temas distintos, propuestos por algunos periodistas), pero esto va más allá de las decisiones que pueda tomar el editor de la sección, porque *El Comercio* es una empresa con un sistema jerárquico completamente piramidal, entonces, finalmente a quien se debe vender los temas, sobre todo las portadas y en una proyección semanal, es al editor gerente, DM. Si a él no le convence el tema, te lo tumban (...) solo si el periodista está capacitado para argumentarle, le logra vender el tema, si no, te lo tumban también; entonces, al final, la discusión que debería haber en las reuniones de planificación la hay recién a ese nivel, y es el editor gerente el que termina aceptando o rechazando los temas. (PF, entrevista 2009).

De otro lado, la limitación para efectivamente obrar en tono con una noción amplia de cultura se expresa como posible cuando, además de los reporteros, los mismos editores no están suficientemente inmersos en el ambiente cultural y tampoco alcanzan a reconocer que determinados acontecimientos conllevan el peso suficiente, a pesar de no ser reconocidos como legitimados según los parámetros que maneja el periódico, como para significar material de destaque informativo. El ámbito de mayor conocimiento del editor de *El Comercio* es el de la literatura, pues además de ejercer como periodista, es escritor (tiene dos novelas publicadas). Esto, sumado a que por las obligaciones propias de su cargo no disponga de tiempo suficiente para, por su cuenta, circular en los espacios de gestión y producción cultural, hace que su rango de visión acerca de este ámbito se restrinja, en su mayoría, a lo que sus reporteros proponen.

Durante el periodo en que se desarrolló el trabajo de campo para esta investigación, mientras pasaba en la sala de redacción acompañando las rutinas productivas, pude constatar que el editor salió en dos ocasiones a cubrir las incidencias de algún acontecimiento, y que en ambos casos se trataba de eventos convocados por el Ministerio de Cultura del Ecuador, es decir, una institución legitimada en el escenario cultural. Esto nos permite considerar que la posibilidad de coberturas en espacios distintos de los legitimados, y de que como eje de una línea editorial clara se busque una verdadera pluralización de temas y por lo tanto una generación de representaciones menos rígidas sobre cultura, radicaría en que las cabezas de la sección también ejercieran acciones efectivas para ello, pero, como hemos señalado, en *El Comercio* no ocurre de esa forma ya que se privilegia a la producción artística legitimada y el cerco que se cierra sobre ella permite pocas entradas distintas.

De nuevo nos encontramos frente a una relación confrontada: lo legitimado y lo que no lo es, y entonces vale preguntarnos si los medios de información tienen algo que ver en que lo legitimado llegue a constituirse y a percibirse como tal. La idea de legitimidad venida del espacio de producción artístico-cultural se reproduce a través de los medios de información que recogen esas “verdades” legitimadas y, además de visibilizarlas, las refuerzan como reafirmaciones de una determinada idea de lo que es cultura y arte. Cuando el editor BR habla de que hay “vacas sagradas” de la cultura que, por serlo, se merecen grandes espacios de difusión en su sección, se entiende que entre la idea de legitimidad y los medios de información que la reproducen existe un círculo de correspondencias que permite que la representación sobre esta idea se masifique en ese sentido. Los medios cooperan para que la percepción de legitimidad se construya, se disperse y se asuma como tal, y una vez que eso ocurre la reproducen, porque esa idea que ellos ayudaron a construir, y que se erige como tal en el entramado social, es lo que ellos mismos entienden como noción de legitimidad.

Sobre cómo son construidos los criterios que valoran los objetos como arte o como objetos comunes, Bourdieu (2000: 27) explica que dentro de la clase de objetos elaborados, definidos por oposición a los objetos naturales, la clase de los objetos artísticos se definiría por el hecho de que requiere ser percibida según una intención propiamente estética, es decir, percibida en su forma más que en su función. Al analizar el autor el sentido artístico de objetos construidos como tales indaga también, a través de ellos, en las representaciones que crean estas construcciones y en el estatus de legitimidad social que alcanzan por este hecho. Entonces se pregunta el autor en qué radica la frontera entre los objetos comunes y los estéticos, y para el caso de esta investigación adaptamos esa pregunta para cuestionarnos lo mismo acerca de los acontecimientos de la cultura: ¿cuáles son destacables como culturales-artísticos y cuáles no lo son, según una valoración mediática? Bourdieu (2000: 28) se sigue preguntando si la respuesta está en la “intención” del productor de los objetos, y nosotros nos preguntamos cuál es la intención que mantiene *El Comercio* al sostener una valoración de la información tal como la hemos explicado aquí.

Siendo que llegamos hasta acá partiendo de la afirmación que hiciera el editor de que la línea editorial está basada en una cierta valoración estética, cabe anotar que “al hablar de valor, necesariamente se habla de unos valores privilegiados para juzgar una diferencia. Y si esto lo ampliamos a un grupo o una sociedad, se encontrarán valores o categorías de valor estético que se privilegian, que califican, definen y dan forma a la experiencia estética y construyen el gusto socializado” (Rincón, 2006: 30). Por lo tanto, para responder a la pregunta que nos hemos planteado podemos decir que, por lo recogido y expuesto en este apartado, se puede distinguir la inclinación a sostener una diferencia que mantiene separadas las actividades y la producción legitimada de la que no es considerada así, debido a que las primeras comulgan con la valoración estética que según su editor es pilar de la línea editorial del periódico, y porque ellas, a la vez, se relacionan de manera coherente con la posición conservadora y de sostenimiento de

un determinado *estatus quo*, tal como afirmaba el criterio del periodista PF, cuyo testimonio fue apuntado más arriba.

Esta explicación acerca del perfil de la línea editorial permite comprender que cuando al periodista EA (entrevista, 2009) se le preguntó cómo cree que el periódico concibe la línea editorial sobre Cultura, él respondiera “¿quieres decir lo que piensa la señora?”, refiriéndose a la señora Guadalupe Mantilla, dueña de la empresa *El Comercio*.

Hoy: coyuntura

Tras haber demostrado que las nociones sobre cultura y línea editorial no son asumidas en consenso por todos los miembros de la sección, arribamos al encuentro con otra que, al menos desde una perspectiva, sí los convoca en una misma concepción.

En la sala de redacción se reconoce que, tal como en las secciones “duras” o *hard news* del periódico y sus respectivos ámbitos de generación noticiosa, es decir los de la Política, Economía, Seguridad, Judicial, Editorial, en el de la Cultura también se dan coyunturas que permiten generar información cotidiana para mantener alimentada y actualizada a la sección, pero se percibe un problema por el tipo de tratamiento que a las noticias se les da debido a la concepción que se tiene de esta noción:

Existe también la coyuntura cultural, lastimosamente a la cultura no se la ve como *hard news* tanto desde los periodistas como desde los lectores (...) Se la ve como parte del ocio y no como parte de las noticias importantes (...) Hemos dicho que la cultura también genera noticias, por lo tanto hay una coyuntura, pero un tratamiento más profundo se hace solo cuando se produce un escándalo a partir de una noticia,²⁹ pero no se profundiza a partir del acontecimiento general (...). (MV, entrevista, 2009).

²⁹ Para ejemplificar esto, el coordinador MV mencionó el caso de la censura que recibió la obra *Corvux Corax*, del artista guayaquileño Betto Villacís, en el marco de la muestra *Parto sin dolor*, en la Universidad Católica de Guayaquil, a inicios de diciembre de 2008.

Recordemos que en este trabajo se tomó la propuesta de Zemelman (1992) para analizar la noción de coyuntura desde dos perspectivas: a) privilegiando la “tendencia” que se cierra en su “regularidad numérica”, en su periodicidad constante, dejando al acontecimiento sin ser “absorbido por la historia” y, b) representando un momento del proceso en el cual el acontecimiento es la concreción de un proceso más general, y donde se muestra la relación entre el “estadio” alcanzado y las “potencialidades” de desarrollo del fenómeno (Zemelman, 1992: 149). Partiendo de esto se indagó en si los periodistas consideran que en su sala de redacción a la coyuntura se la entiende más como: a) el abordaje factual de la cotidianidad cultural, tendiente a registrar la regularidad de los eventos que ofrecen una agenda actualizada, o como b) el abordaje cualitativo de vinculación del acontecimiento con un contexto estructural y ubicado en una historicidad pertinente; y, tal como ocurrió respecto de las nociones de cultura y línea editorial, sobre la de coyuntura también se procuró exteriorizar una idea de amplitud, contextualización y abarcamiento, aunque se tendió a reconocer que la naturaleza del periódico obliga a aplicar un abordaje fijado en el acontecer inmediato.

Tratamos de ser lo segundo, aunque a veces nos quedemos en lo primero.³⁰ Eso depende de la reportería, si esta no es buena, nos quedamos en el mero registro (...) *El Comercio* no es *El Universo*, que tiene retazos de noticias. *El Comercio* trata, no lo logra siempre, de darle contexto a las noticias, de explicar, y para eso ahora tenemos un espacio más amplio (...) A veces se prefiere obviar ciertas noticias, pero ampliar las que lo merecen, si no, ¿para qué va a comprar la gente *El Comercio* si ya vio todas esas noticias la noche anterior en *Ecuavisa*? (...) Nuestros lectores están acostumbrados a eso, y por eso son nuestros lectores y no de otro periódico. El *Hoy*, por ejemplo, solo desarrolla en Política, pero el resto son noticias pequeñas (...) (SD, entrevista, 2009).

30 Se refiere a los dos enfoques teóricos planteados sobre coyuntura.

La forma en como se concibe esta noción y como se procesa la información a partir de ella determina la planificación del trabajo y el establecimiento de la agenda. Es la vinculación de los temas propuestos con una coyuntura la medida que finalmente puede decidir su inclusión o exclusión en el pliego de programación. En este sentido, la coyuntura está apegada al recurso de la causalidad actualizada y de la interpretación particular que se logre de los acontecimientos y de su ponderación como “hechos noticiables”. En periodismo, como en cualquier otro campo, las causas invocadas pueden ser hechos, acontecimientos, objetos, fuerzas, estados, procesos e incluso ausencias. Así entendidas, de manera reflexiva o espontánea, “cultivada” o “silvestre”, la comprensión interpretativa y la explicación causal ocupan un lugar central tanto en la vida cotidiana de cualquier actor social como en la praxis profesional del periodista (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 284).

Al no estar la sección Cultura considerada dentro de las “noticias duras”, el enfoque sobre la noción coyuntura no es el mismo que en aquellas, es decir, en ella las noticias difícilmente llegarán a alterar una planificación noticiosa establecida, sino que es evaluada en su posibilidad de visibilizar y reproducir un acumulado de acontecimientos vinculados con la cultura, circunscritos a sus recortes temporales. El coordinador de la sección explica esto:

Cada reportero encargado de sus áreas propone el tema y tiene casi una semana para reportearlo. No se trabaja bajo la lógica de las noticias diarias, porque el espacio no está construido así y porque no hay espacio para desarrollar noticias coyunturales todos los días. Al periodista no se le envía a que traiga una noticia sobre cultura todos los días, porque no hay el espacio o porque Cultura no está en el *hard news*, y, aunque hace falta desarrollar esa coyuntura, no lo hacemos, pero esto es por la lógica de la sección, que es preparar temas semanales y otorgarles una cierta extensión para la publicación (...) De todas formas, si un tema de coyuntura se atraviesa, se lo toma en cuenta pero nunca se tumbará una portada

diaria para reemplazarla por esa noticia. El lector está acostumbrado a leer tal portada tal día y por eso no podemos cambiar la portada con cualquier noticia coyuntural, lo cual sí pasa en Política, Negocios, etcétera. (MV, entrevista, 2009).

El análisis de contenidos presentado en el capítulo tres muestra cómo la forma de entender la coyuntura en su acepción reduccionista es la que prima en la construcción noticiosa, pero aquí, dos testimonios de reporteros aportan para entender que sobre esta noción tampoco existen consensos. A los reporteros se les preguntó si el acercamiento a la noción de coyuntura que se da en su sección privilegia más la tendencia, la fijación numérica de los acontecimientos, para poder armar una agenda actualizada, o si se preocupa de realizar un abordaje cualitativo, según fue definida esta aproximación en el capítulo teórico. Estas dos citas son una muestra de la polarización de criterios:

Creo que se tiende más lo segundo (a la contextualización y profundización); se trata de buscar un tema e ir más allá para proponer reflexión. La agenda de eventos siempre es un servicio y el periódico tiene que ofrecerlo, pero eso queda en un segundo plano (...) Justamente de eso se trata cuando te incentivan a proponer temas nuevos y propios, o sea, de no estar sujeto a las agendas de la coyuntura. (FP, entrevista, 2009).

Me parece interesante discutir cuáles son las diferencias entre estas dos categorías sobre la coyuntura. ¿Lo cualitativo se trata de lenguaje, de profundidad o de qué? (...) De cualquier forma, la mayoría de notas no creo que lleguen a profundizar lo suficiente para aportar al debate, pero una nota sí puede y debe tener eso, y para mí eso incluye lenguaje claro, preciso, bello; investigación, protagonistas, génesis, implicaciones, porque todo eso ayuda a comprender un hecho, ayuda a la inteligibilidad, y eso permite entender su importancia en el debate de la cultura (...) La posibilidad de que esto se desarrolle así está en que el redactor tenga la voluntad para leer, para autoenriquecerse y mantener la curiosidad. (EA, entrevista, 2009).

Como factor de categorización que influye en la noticiabilidad de un hecho, José Luis Sánchez Noriega (1998: 9) considera a los antecedentes, conocimientos, experiencias y gustos de cada periodista. El autor apunta que el periodista actúa como filtro entre los acontecimientos y la producción de noticias dispuesta para los lectores, que actúa desde su contexto personal y profesional, desde su propia sensibilidad hacia determinados temas, desde su capacidad para comprender cuestiones concretas e incluso desde su gusto personal. Como dice el periodista EA, la inclusión de esa sensibilidad particular del periodista permitiría que las noticias trasciendan el mero propósito informativo actualizado y propongan elementos que articulen debates, sin embargo, la lógica de la producción diaria de noticias y las limitaciones de la estructura mediática para salirse de las prácticas ortodoxas (puntos a los que nos referimos antes en este capítulo) dejan poco espacio de acción. Así, la coyuntura se entiende y se desarrolla en una dimensión mecanizada y rígida que se adapta a las lógicas del diario. “La ‘actualidad periodística’ encaja el tiempo histórico variable en un tiempo homogeneizado en su duración, el periodo -diario, semanal o de más larga duración- que está en la raíz del periodismo, periodista, periódico” (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 284). El resultado evidente de esto, como señala el siguiente testimonio, es uno que muestra un choque entre lo que dictamina la empresa como parte de su línea editorial y lo que consideran los periodistas:

Las nociones de coyuntura del periódico y de los periodistas pueden chocar, porque para el periódico la coyuntura puede tener que ver solamente con el trabajo actual de un artista consagrado, por ejemplo, mientras que para los redactores el trabajo de un artista emergente también puede ser coyuntural, entonces, sí hay un choque entre esas dos consideraciones. No hablo del editor, porque el editor resulta ser un intermediario del diario, y la apreciación que siempre termina ganando es la del diario, entonces, la noción de coyuntura que sobresa, que tiene que ver con la noción de cultura, es siempre la del diario (...) Casi nunca se publica nada que no esté

de acuerdo con la coyuntura como la concibe el periódico. Puede haber casos en que sí (...) si a veces se ha publicado algo es porque se ha escapado a los flujos de control. Lo que nunca se escapa son los temas de portada porque está dentro de la planificación que se hace con el editor de sección, luego con el editor general, luego con la “venta de temas” en la “reunión de primera” que se hace con los editores a las 09h00 todos los días; luego, con la confirmación en la reunión de la tarde y después con la lectura del *printer* que termina donde el editor general y el editor de diseño, que pueden terminar tumbando el tema en ese punto del proceso (...) Eso hizo, por ejemplo, el editor gráfico, PM, con el artista Manuel Cholango, que pinta desnudos y hace obras provocadoras, porque dijo que eso “no es para *El Comercio*, que resulta ofensivo” (...) En ese sentido, también hay una suerte de censura del diario que ha influido en una autocensura del periodista porque este, tras unos años de trabajo, ya se da cuenta de que ciertos temas no los van a “comprar” el gerente o el diario, y así empieza una autocensura en los reporteros (...) Muchos aún mantienen ese espíritu propositivo de buscar temas nuevos, pero finalmente entran en ese estado de confort mediante el cual desarrollas tu trabajo con base en una mecánica establecida y rígida. (PF, entrevista, 2009).

El testimonio del periodista PF aporta al reconocer que en la sala de redacción existe esta colisión de concepciones, pero que aun así, por sobre ella se encuentran los dictámenes de la empresa que acordonan a los periodistas alrededor de la que se impone como “naturaleza del periódico”: la lógica de la publicación diaria y la sujeción a una determinada valoración de los acontecimientos según parámetros que han sido revisados, y que está por encima de sus controles. En esa medida, la noción de coyuntura, a pesar de sí inscribirse en una proyección profundizadora de los hechos, todavía refleja estar apegada a un abordaje factual que tiende a elaborar una agenda actualizada de los eventos culturales y que los simplifica en su dimensión estructural. “Trabajamos con los dos conceptos (de coyuntura, N.d. E.), pero muchísimo con la parte factual, anunciamos mucho, ofrecemos una agenda y cubrimos eso” (BR, entrevista, 2009).

“Se debe tener un equilibrio, no puedes dejar de lado la agenda porque el periódico es útil, a la gente le sirve para saber lo que está pasando (...) Ahora se desarrollan temas desligados de la cotidianidad, pero también estamos pendientes de las agendas” (SD, entrevista, 2009).

La desventaja radica en que esa coyuntura, entendida como “lo que ocurre en el momento”, como “la noticia en construcción”, no alcanza a comprender, como explican de Fontcuberta y Borrat (2006: 280), que “la actualidad no es puro instante efímero. Dura. Es presente histórico, de variable duración, contextualizable sincrónicamente con lo que está ocurriendo en otros lugares, y diacrónicamente con pasados y futuros diversos, de corta, media o larga duración. Precisamente porque dura, la actualidad convoca al relato: necesita ser narrada para ser conocida”.

Edgar Morin (1994) sostiene que vivimos bajo el imperio de la disyunción, reducción y abstracción, cuyo conjunto constituye lo que denomina “paradigma de simplificación”. Afirma que fue Descartes quien formuló ese paradigma maestro de Occidente, y que si bien permitió desde el siglo XVI los enormes progresos del conocimiento científico y de la reflexión filosófica, sus consecuencias nocivas aparecieron en el siglo XX. Entonces se entendió que la simplicidad ve lo uno y ve lo múltiple, pero no ve que lo uno puede, al mismo tiempo, ser múltiple, y, en consecuencia, o bien separa lo que está ligado (disyunción), o bien une lo que es diverso (reducción), y, por lo tanto, distorsiona (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 36).

La simplificación o reducción de la coyuntura al registro cotidiano de ciertos acontecimientos culturales se acerca a la tesis de Morin (1994), que explica que la disyunción en el conocimiento se vio agravada por la reducción de lo complejo a lo simple y por una hiperespecialización que fragmentaría todavía más el “tejido complejo de las realidades” (en de Fontcuberta y Borrat, 2006: 36). Los testimonios de los periodistas que certifican la inclinación del periódico por abordar los acontecimientos de la cultura de elite y desarrollarlos con la inmediatez

que marca la coyuntura de la agenda, plantean una aproximación especializada al acontecer cultural en la que se vuelve proclive el descuido por las coberturas abarcadoras que intentan desarrollar como parte de la línea editorial.

De Fontcuberta (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 38) aproxima los enunciados de la simplificación a la producción periodística, y afirma que en un mundo en donde los conceptos de país/nación conviven con realidades supranacionales de alcance cada vez mayor, donde una persona ya no se define en términos de una sola identidad sino de varias, los medios deben producir una información suficiente para que el receptor pueda analizar y entender los distintos componentes de una realidad que siempre tendrá un lado oscuro; sin embargo, los diagnósticos sobre el trabajo de los medios dan cuenta de que la mayoría actúa en relación inversa al progreso de la sociedad en este sentido: la inmensa mayoría de los medios de comunicación es protagonista indiscutible de esta afirmación.

Una aproximación simplificante y reductora de coyuntura hará más difícil que el trabajo periodístico logre indagar en los pasados de los acontecimientos y disponga un seguimiento de sus implicaciones y consecuencias, por lo tanto, como explicó el periodista EA, es muy probable que no alcance para abonar al debate de la cultura.

Fuentes, reportería y pauta de contenidos

En el proceso de producción informativa la reportería juega un papel trascendental para delinear la argumentación, el enfoque y los distintos sustentos que se les da a las noticias. La reportería condensa y despliega, a manera de núcleo detonador, todas las disposiciones para la acción que se encarnan en el *habitus* del periodista y que le conducen a cumplir con un determinado proceso de producción informativa.

Una vez presentadas y discutidas las propuestas en las reuniones de planificación, los periodistas empiezan a desarrollar el proceso de

reportería, mismo que, si se lo tuviera que mostrar en una secuencia, se lo plantearía así:

Fuentes ↔ Reportería ↔ Pauta de contenidos

Las propuestas que se presentan en las reuniones de planificación ya incluyen al menos un esbozo acerca de las fuentes de las cuales el periodista se valdrá para desarrollar sus noticias, de modo que la reportería empieza a desarrollarse incluso antes de que los periodistas salgan al campo para levantar información o acudan a otras fuentes, como la Internet, para continuarlas.

El trabajo de campo realizado en *El Comercio* permitió establecer que el entorno de las fuentes de información para la sección Cultura se alimenta básicamente de dos recursos: el de los boletines de prensa, provenientes de agentes e instituciones culturales (públicas o privadas) y el que se crea a partir de la inmersión del periodista en la escena artística (local e internacional),³¹ que maneja y gestiona su producción por fuera de los espacios institucionales, lo cual le significa la potencial creación de lo que se conoce como agenda propia. Se hace referencia a los boletines y no a las conferencias de prensa porque en el ámbito cultural local no es muy frecuente la convocatoria a estas. Se dan casos cuando las instituciones, generalmente estatales, tienen que emitir alguna información de interés público (cuentas, resultados de convocatorias, aclaraciones de acusaciones, lanzamientos de campañas), pero incluso para comunicar esto es frecuente que se recurra a boletines. Por el lado de las instituciones privadas, las convocatorias a conferencias de prensa suelen darse en casos de lanzamientos y presentaciones de obras y exposiciones, y para anunciar inauguraciones de certámenes culturales. Mientras que, al hablar de la creación de la agenda propia por parte de los

31 Resulta elemental comprender que en la actualidad el trabajo periodístico relacionado a todas las áreas del sistema social no se restringe únicamente a lo que acontece en el plano local-nacional donde se desempeña, sino que las varias plataformas y vías de interconexión virtual posibilitan aprehender acontecimientos de otras latitudes y procesarlas como noticias para ser publicadas en el mismo diario -en este caso- de circulación en el territorio ecuatoriano.

periodistas y decir que esta tiene su condición de posibilidad en la inmersión que ellos realicen en los escenarios culturales locales e internacionales, nos referimos a la necesidad de que, como decía el coordinador MV en uno de los testimonios citados previamente en este capítulo, los reporteros desarrollen su olfato periodístico y se fijen en las dinámicas del acontecer cultural más allá de lo que es promocionado por las instituciones legitimadas. Y respecto a esto en el ámbito internacional, se habla del aprovechamiento de las distintas plataformas virtuales de información para ampliar el rango de visión acerca de un acontecer cultural que resulte importante.

Las fuentes institucionales

La relación de los periodistas con fuentes institucionales no se refiere exclusivamente a la que involucra un vínculo unidireccional de emisión desde estas hacia ellos, sino, en general, al contacto establecido y permanente que estos sostienen con ellas en una relación mutua, es decir, la que se da ya sea cuando las fuentes emiten comunicados o cuando los periodistas acuden a las fuentes, más comúnmente por medio de llamadas telefónicas para consultar acerca del “movimiento” en sus reductos.

Yo no haría la diferenciación por si me enviaron la información o si yo la busqué sino por el origen de esta, que al final es el mismo: el institucional. En ese sentido, diría que la información que procesamos proviene en un 60 por ciento de fuentes institucionales (boletín, llamada de averiguación, presencia en el lugar para enterarse de las novedades), y el 40 por ciento de lo que uno busca poner en escena, o sea, la agenda propia. (EA, entrevista, 2009).

Los boletines y comunicados de prensa que convocan y anticipan información constituyen un elemento importante como fuente de los contenidos a ser programados en la pauta temática de las secciones periodísticas. En la sección Cultura de *El Comercio* los boletines significan un punto de partida o un primer eslabón para entrar en contacto con los acontecimientos noticiables y a partir de ellos iniciar

el desarrollo de las noticias: “para nosotros el boletín es solo una referencia, a partir de él vamos a reportear. A veces lo utilizamos para noticias breves, pero nada más, eso es política de la empresa en todas las secciones”. (BR, entrevista, 2009).

Partiendo de que los boletines efectivamente funcionan como un primer anuncio acerca de algún nuevo “movimiento” en los espacios generadores de información cultural, es preciso reparar en cuáles son estos y en qué ambientes se inscriben las fuentes que principalmente proveen información y terminan siendo visibilizadas en la sección.

Este perfil de la indagación ancla directamente con la concepción de cultura que se maneja en la sección y con la resultante línea editorial que se establece. Como se apuntó, si bien entre los periodistas existe la disposición para que la línea editorial se dirija a la apertura del abordaje temático, la mayoría de la información que se procesa en la sección está relacionada con las manifestaciones legitimadas en el espacio hegemónico de producción cultural. En esta medida, lo que tiene que ver con las fuentes informativas no se desvía de la tendencia, pues, como dicen los testimonios, la mayoría de los temas desarrollados y agendados proviene de fuentes del circuito institucional, con lo que la posibilidad de entender la cultura en tanto pluralidad, conflicto y procesos (Rubiano, 2006) entra en riesgo.

Si bien tendemos a ser algo más pluralistas, creo que por muchos años *El Comercio* manejó la cobertura de cultura desde lo culto. No hay que olvidarse a quién está dirigido el periódico: clase media-alta, segmentos universitarios, pero mi posición es de que deberíamos escribir para todo el mundo. Hemos incluido temas de provincia; expresiones culturales populares, pero creo que los corresponsales siguen concibiendo a este como un espacio de élite y no proponen temas que podrían entrar, temas que existen y deben explorarse. (MV, entrevista, 2009).

En la sala de redacción de *El Comercio*, el agendamiento de temas se determina con base en las propuestas de los redactores más que

en las disposiciones de los editores de sección o de los directivos del periódico: “los temas provienen más desde los redactores, ellos proponen, debatimos y llegamos a un consenso. A mí me presentan los temas y los ejes de desarrollo; yo casi nunca los discrimino, los pongo en el plan y luego discutimos en la reunión de planificación. Discutimos el género a desarrollar, los ejes, etcétera” (MV, entrevista, 2009). “Nosotros respetamos mucho la capacidad de propuesta que tienen ellos (los reporteros). Luego pulimos los “cómo” y vemos si es viable. Hacemos lo que se llama pre-reportería: indagar antes de entrar al campo minado” (BR, entrevista, 2009).

En adición a esto, lo que cabe resaltar es la rutina que, a manera de generalidad, se practica en la sección, así como la forma en que el periodista lleva integrada esa práctica en su desempeño diario.

El periodista depende del periodista que es (...) Me parece que es una debilidad de aquí y de casi todas las secciones de Cultura el no desarrollar el olfato periodístico, y esto tal vez porque no hay necesidad de hacerlo, ya que el espacio físico, o sea, de extensión, no da para tanto, y en cuanto a la lógica de desarrollo periodístico, tampoco (...) Este es un problema estructural de la empresa (...) pero hemos empezado a incentivar esto practicando lo que puede llamarse investigación en cultura (...) o periodismo de precisión que, se dice, solo se desarrolla en política, negocios, economía, etcétera, pero yo mismo desarrollé un tema de cultura con un periodista, fue un tema sobre patrimonio cultural (...).³² (MV, entrevista, 2009).

En la sentencia “el periodista es el periodista que es” se inscriben las tensiones intrínsecas de las nociones *habitus* periodístico, como eje de acción, y campo en tanto estructura de condicionamiento, ambas en una relación de reciprocidad y perpetua alimentación: el campo

32 El entrevistado cita un caso relacionado con Patrimonio Cultural, el tema: el huaquerismo, y dice: “La periodista que cubría eso, y que luego renunció, nos llamó la atención sobre esto porque nos dijo que no se hacía investigación sobre cultura, entonces la enviamos a hacer la investigación sobre el huaquerismo, una investigación que le tomó dos meses ya que tuvo que hacer cartas a la Cancillería, al Ministerio de Patrimonio Cultural, al Instituto de Patrimonio, con firmas del director del periódico para que le respondan, y las respuestas se demoraban 15 días en llegar ()” (MV, entrevista, 2010).

que condiciona la formación del *habitus* y el *habitus* que despliega un determinado condicionamiento que resulta funcional en la práctica cotidiana del periodismo. “(...) El boletín te da un inicio, pero para sacar más información hay que ir a las fuentes. A mí me gusta mucho investigar y leer previamente para de ahí hacer la cobertura. Lo importante es la preparación previa de cada uno” (FP, entrevista, 2009). Sobre el proceso de reportería vale apuntar lo siguiente:

El primer y decisivo paso³³ es la selección, que incluye dos actividades: la inclusión de determinados hechos para convertirlos en material noticioso y la exclusión de otros. Las razones que las guía son de diversa índole, pero responden a tres factores: a) la demanda de información del público; b) el interés de un medio en dar a conocer a su público determinados hechos; y c) el propósito de distintos sectores de la sociedad de informar al público, a través de los medios, de distintos hechos que sirvan a sus intereses. A ello hay que sumar dos factores más: la influencia de la denominada comunicación estratégica, practicada desde los diferentes gabinetes de comunicación de las organizaciones, y la ejercida por la publicidad sobre el área informativa de los medios. Ambas pueden incidir en la pauta al silenciar o potenciar determinadas noticias. Todas estas razones implican cinco tipos de presión sobre la información y suponen una negociación, no exenta de conflictos, que decide el contenido final del medio (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 38).

En este planteamiento se disgrega la relación y las tensiones entre los tres momentos de la secuencia planteada como parte del proceso de reportería y que termina con la determinación de la agenda o pauta de contenidos. Entre esos cinco tipos de “presión” sobre la información, los que se citan como *el propósito de distintos sectores de la sociedad de informar al público, a través de los medios, de distintos hechos que sirvan a sus intereses, y la comunicación estratégica, practicada desde los diferentes gabinetes de comunicación de las organizaciones*, son los que se acercan con más precisión a lo

33 El primer y decisivo paso para cumplir con la consecución de la secuencia planteada en la figura 3.

que en este apartado apuntamos como la relación establecida con fuentes institucionales, a decir, instituciones productoras y difusoras de manifestaciones y gestión cultural y artística: teatros, escuelas, galerías, instituciones del Estado relacionadas, que en la práctica mantienen a las redacciones culturales de los medios constantemente abastecidas de información y sirven, con fuerte incidencia, como punto de partida para la construcción de la noticia cultural. Durante el trabajo de campo realizado para este trabajo pude acompañar a tres periodistas a realizar la reportería para sus noticias, y en la mayoría de casos acudimos a cubrir acontecimientos que habían sido convocados por instituciones públicas o privadas, entre ellas el Ministerio de Cultura, la Fundación Guayasamín y el Teatro Sucre, y solamente en una ocasión acompañé a una periodista a que realizara una entrevista a un miembro de una banda de rock que estaba promocionando su primer EP. Lo común es que estos actores culturales difundan su información independientemente (a menos que vayan a realizar alguna presentación en los escenarios de las instituciones legitimadas) y que lo hagan por medio de boletines de prensa, lo cual nos regresa al primer eslabón con el que inicia el proceso de la reportería.

Hay que dejar constancia, dice Alsina (2005: 192), del peso de las fuentes institucionales, ya que, en primer lugar, son de fácil acceso porque tienen gabinetes de comunicación que proveen a los periodistas de información autorizada y, en segundo lugar, están legitimadas como fuentes de consulta obligatoria de acuerdo con las normas del trabajo del periodista. Un testimonio específico al respecto afirma que “hay mucha presión de las instituciones culturales para pedirte que te publiquen cualquier cosa que mandan: a la semana tenemos que borrar dos mil emails que mandan a cultura@elcomercio.com. Ni cuando estaba en la sección Quito recibí tantas presiones (...) En Cultura me llega un promedio de 800 emails diarios” (MV, entrevista, 2009).

A los e-mail y los boletines enviados se les somete a una suerte de filtrado para escoger lo que, según los parámetros editoriales

de los que hemos hablado a lo largo de este capítulo, se ajusta a la noción de cultura que maneja *El Comercio*, y resulta que de esa filtración los que tienen más posibilidades de ser tomados en cuenta son, precisamente, los provenientes de las instituciones legitimadas. El periodista, al escoger sus fuentes o adoptar cierta información que le llega y desestimar otra; al entablar sus relaciones, reforzarlas en el tiempo y reincidir en su consulta, inicia una cadena de construcción de representaciones sobre un determinado discurso que en el transcurso de su procesamiento va alimentándose tanto de los sentidos que quiere imprimirle la fuente como de los que el periodista le otorga cuando la convierte en noticia. Mc Quail y Windahl (1984: 184) señalan que el “selector” de información (lo que en varios estudios anglosajones es denominado *gatekeeper*) es una parte de un sistema más amplio de relaciones sociales y de controles normativos. Se trata de una relación que surge de una negociación en la que los intereses profesionales de los participantes, las metas de la fuente original y de los intereses de los lectores potenciales desempeñan un cierto papel. Según explica Tuchman (1983: 177), el periodista construye su noticia a través de las tipificaciones de los acontecimientos, así como de sus propias generalizaciones en lo que respecta al trabajo informativo, es decir, lo que da como presupuesto en su práctica profesional en una exteriorización del *habitus* y la historicidad encarnados. Entre los destacados de esas generalizaciones que se despliegan en las dinámicas de producción informativa, la autora reconoce que para los periodistas las fuentes de las noticias deben tener carácter de credibilidad -legitimada-, y que los individuos situados en los lugares más altos de las jerarquías organizativas pueden ofrecer una información más directa y por tanto con más garantías de credibilidad.

La conversión acontecimiento-noticia en la que interviene el periodista implica una posición de poder que permite la visibilización de determinada información y no de otra, y que expresa en esa práctica la interiorización de determinadas estructuras que vuelven rígido su

accionar y que le llevan a sacrificar sus criterios para privilegiar los que dictamina la empresa. La periodista AC comenta a respecto:

Aquí eres periodista y lo que tienes que hacer es hacer bien tu trabajo de acuerdo a lo que aprendiste en tus estudios y a lo que aprendes aquí (...) Donde sí hay límites es en saber afinar los criterios de noticiabilidad para saber darle la debida importancia a una noticia. Hay cosas que son noticias porque sí, por lógica (...) Por ejemplo, el caso de los conciertos de Alex Alvear y Shakira.³⁴ Por más que uno pueda inclinarse por el más músico hay que pensar en el grueso de los lectores, y para ellos lo importante es Shakira, entonces se sacrifica el criterio personal por lo que a la mayoría de la gente le va a interesar (...) En el caso de los espectáculos es más importante lo que es conocido porque te van a leer más, pero hay que aportar con más ángulos sobre lo mismo. Mi trabajo no es promocionar a nadie, mi trabajo es contar cómo un proceso artístico-cultural llegó a madurar. No hacemos publicidad, informamos sobre lo que a la gente le puede interesar (AC, entrevista, 2009).

Es importante caer en cuenta de las formas que toma la interrelación entre las fuentes y los periodistas, pero también es importante atender el papel que juegan las fuentes en la producción de la noticia. Sobre esto último, Wolf (1981: 279) señala que al analizar la producción de la noticia se constata que la actividad realizada no siempre se traduce en la oferta de información según los valores profesionales, sino que se ha de respetar la forma espacio/temporal del medio o incluso se ha de sacrificar alguna noticia para mantener unas buenas y productivas relaciones con las fuentes. Sobre esto, se había citado unos testimonios del periodista PF en los que comentaba las relaciones comerciales que *El Comercio* mantiene con determinada empresa propietaria de un complejo de cines, o aquel en el que contaba que suelen llegar órdenes de la dirección del periódico para que se cubra

34 Alex Alvear es un músico ecuatoriano de gran reconocimiento a nivel continental. En 2007 presentó su disco *Soñando con Quito* justo el mismo día en que la cantante colombiana Shakira daba su concierto en el Estadio Olímpico Atahualpa. La mayoría de los medios de información dio total cobertura al concierto de Shakira y casi ignoraron la presentación de Alvear.

determinada exposición porque el o la artista son amigos de la dueña del periódico.

Agostini (1985: 433) plantea dos consideraciones importantes: primero, las fuentes mejor situadas en el orden y en la jerarquía de la sociedad condicionan a los periodistas porque son las más sistemáticamente consultadas y así se refuerza la interrelación que las legitima frente a las audiencias. Segundo, la misma organización del trabajo periodístico cotidiano impone límites y condiciones a la red de fuentes y, por consiguiente, a la profundización del periodista, lo que en casos, como lo menciona el testimonio del periodista PF, puede llevar a los reporteros a instalarse en un “estado de confort” que los circunscribe a sus relaciones con fuentes recurrentes.

Como la noción misma de cultura y la consolidación de una línea editorial, la relación con las fuentes oscila entre un vínculo mayormente reforzado con los agentes consagrados del ambiente cultural y su implicación en el ámbito privilegiado de la producción artística, y un universo que pretende ampliarse, dar cabida y encontrarse con los aspectos y expresiones de la cultura popular para reforzar la que una vez fuera una sección de abordaje y acercamiento amplio. Mientras esto se da, en la cotidianidad de la producción siguen manteniéndose las luchas internas por la integración de temas y enfoques salidos de lo rutinario y divergentes de lo que determina la estructura empresarial. Disputas que existen, aunque la práctica cotidiana y los testimonios indiquen un cierto equilibrio de tensiones; luchas que primordialmente giran en torno al acto de nombrar y donde se encuentra el poder de incluir y excluir, calificar y descalificar, de legitimar o no, de dar voz, de convertir un hecho en un acontecimiento público. Ese poder se concentra en quien elige la noticia de primera página,³⁵ en aquel que selecciona una foto, en el encargado de decidir los espacios que van a ocupar finalmente los diferentes productos informativos. Esta lucha es la que entablan los periodistas en el interior de este campo,

³⁵ En este caso se trata del establecimiento de las portadas diarias, que son los espacios más amplios de la sección.

y dentro de relaciones de trabajo concretas (Berger, 1997: 13 en de Fontcuberta y Borrat, 2006: 59). Habíamos mencionado que en las dinámicas cotidianas de *El Comercio* se da una reunión a media tarde denominada reunión de primera, y que sirve para que el equipo de editores decida qué noticias y fotografías ocuparán la primera plana del periódico, y que, en el caso de Cultura, de ser considerada alguna para esa página, se le ubica en el espacio más pequeño del encabezado del periódico.

Como explica Tuchman (1983: 175), la noticia es, ante todo, un fenómeno negociado dentro de un complicado sistema de jerarquías organizacionales, y es fruto de los sucesos producidos dentro de una red de noticias que privilegia fundamentalmente los asuntos provenientes de las instituciones sociales, en este caso, las instituciones vinculadas con la producción cultural, de modo que al privilegiar la publicación de determinada información y ocultar otra, los medios de comunicación de masas ejercen unas funciones sociales que ya están institucionalizadas: ofrecen información a los consumidores y refuerzan la presencia de instituciones sociales ya consolidadas.

Según Lavolsi (1985: 393), al primar en las dinámicas periodísticas el uso de fuentes institucionales lo que se establece a la vez es una institucionalización de las fuentes, por medio de la cual una serie de actores sociales tiene una especie de derecho de acceso semiautomático a los medios de comunicación, tanto en lo que se refiere a transmitir el mensaje que desean como a conseguir la rectificación de una información que les afecta y con la que no están de acuerdo. Dicho de otra forma, esta institucionalización de las fuentes lo que crea es una red de fuentes de rutina que son consultadas habitualmente, y como estas suelen ser las fuentes privilegiadas o legitimadas de las que se ha hablado, nos encontramos con que las fuentes institucionales privilegiadas que permiten una rutinización o institucionalización de las fuentes son las mismas. Los medios de

comunicación sitúan a sus periodistas en una serie de instituciones legitimadas como fuentes, pero a su vez la situación de los periodistas en estas instituciones refuerza la legitimación pública de las mismas (Alsina, 2005: 193).

Si en *El Comercio* un promedio del 60 por ciento de noticias procesadas parte de boletines emitidos por instituciones legitimadas, es posible entender que esa relación de correspondencias entre las fuentes y el medio que refuerza su carácter legitimado se mantenga estable y útil a los fines de ambos actores.

La agenda propia

Las luchas o tensiones por proponer temas y publicar noticias se expresan, en menor y mayor grado, desde en las reuniones de planificación y hasta en las disputas de tinte ideológico, comercial, moral y estético que pueden desplegarse a lo largo del proceso de producción informativa. Un momento en el que estas luchas se despliegan es cuando los reporteros arman y proponen lo que viene a ser el segundo ámbito de generación de información: la llamada agenda propia, esa que el reportero logra como fruto de su circulación por los escenarios de producción y difusión cultural, para rescatar fuentes distintas de las institucionales. Frente a las institucionales, Alsina (2005: 193) menciona estas como fuentes no habituales y no rutinarias que deben ser buscadas por los periodistas. Estas tienen el potencial de aparecer, según el autor, fundamentalmente en casos del periodismo de investigación, cuando hay que ir más allá de la información de fácil acceso, pero apunta que existen intentos de parte de algunas instituciones por fomentar el uso de fuentes alternativas a las rutinarias o habituales, que son las que en *El Comercio* se incentiva descubrir y desarrollar para que los reporteros construyan sus agendas propias.

A manera de valor cualitativo, este incentivo es asumido como de mayor autonomía, y en el proceso de consolidación de una línea

editorial en la sección Cultura de *El Comercio* figura virtud promovida desde los cargos directivos. “La sección estaba un poco descalabrada y su trabajo, que está en proceso de solidificación, se basa en lograr que los periodistas tengan sus agendas propias y que propongan temas que se salgan de las coyunturas institucionales” (SD, entrevista, 2009). Si bien lo más visible de la escena cultural es directamente abordado, “lo invisible se sujeta a las agendas propias de los redactores y lo ponemos en escena siempre y cuando hagamos una valoración de que sí le puede interesar al lector” (BR, entrevistas, 2009). Así, lo relacionado con el establecimiento de las pautas de contenidos “mucho tiene que ver con las propuestas de los periodistas y también con las fuentes generadoras de la información, porque los periodistas están inmiscuidos en sus fuentes y, si bien consiguen información de manera autónoma y proponen sus temas, también se deben a sus fuentes” (BR, entrevistas, 2009).

Como aseveran los periodistas, la posibilidad de armar y reforzar una agenda propia de contenidos por fuera de las convocatorias institucionales se basa en la afinación que le den a su “olfato”, y en el interés que pongan en observar lo menos visible del acontecer cultural, para a ello extraerle el potencial informativo y noticiable, lo cual, a la vez, se determina por la acumulación de los capitales que ellos manejen y que quieran potenciar. El siguiente testimonio permite entender que la consideración de temas como relevantes, interesantes y pertinentes se afina a medida que la relación con las fuentes se va estrechando y se aprende a manejarla para sacarle el mejor partido: “(...) es cuestión de tiempo. Al comienzo crees que todos tus temas son importantes, ‘como para portada’, pero luego te das cuenta de que las fuentes te quieren sorprender para que les hagas promoción, pero nosotros no hacemos eso sino periodismo (...) Conforme pasa el tiempo se estrechan las relaciones con las fuentes, pero se trata de que esas mismas personas te ayuden a conocer más de los temas y a más gente que te pueda aportar otras aristas sobre los temas (...) Así logramos fijarnos en lo visible porque es actual y en lo que no se ve porque también tiene su valor” (AC, entrevista, 2009).

Una vez que esto se da, es decir, cuando los periodistas logran desarrollar una inmersión autónoma en los espacios de producción cultural y artística y empiezan a construir la agenda propia que se les incentiva, viene la fase de negociación al interior de la empresa para que sus propuestas terminen convirtiéndose en noticia. Así, la construcción de una agenda propia implica de por sí su inmersión en un campo de tensiones que, por un lado, incentiva su construcción y, por otro, limita y condiciona sus alcances. Estos se debaten, entre otros aspectos, en relación a los ámbitos de cobertura (manifestaciones de la cultura culta versus las de la cultura popular; el gusto y la valoración estética editorial en consideración al nicho de lectores) y a la potencial cercanía que los temas propuestos puedan tener con ámbitos distintos a la cultura: la política, la economía, el deporte.

Es en esta fase de negociación que se logra distinguir cómo el campo en tanto estructura, y el *habitus* en tanto práctica, se relacionan en virtud de sus características específicas: las relaciones de condicionamiento y construcción cognitiva que les son inherentes entran en rango de tensión. Las estructuras objetivadas en rutinas y procedimientos, que dentro de las empresas informativas sirven como eje para la socialización del periodista, tienen que ver con un tipo de aprendizaje que plantea los límites y la forma que adquiere el desarrollo de la práctica periodística, y que depende, por ejemplo, de los criterios de noticiabilidad, de la relación con las fuentes, del carácter técnico que se les imprima a los productos informativos, de las disputas por el rating y de las demandas del mercado (Cervantes Barba, 1995: 114). De esta forma, la efectiva puesta en escena de una agenda propia dependerá de la flexibilidad que exista para dar cabida a una práctica menos ortodoxa del periodismo cultural y de que los parámetros de la línea editorial se distiendan en ese sentido; sin embargo, como se ha revisado, a pesar de que estos pretenden dirigirse hacia una apertura temática, siguen privilegiando los espacios legitimados de la producción cultural, por lo tanto, la práctica periodística se desarrolla con autonomía relativa en relación a las

determinaciones externas provenientes, sobre todo, de los grupos de poder público que actúan como fuentes y que se encuentran también organizadas de acuerdo a exigencias e intereses propios (Cervantes Barba, 1995: 100).

Una consecuencia, según menciona este testimonio, es la tendencia a la limitación de propuestas autoimpuesta por los mismos periodistas que reconocen estos límites establecidos:

(...) Tras unos años de trabajo, el periodista se da cuenta de que ciertos temas no los van a “comprar” el gerente o el diario, y así empieza una autocensura en los reporteros. Muchos aún mantienen ese espíritu propositivo de buscar temas nuevos, pero finalmente entran en ese estado de confort mediante el cual desarrollas tu trabajo con base en una mecánica establecida y rígida (...) Los parámetros de la autocensura tienen que ver con lo que se repite sobre la naturaleza misma del diario: que es un diario conservador, entonces, ahí se acoplan las limitaciones de tipo moral, ideológico, de lenguaje y de un cierto sentido de “gusto” en cuanto a gráfica y texto (...) (PF, entrevista, 2009).

Al estar la pauta de contenidos atravesada por estas consideraciones de carácter restrictivo, las representaciones que se generan sobre cultura contendrán características similares por cuanto hacen parte del sistema en el que son producidas. Los conflictos y las tensiones al interior de los medios en el proceso de establecimiento de las pautas de contenidos se deben a su naturaleza de ser, por una parte, productos de consumo sujetos a las leyes de un mercado con alta competencia y que buscan un lucro, y, por otra, por ser actores estratégicos de la sociedad de la información y el conocimiento, y por lo tanto ineludibles constructores y transmisores de las bases, imágenes y valores en los que las sociedades se reconocen y se perpetúan (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 59), de modo que en la forma en que se constituya la pauta de contenidos radica el poder de conformar un paquete de representaciones acerca del ámbito que se evoca, en este caso, el de la cultura vista desde el periodismo cultural.

La teoría de la *agenda – setting* o de pauta de contenidos dice al respecto que los medios de comunicación influyen de tres maneras en la forma en que la gente ve el mundo: estableciendo los temas sobre los que la gente debe hablar; ofreciendo las perspectivas que debe adoptar sobre los temas de los que habla, y jerarquizando su importancia. Esta teoría ha demostrado que el público percibe que los hechos que seleccionan los medios como noticias son los hechos que es necesario conocer, y sobre los que hay que opinar. El establecimiento de esas prioridades entre los receptores consigue que un tema se convierta en foco de atención pública, de pensamiento y de discusión, y es el primer peldaño en la formación de la opinión pública (de Fontcuberta y Borrat, 2006: 59).

Con respecto a las representaciones que construyen los medios de comunicación, se había apuntado que el acto de informar implica un proceso de *transformación*, por cuanto es menester del periodismo describir (identificar y calificar hechos), contar (narrar acontecimientos) y explicar (proporcionar los motivos de esos hechos y acontecimientos). Mientras que desde la perspectiva de un proceso de *transacción*, el acto de informar, como forma de construcción social de sentidos, implica que el objeto de intercambio que circula entre los participantes de este acto entre emisor y receptor sea algún saber que uno de ellos, en principio, posee y el otro no; que uno de ellos está encargado de transmitir y supuestamente el otro de recibir, comprender, interpretar, al mismo tiempo que de experimentar una modificación de su acervo de conocimientos (Charaudeau, 1997:51). Por lo tanto, el sentido y las representaciones que se generan no están dadas de antemano, sino que se construyen mediante la acción lingüística del hombre en situación de intercambio social (Charaudeau, 1997:51). Lo importante es caer en cuenta que estas construcciones son posibles, además de por las definiciones que en la sección Cultura de *El Comercio* se sostienen sobre cultura, línea editorial y coyuntura, por el establecimiento de redes de relaciones entre periodistas y fuentes, porque así es como se determina una

configuración informativa del mundo. Con esto, el mundo se ordena a partir de los criterios puestos en relieve por el medio de información, y mediante su puesta en práctica dentro de las rutinas periodísticas se logra visibilizar determinados territorios, instituciones y tópicos, mientras que otros quedan en la penumbra o en la más completa oscuridad (Alsina, 2005: 194).

Estudio de caso: La línea editorial en *El Comercio*

El escenario de la línea editorial de lo cultural

Entre abril y agosto de 2010, la sección cultural de *El Comercio* sufrió varias modificaciones: los contenidos de entretenimiento pasaron a formar la sección Espectáculos, siendo esta la más nueva del periódico; el número de redactores se redujo de cinco a uno, con experiencia en artes escénicas y conocimientos en crítica de bellas artes, y, por tres ocasiones, el editor cambió. Todo esto se dio para “apuntalar una política editorial de separar lo que es cultura ‘heavy’ y cultura ‘light’”.³⁶

En ese contexto, y con el propósito de evidenciar si una directriz editorial cercana a la representación de “cultura culta” se afirmó con el cambio de editores en la sección Cultura de *El Comercio*, se seleccionaron seis semanas de producción periodística bajo la direcciones de Byron Rodríguez, Marcos Vaca e Ivonne Guzmán, quien desde el 16 de agosto de 2010 es la editora.

Cuerpo de análisis

Guía de análisis

El material de las seis semanas se analizó a partir de una guía de codificación que se centró en la clasificación de cultura culta,

³⁶ Entrevista a informante de *El Comercio*, 20 de agosto de 2010.

masiva y popular que, como se señaló en el apartado teórico, no es rígida en el ejercicio actual del periodismo cultural. Este ejercicio se caracteriza por cruces de manifestaciones culturales diversas en un mismo espacio mediático. Además, en la guía se consideraron datos relacionados con el despliegue dado en cada momento de dirección editorial (ubicación en el periódico, jerarquía en la página y dimensión de la nota periodística) y con las características del tema cultural (autoría, procedencia, tema y género periodístico).

En total, la guía de codificación constó de 12 variables de análisis (Anexo 5) y se la utilizó para estudiar un total de 351 notas periodísticas que se publicaron del 19 de abril al 2 de mayo, del 10 al 23 de mayo y del 16 al 29 de agosto de 2010. Cada nota periodística sobre cualquier manifestación cultural, publicada en portada, contraportada y las páginas de Cultura y Espectáculos, con titular y su correspondiente recuadro de diagramación, se consideró como unidad de análisis.

De la aplicación de la guía a las 351 notas periodísticas, correspondientes a 42 ediciones impresas, se obtuvieron seis tablas de datos -una por cada semana analizada-, que se resumieron o tabularon en tres tablas para obtener los resultados por cada variable de la guía, según el editor a cargo. Los datos de las tres tablas se registraron en una última tabla, comparativa, que arrojó los siguientes resultados:

El punto de partida fue cuantitativo. En el caso de las semanas 1 y 2, correspondientes a los últimos 15 días de producción periodística cultural bajo la dirección de Byron Rodríguez, hubo 185 notas: 56 noticias, siete notas breves, siete perfiles, seis reportajes, cinco entrevistas, cuatro crónicas, una fotonoticia, un testimonio y 98 cortos. Esa producción informativa fue menor en las semanas 3 y 4, cuando Marcos Vaca fue editor, en las cuales se contabilizaron 61 noticias, 15 notas breves, una fotonoticia, dos entrevistas, cinco crónicas, nueve reportajes, dos perfiles, seis testimonios y 65 cortos. En ese

periodo, el total de notas fue 166. Finalmente, en las semanas 5 y 6, la producción informativa subió a 268 notas: 76 noticias, 17 notas breves, tres fotonoticias, seis entrevistas, 14 reportajes, tres perfiles, un informe especial y 148 cortos.

Es decir, las dos últimas semanas analizadas (5 y 6) concentraron el 76 por ciento del total de notas de los tres periodos, sin embargo, solo 101 unidades de análisis (28,7 por ciento) se ubicaron en la sección cultural, bajo la dirección de Ivonne Guzmán, mientras las 167 notas restantes se desplegaron en la Portada y en la sección Espectáculos, esta última a cargo de Marcos Vaca.

Cruce 1 (Anexo 6)

A partir de los datos de la variable 4 (ubicación de las notas en el periódico), se observa que la producción de la sección Cultura fue mayor en el periodo bajo la dirección editorial de Byron Rodríguez que en las semanas en las cuales estuvieron al frente los editores Marcos Vaca e Ivonne Guzmán. En las semanas 1 y 2 hubo 104 notas culturales y cuatro notas más estuvieron como portada de Cultura, mientras que en las semanas 3 y 4 se registraron 61 notas culturales y una más estuvo en la portada de Cultura, y en las semanas 5 y 6 hubo 93 unidades culturales y ocho más fueron portada de Cultura.

Al relacionar estos datos con el tema (variable 9), se evidencia que la producción informativa se centró en literatura y la agenda cultural (69) durante las semanas 1 y 2. En cambio en las semanas 3 y 4 y 5 y 6, la temática principal fue espectáculos, elaborándose 57 y 73 notas, respectivamente.

En el *blog* “Así trabajamos”,³⁷ del mismo diario *El Comercio*, el editor de Espectáculos sostiene que “los temas del mundo del espectáculo son muy leídos en la página *web* de *El Comercio*”, reflexión que nos permite adelantar que el cambio de editores y, sobre todo, la creación

37 <http://periodismoylibertad.wordpress.com/2010/08/19/los-tres-retos-de-la-seccion-espectaculos/>

de la sección Espectáculos está potenciando la representación de una “cultura masiva” en las páginas *off* y *on line* del diario capitalino, más que visibilizar las fronteras editoriales entre la cultura cercana a las “bellas artes” y la vida cotidiana, y la cultura de masas.

En cuanto a temáticas, el análisis mostró que la política de asignar una portada por día fue inconstante en mayo y desapareció en agosto de este año. En ese sentido, las portadas de patrimonio, artes escénicas, cine, artes plásticas y visuales, y música se redujeron en las semanas 3 y 4 y 5 y 6. De hecho, las notas sobre los dos últimos temas decrecieron de 40 a 14 entre las dos primeras semanas y las dos últimas, mientras que las notas sobre patrimonio pasaron de 10 a 11 en ese periodo, y las notas sobre artes escénicas subieron de siete a ocho. Estos dos últimos resultados, no obstante, deben ser leídos desde los datos que arrojaron la dimensión y despliegue de la información cultural en el periódico capitalino.

Cruce 2

La variable sobre la jerarquía de la nota en la página (variable 5) registró que el valor máximo de notas en las seis semanas analizadas fueron las de la clasificación “otras”; lo que evidencia que ninguna de las directrices editoriales logró ubicar a la información cultural en posiciones primaria, secundaria y terciaria en el periodo analizado. Al relacionar este resultado con la variable 10, correspondiente al género periodístico, se observó que el 89 por ciento (311) de notas analizadas correspondió a cortos, que están dentro del género informativo. En ese sentido, esas notas presentaron informaciones breves sobre asuntos coyunturales. Este resultado se confirmó al cruzarlo con la variable 6, sobre la dimensión de las unidades de análisis, que registró 299 notas desplegadas en 1/32 de página.

En cuanto al valor mínimo, las seis semanas dieron menor espacio a las notas terciarias que representaron el 19,6 por ciento del total de unidades de análisis. En cuanto al género periodístico, no hubo infografías, fotonoticias, informes especiales y testimonios durante las

semanas 1 y 2; en cambio, en las semanas 3 y 4 sí hubo testimonios (seis) pero no perfiles. En las semanas 5 y 6 no se hizo uso de crónicas, testimonios e infografías.

Entre las notas analizadas, las correspondientes al género interpretativo sumaron 48 notas (1,3 por ciento), entre entrevistas, reportajes y crónicas. Veinte de ellas se concentraron en las semanas 5 y 6. Al comparar los porcentajes de las unidades de análisis de los géneros informativo e interpretativo, se concluye que hay una tendencia en la dirección editorial de la Sección Cultura a comunicar lo puntual alrededor de los hechos culturales y el reto actual está en lograr notas más explicativas alrededor de esta temática.

Cruce 3

En el primer cruce se registró que la producción alrededor de lo cultural está potenciando una representación de la “cultura de masas”. Este dato se confirma a partir de la variable 11, sobre las ideas implícitas en las notas periodística, que registró que: 82 notas correspondieron a una idea de cultura masiva en las semanas 1 y 2, 112 notas con esa misma idea se difundieron en las semanas 3 y 4, mientras que el número de ese tipo de notas subió a 173 en las semanas 5 y 6. Tanto en las semanas 1 y 2 y 5 y 6, bajo las direcciones de Byron Rodríguez e Ivonne Guzmán, respectivamente, el menor número de notas divulgó una idea de patrimonio como subespecialización del periodismo cultural; en cambio, en las semanas 3 y 4, correspondientes a la dirección de Marcos Vaca, las notas que difundieron una idea de cultura como parte de la vida cotidiana fueron menores en relación a las otras clasificaciones.

Conclusiones

Tras la revisión a las 351 notas periodísticas se concluye que hay cuatro diferencias relacionadas con el nivel de producción, temas y la cobertura de patrimonio de bienes culturales entre las tres direcciones

editoriales que estuvieron y están al frente de la sección Cultura de *El Comercio*. Alrededor del número de notas, el promedio actual de producción informativa es mayor que antes porque se elaboran 19 notas al día mientras que la producción diaria en las semanas 1 y 2 fue de 13 y de 11,8 en las semanas 3 y 4.

En relación a los temas, se observó que las mismas temáticas se trataron en las semanas 1, 2, 3 y 4, no obstante, la tercera semana se diferenció por la cobertura temática de arquitectura. En esa semana y en la número 4, se acudió al género de la crónica para notas de farándula, espectáculos y actividades estudiantiles. En las semanas 5 y 6 desaparecieron las portadas temáticas y, en un solo espacio, aparecen notas culturales cercanas a las “bellas artes” y a la dimensión cultural de la vida cotidiana. Las notas culturales masivas están ubicadas en la sección Espectáculos.

El patrimonio, como subespecialización del periodismo cultural, perdió un espacio que se había institucionalizado en la dirección editorial de Byron Rodríguez. No obstante, bajo la dirección de Ivonne Guzman, la producción informativa sobre ese tema ha tenido un leve repunte; lo que podría significar que no es necesario un espacio fijo para comunicar al respecto. El reto para el periodismo cultural del país está en el ensayar un proyecto claro de lo que se busca que sea ese tipo de especialización periodística.

Conclusiones y recomendaciones

“El periodismo cultural en los *media* ecuatorianos” es una investigación que muestra la situación de este subcampo periodístico en una parte de la prensa y la televisión nacional, pública y privada, que implica problemas y desafíos para quienes están produciendo y difundiendo este tipo de información.

Desde la perspectiva del análisis de contenido, ejercicio metodológico que se aplicó a un total de 1.902 notas impresas y audiovisuales

correspondientes al análisis general y a los tres estudios de caso, la producción cultural es permanente en Ecuador. Sin embargo, está marcada por agenda mediática coyuntural que, en la mayoría de veces, no da cuenta de que la cultura no puede reducirse solo a lo estético, lo masivo o lo popular.

La cultura es una dimensión transversal de la vida cotidiana; por eso, el análisis de las notas no se restringió a las secciones culturales de los seis periódicos que formaron parte de la muestra, ni a bloques específicos de los telediarios estudiados. Abarcó segmentos diversos: portada, contraportada y secciones Cultura, Opinión, Espectáculos y otras, en el caso de la prensa, y bloque inicial, bloque medio, bloque tercero, bloque final y otros, en el caso de la televisión.

El segundo capítulo demostró que la cultura no es un “tema fuerte” de la agenda mediática; sin embargo, más allá de los “grandes hechos culturales” en primera plana, como las efemérides o los Premios Nobel de Literatura, los otros acontecimientos culturales, aunque fragmentados, permiten entender lo que está sucediendo en el país: la lucha por un espacio de lo nacional -sean producciones de cine o de música- frente a lo internacional, o los nexos vigentes de los migrantes con Ecuador a través de exposiciones fotográficas y pictóricas, o la presencia de la diversidad cultural en el discurso mestizo, indígena y afroecuatoriano de obras de danza y de teatro.

Para los periodistas y los directivos de prensa y televisión, no obstante, esa posibilidad de leer la realidad nacional -y por qué no la internacional- a partir de la producción cultural no parece ser tan evidente. Por eso, las noticias, las notas breves y los cortos, que corresponden al género informativo, son más frecuentes que los géneros interpretativo y de opinión. Esta investigación evidencia que hay brechas entre los tres géneros y, al mismo tiempo, da pistas de que un equilibrio entre todos contribuirá, necesariamente, a ir de la información puntual al debate y al análisis de los relatos que se generen alrededor de la cultura.

La producción más investigativa de lo cultural, ya no solo como registro de exposiciones, espectáculos o presentaciones de libros, está prácticamente ausente en el país. Si bien el tratamiento periodístico del robo de bienes patrimoniales (caso 2) no logró profundizar en la importancia y el significado de la dimensión simbólica y en las representaciones culturales que a nivel de identidad nacional y como objetos de patrimonio tangible tendrían las piezas arqueológicas, ese ejercicio periodístico puede ser el impulso para que quienes cubren lo cultural pasen de la idea de “culturizar a determinados ciudadanos” a la de “despertar inquietudes para que estos apuesten al análisis y a la constante creatividad, para así apropiarse del mundo”, como lo sostiene el escritor y periodista uruguayo Kintto Lucas (1999).

En cuanto a la construcción de la noticia cultural en la prensa y la televisión, pública y privada, hay diferencias que van desde lo que denotan los mensajes periodísticos hasta lo que connotan: dónde se despliegan las notas, quién es responsable o no de los contenidos, quiénes informan, de qué informan, qué se silencia y qué idea de cultura representan.

Pese a esos contrastes entre medios de comunicación, la información cultural está concentrándose en lo masivo, más que incluir esa idea de cultura con las de la cultura cercana a las “bellas artes” y la cultura de la vida cotidiana. Ese énfasis podría trasladar una imagen sesgada de lo que es la cultura de los *media* a sus públicos; por lo que es imprescindible que quienes producen los contenidos culturales ensayen proyectos claros de lo que se busca que sea este complejo subcampo del periodismo.

No se trata de recetas, sino de entender que el tratamiento informativo de la cultura no puede autocensurarse desde los mismos medios de comunicación, en los cuales debe ser una prioridad la búsqueda exhaustiva y rigurosa de datos para elaborar notas que vayan de la presentación de definición a la construcción de sentidos críticos.

Periodismo cultural: cartografía de un campo en movimiento

Gustavo Abad
CIESPAL

Un planteamiento inicial

Este es un trabajo exploratorio acerca de los nuevos ámbitos, las nuevas preocupaciones y las nuevas herramientas informativas del periodismo cultural. En ese sentido, no se trata de un manual para reporteros sino de una cartografía o mapa de orientación conceptual respecto de las transformaciones del campo cultural, las demandas informativas que genera, las respuestas que ofrece y también las que debería ofrecer el periodismo como una actividad intelectual productora de sentidos acerca de la realidad social y de sus representaciones simbólicas.

El periodismo cultural funciona como un campo específico dentro del campo general del periodismo.¹ Al igual que otros, como el político o

1 Según Pierre Bourdieu, un campo es un espacio históricamente estructurado en donde los diversos actores que lo conforman ponen en juego sus estrategias con el fin de conservar o incrementar el capital o la posición alcanzada en ese campo. De ahí que los discursos guardan relación con la posición y el interés que tiene determinado actor en su campo específico. El periodismo cultural es un actor en desventaja dentro del periodismo, pues no ha logrado igualarse en importancia y espacio con otras áreas informativas. Para una mayor comprensión de la teoría de los campos. Ver: Bourdieu, Pierre, *Sociología y Cultura*, Grijalbo, México, 1990.

el económico, por ejemplo, el cultural también se ocupa de los temas considerados de interés público. Sin embargo, su particularidad radica en que privilegia la información acerca de la producción, circulación y consumo de productos simbólicos. La producción artística, el debate de ideas, las narrativas, las preocupaciones estéticas reciben mayor atención, por ejemplo, que las decisiones político-administrativas o los impactos cotidianos de la información masiva, que también hacen parte del campo cultural.

Quizá esa característica del periodismo cultural ha contribuido a desarrollar unas prácticas informativas que tienden más hacia un relato cotidiano del arte institucionalizado, de los espacios legitimados por la cultura ilustrada, y no como la narrativa de las transformaciones culturales en la vida de la gente, del aprovechamiento de los símbolos, de las aplicaciones de las tecnologías, de los diversos modos de vida, entre otros temas que expresan la dimensión política de la cultura y los efectos culturales de la política. Existe un catálogo infinito de actos y de expresiones culturales por fuera de los museos y las galerías, que no han sido incorporados a las agendas de los periodistas culturales y hay que hacer algo al respecto.

En un estudio reciente titulado *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos*² se constata que la sección cultural de diario *El Comercio*, de Quito, establece su agenda informativa en función de “una línea editorial muy clara que parte de una valoración estética de la producción artística y los acontecimientos culturales...”. Señala también que, dentro de esa valoración estética se privilegia el prestigio y el reconocimiento de un determinado artista por sobre otros. La investigación recoge el testimonio del editor de esa sección: “No es lo mismo Estuardo Maldonado que un pintor que recién comienza, digamos Carlos Fierro. Maldonado se merece una página por su trayectoria (...) Valoramos mucho que se esté produciendo, y si los jóvenes están trabajando bien, también les

2 Ver: Checa, Fernando, Coord., *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos*, CIESPAL, Ministerio Coordinador de Patrimonio, Quito, 2010

damos espacios, pero existen parámetros (...) Si las llamadas vacas sagradas están produciendo, reconocemos mucho eso, pero si los jóvenes productores están en una línea importante, claro que les damos espacio”.

Se nota claramente que no estamos ante un problema de información solamente sino de concepción periodística. Por ello, en este trabajo de acercamiento hacia una renovación del periodismo cultural nos apartamos intencionalmente de la tradición de los manuales de ofrecer consejos prácticos para hacer noticias o *típs* de redacción y, más bien, planteamos, con trazos gruesos todavía, algunas temáticas generales y, dentro de ellas, sugerimos algunas líneas de trabajo para quienes se ocupan de estos temas. En ese sentido, este texto que combina una línea descriptiva con una línea prescriptiva, considerando que se refiere a un campo en movimiento y transformación.

La inevitable referencia a la cultura

Desde una visión antropológica podemos adscribirnos a muchas definiciones de cultura según el aspecto sobre el que pongamos el énfasis. Si nos basamos en la relación entre el ser humano y su entorno, podríamos decir: *cultura es el modo de vida de los grupos humanos y la manera cómo resuelven los problemas de la existencia...* Si resaltamos el impulso de dominio sobre la naturaleza: *cultura es el conjunto de actividades que los seres humanos realizan para garantizar la continuidad de la especie...* Si subrayamos la relación entre lo material y lo simbólico: *cultura es el proceso de objetivación y subjetivación mediante el cual se construyen los diversos modos de vida...* Si tomamos en cuenta el impulso de trascendencia, diríamos que: *cultura es el conjunto de creaciones intelectuales que hacen posible la relación con el otro mediante el lenguaje, los valores, las ideas...* Y así, un proceso infinito de representaciones.

Pese a esta diversidad, es posible encontrar elementos con mayor anclaje que otros, que se refieren al modo de ser y estar en el mundo

y que podríamos resumir como: “un modo de hacer y producir, un modo de pensar y sentir y un modo de decir y narrar”.³ En ese sentido, hay formas culturales que, en determinado momento, parecen tener una mayor fuerza y visibilidad que otras. La llamada “cultura letrada” ha ejercido durante siglos un proceso de expansión por sobre las “culturas orales”. Los entornos de vida también han dado lugar al surgimiento de otras dimensiones de la cultura y ahora hablamos de “culturas urbanas”, que reafirman la influencia del espacio material y dejan en suspenso los componentes tradicionales como la etnia, la lengua y otros. Actualmente, cierto determinismo tecnológico propicia el desarrollo de la llamada “cibercultura”, que pone el énfasis en el uso instrumental de la tecnología y tiende a opacar el debate político y económico sobre la comunicación y la información, lo que la convierte en una dimensión de pronóstico reservado.

Con todo ello, cabe preguntarse: ¿Cuál es la dimensión de la cultura que interesa al periodismo cultural? ¿En qué piensan los reporteros y editores cuando se proponen informar sobre la cultura? ¿Cuáles son los procedimientos informativos, los recursos narrativos y los sentidos que construyen? ¿Qué prácticas ameritan ser reforzadas, reorientadas o eliminadas en este proceso? Intentaremos avanzar en esa búsqueda a lo largo de este trabajo, cuyo objetivo no es ofrecer respuestas cerradas sino un mapa orientador en esta compleja temática.

Nuevas preocupaciones del periodismo cultural

El ámbito tradicional del periodismo cultural, al menos en el contexto ecuatoriano, ha sido el de las expresiones artístico-culturales, como

3 En un trabajo anterior este autor propone una definición de cultura periodística basada en una perspectiva teórica de la economía política de la comunicación. Destaca tres elementos principales: el régimen de propiedad (modo de hacer); las condiciones de producción (modo de pensar); y las prioridades informativas (modo de decir). Un mayor desarrollo de este tema se puede ver en: Abad, Gustavo, *Reporteros: cultura periodística, censura y autocensura*, informe de investigación para el Programa de Estudios de la Comunicación de FLACSO-Ecuador, Quito, junio de 2010.

las artes escénicas, la plástica, la música, las letras y otras, con alguna esporádica incursión en otras áreas como la cultura popular, la memoria, el patrimonio, la diversidad cultural. Esto significa que la mirada está puesta más en los productos culturales que en los procesos.

En la investigación citada anteriormente, se constata que en seis diarios (*El Comercio, Hoy, La Hora, El Universo, Expreso y El Telégrafo*) el 89 por ciento de las piezas informativas de las secciones culturales se refiere a productos y solo el 7,4 por ciento a procesos. Dicho de otro modo, se privilegia los acontecimientos coyunturales antes que la mirada y la reflexión sobre cambios y transformaciones a más largo plazo en este campo. Se explica por ello que aproximadamente el 60 por ciento de las fuentes de la sección cultural de diario *El Comercio* corresponde al ámbito institucional, según el testimonio de un reportero citado en la misma investigación.⁴

Este ámbito, relativamente estático y previsible, tiene que ser replanteado con el fin de trasladar las preocupaciones del periodismo cultural hacia un campo menos estable y más complejo, especialmente aunque no de manera exclusiva, luego del apareamiento de esa otra dimensión del espacio público, como es el espacio virtual y sus diversos usos sociales y culturales.

El periodismo cultural tradicionalmente ha seguido la premisa de ser un mediador entre la trilogía formada por las instituciones, los artistas y el público. Ahora, la multiplicidad de voces que irrumpen con la ayuda de las nuevas tecnologías obliga a modificar esa premisa y aprender a mediar también entre públicos, es decir, entre el público como público de sí mismo. En otras palabras, el espacio virtual ha potenciado como nunca antes las posibilidades de que cada individuo se constituya en una fuente de discursos artísticos y culturales, ya sea como creador o crítico, como consumidor o promotor, como ejecutante

4 Checa, Fernando, coord., op. cit.

o espectador.⁵ En suma, la cultura virtual ha llenado el espacio público de nuevos hablantes, de nuevos enunciados, ante los cuales el periodismo cultural tiene que replantear su trabajo de mediación, que no es otra cosa que la intervención intencional y consciente entre los hechos y los significados.

Esta tarea de mediación resulta especialmente compleja si consideramos que vivimos un estado de la relación entre comunicación y cultura, que el pensador español Manuel Castells denomina “La sociedad red”, a la que define como una sociedad cuyas estructuras sociales están formadas por redes de comunicación digitales.⁶ Una de las características de esta sociedad red es la yuxtaposición de tiempos, de tareas y de necesidades, de maneja que el presente, el pasado y el futuro conviven en un mismo plano.

En ese contexto, la sociedad red ha colocado en el centro de sus valores a la comunicación bajo la premisa de que a mayor comunicación mayor diálogo entre culturas. El problema, advierte el mismo Castells, es que este diálogo ya no se realiza sobre la base de valores compartidos o de símbolos comunes, sino sobre la base del valor abstracto e idealizado de la comunicación. El diálogo de culturas en la sociedad red no se basa en los contenidos sino en la comunicación. Es una cultura de la comunicación por la comunicación y de la difusión por la difusión, que favorece un estado permanente de atención dispersa en la que el periodismo tiene que proponer la ruta, señalar la salida, si no quiere diluirse sin más en ella.

5 En la explicación de su concepto de publicidad literaria, el pensador alemán Jürgen Habermas da cuenta de cómo la difusión masiva de textos y otros productos culturales contribuyó al apareamiento de nuevas plataformas de discusión así como al debate de ideas entre el público letrado. Si trasladamos esa premisa a la sociedad contemporánea, podemos decir que el espacio virtual también ha contribuido al surgimiento de nuevas temáticas y nuevas preocupaciones culturales. Ver: Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1994

6 Un desarrollo extenso de esta temática se encuentra en Castells, Manuel, *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, Madrid, 2010

Líneas de trabajo:

- Identificar las nuevas voces que surgen por fuera de la institucionalidad y los escenarios tradicionales: colectivos artísticos, académicos, literarios; activistas político-culturales; espacios de creación, intervención y debate...
- Investigar, qué tipo de diálogos culturales se producen en el marco de la sociedad red, entre qué actores y con qué intereses. Por ejemplo, qué beneficios obtienen los creadores de música electrónica, los artistas visuales y otros de los avances en el uso de software libre...
- Diseñar espacios de participación de estos nuevos actores en el proceso informativo como narradores de su propia condición...

Los horizontes informativos e interpretativos

Una de las principales dificultades del periodismo cultural es visualizar la fina línea que separa sus alcances y sus límites. Los periodistas culturales tienden a situarse en el terreno complejo entre la información y la interpretación, sin el suficiente conocimiento de las especificidades de una y otra actividad. Dicho de otra manera, el periodismo cultural se ha movido entre la reseña informativa y la valoración crítica de los productos y de los procesos culturales como si fueran lo mismo, en unos casos, o como si fueran procesos excluyentes, en otros. En nuestro criterio, es importante romper tal exclusión y más bien armonizar esa dualidad, puesto que los dos discursos, el informativo y el interpretativo, son más complementarios que contradictorios. No puede haber interpretación sin información y no puede haber información sin un marco de referencia conceptual, es decir, un marco de pensamiento crítico.

Aclaremos, la crítica es parte constitutiva e indispensable de la producción artística y cultural. Lo que sabemos de Joyce, proviene

mucho de la lectura de su obra, pero más de lo que se ha dicho de ella. Lo que pensamos de Warhol se basa en la observación de su arte, pero sobre todo en los discursos que los críticos han elaborado acerca de este. La tarea urgente del periodismo cultural es superar la tendencia de reducir la crítica a la emisión de juicios de valor bipolares: bueno-malo; bonito-feo... La crítica consiste en proponer un modelo interpretativo, un modo de percibir y valorar un producto cultural a partir de ciertas líneas de pensamiento, preexistentes en unos casos, inaugurales en otros. La tarea del periodismo cultural es identificar esas corrientes, ponerlas en diálogo con los hechos y ayudar a hacer inteligible la complejidad de nuestro tiempo.

El periodismo cultural no puede limitarse a informar sobre cuántas películas se estrenaron el último año. El dato cuantitativo es importante, pero tiene que decir también por qué en los últimos diez años ha crecido el número de proyectos cinematográficos en sus diversos géneros. ¿Qué ha pasado con los actores y directores durante ese tiempo? ¿Cuánto tiene que ver en ello la transición hacia la tecnología digital a principios de siglo? ¿Qué rol cumplen las políticas públicas y el marco institucional vigente en materia audiovisual? ¿A qué se debe el auge del género documental especialmente entre los jóvenes? En otras palabras, el relato periodístico debe dar cuenta de la calidad de la película, pero además abrir el foco para entender en qué circunstancia histórica del país se hizo esa película.⁷

Líneas de trabajo:

- Investigar las principales líneas de pensamiento desde las cuales se ha abordado temas fundamentales de la cultura, como por ejemplo: la historia de la literatura ecuatoriana; la producción

7 En este sentido, podemos destacar el rigor periodístico del reportaje "El cine nacional se reinventa", publicado por la revista *Vanguardia* N° 307, del 5 al 11 de septiembre de 2011, que ofrece una mirada histórica sobre el estado del arte en el cine ecuatoriano mediante un buen diálogo entre ejes temáticos y cuadros estadísticos. Identificar los hechos, situarlos en perspectiva histórica y enriquecerlos con una diversidad de voces es uno de los méritos de este trabajo periodístico.

escénica y la creación dramática; la diversidad cultural; la memoria y el patrimonio material e inmaterial...

- Propiciar la formación de reporteros con conocimientos de los marcos teóricos acerca de los diversos ámbitos de producción artístico-cultural y con destreza para trasladar esos modelos interpretativos a los esquemas informativos que exige el periodismo...
- Promover entre los reporteros la práctica de estrategias narrativas, es decir, la capacidad de proyectar un modo intencional y no accidental de organizar un discurso informativo...

Ámbitos y contextos del periodismo cultural

El periodismo cultural actúa dentro de un campo de producción simbólica que requiere un permanente ejercicio de orientación. La valoración adecuada de un producto artístico o cultural depende, en gran medida, de saber ubicar los ámbitos y los contextos donde se activan los hechos, los productos y los procesos culturales para luego buscar los cruces entre ellos.

Una fotografía puede ofrecer una oportunidad inmejorable para dar cuenta de los procesos de lucha social y cultural de los sujetos retratados, así como de la carga política que el fotógrafo imprimió al enfocar ese cuadro y no otro. Una obra dramática se aprecia de una manera en la comodidad del circuito teatral de Nueva York y de otra en el derruido escenario de un teatro de Sarajevo durante la Guerra de los Balcanes. Una cosa es un concierto de rock promovido por alguna instancia municipal con membrete cultural, y otra cosa es un concierto de rock convocado por un colectivo cultural para reclamar justicia en el caso de un grafitero asesinado por policías.⁸ Es cuestión

⁸ La noche del 6 de enero de 2007 el estudiante Paúl Guañuna fue asesinado por los miembros de una patrulla policial mientras pintaba grafitis en una pared del norte de Quito. Aunque el tema ocupó cierto espacio en las secciones denominadas "sucesos", "policial", "judicial"

de orientación o, como diría la escritora y periodista estadounidense, Susan Sontag, cuestión de énfasis.

Precisamente, *Cuestión de énfasis* es el nombre de uno de los libros en los que Sontag ofrece un caudal de incalculable valor respecto de lo que puede lograr una mirada periodística habilitada para hacer los cruces, encontrar las relaciones y proponer una manera de entender los acontecimientos culturales en su dimensión histórica y política. Por ejemplo, en su artículo “Una fotografía no es una opinión, ¿o sí?” aprovecha la presentación de un libro de fotografías para abrir el foco hacia las relaciones de poder, los estereotipos, el gusto dominante de la industria cultural, entre otras cosas, que explican por qué unas personas están de este lado de la cámara y no del otro. La vida se construye sobre la base de modelos de percepción que las personas asumen de manera más o menos consciente, más o menos pasiva y más o menos cómplice. Más que la descripción, lo valioso del trabajo de Sontag está en el sentido que propone a partir de su particular observación de una serie de imágenes recopiladas en formato libro.⁹

Con estas consideraciones, parece contraproducente proponer una organización esquemática de los ámbitos y contextos del periodismo cultural. Parece, pero no lo es, porque los cruces a los que nos referimos anteriormente no son posibles sin un reconocimiento del terreno. Sin pretender un esquema rígido, un reconocimiento básico del campo artístico-cultural nos permite ordenarlo de la siguiente manera:

y otras variantes de los medios, estos no suscitaron el necesario debate cultural acerca de la represión contra este tipo de manifestaciones urbanas. Una revista que se declara irreverente porque publica fotos de modelos y también de no modelos desnudas vetó un relato periodístico sobre ese tema, bajo el argumento de que se trataba de un tema muy comprometedor ante su público de clase media ilustrada.

- 9 En el mismo libro es justo destacar el testimonio personal de la propia Sontag acerca de las peripecias que vivió junto con un elenco de actores al montar “Esperando a Godot” en Sarajevo, y lo que eso significó en el estado espiritual de los que hicieron y los que vieron la obra en la casi penumbra de las últimas bombillas eléctricas que todavía funcionaban en esa ciudad en ruinas. Ver: Sontag, Susan, *Cuestión de énfasis*, Alfaguara, Buenos Aires, 2007.

- Expresiones artísticas: plástica, artes escénicas...
- Visualidades: cine, video, diseño...
- Sonoridades: música, lenguajes y claves de comunicación sonoras...
- Letras: literatura, ensayo, poesía...
- Pensamiento crítico: estudios culturales, sociología, comunicación, antropología visual...
- Memoria y cultura popular: patrimonio tangible e intangible, ritualidades, oralidades, mentalidades...
- Culturas urbanas: estrategias para habitar la ciudad, intervenciones contraculturales, paisaje visual urbano...
- Estructura político-administrativa: marcos institucionales, marcos legales, decisiones políticas, actos administrativos...

Líneas de trabajo:

- Identificar claramente el ámbito donde se activan los hechos y los productos culturales considerados de actualidad y visualizar su trasfondo histórico y político...
- Realizar el seguimiento de los efectos culturales de las decisiones político-administrativas y, al revés, los resultados político-administrativos de las demandas culturales...
- Reconocer entre los diversos acontecimientos de actualidad aquellos donde sea posible plantear un debate amplio sobre la relación entre comunicación, cultura y poder.

Cibercultura y conductas tecnoculturales

Según Pierre Levy, la cibercultura es un movimiento social y cultural generado en el ciberespacio. La cibercultura, dice Levy, es un universal sin totalidad, por ser un universo heterogéneo cada vez más desprovisto de mediación. Al parecer, no existe una lógica de clasificación racional de sus contenidos y, mientras más abierto es el ciberespacio, menos totalidad abarca, señala el pensador tunecino.¹⁰

No obstante, en el ciberespacio sí se expresan ideas totalizantes. Por ejemplo, llamar a este momento de la historia como “sociedad de la información y la comunicación”, cuando siempre ha habido información y comunicación, ayuda a desconocer la experiencia preexistente. Igualmente, llamar redes sociales a las plataformas informáticas Facebook, Twitter y otras es una manera de olvidar que históricamente las redes sociales han sido grupos de personas articuladas a proyectos liberadores de carácter político independientemente de sus herramientas de información. Por ello, el pensador belga Armand Mattelart prefiere llamarlas “redes de sociabilidad *on line*”¹¹ como una manera de reconocer en ellas una función eminentemente instrumental, que puede estar al servicio de proyectos políticos, sociales, culturales o de otra naturaleza, pero no los reemplazan.

De todos modos, la cibercultura es esa dimensión de la cultura basada en el aspecto técnico-instrumental (redes de ordenadores, programas, dispositivos, aplicaciones...) que permiten la interacción social y producen unas conductas que podríamos llamar conductas tecnosociales o tecnoculturales,¹² mediante las cuales la gente que no

10 Ver. Lévy, Pierre, *Cibercultura. La cultura en la sociedad digital*, Anthropos, Barcelona, 2007

11 Un concepto que ha sostenido en diversos textos así como en la conferencia “Políticas públicas de comunicación y medios públicos en América Latina”, ofrecida por Mattelart el 26 de marzo de 2011 en CIESPAL. Ver: www.ciespal.net

12 El investigador estadounidense Howard Rheingold define como conductas tecnosociales a los usos de las tecnologías en las movilizaciones sociales. En este caso, la aplicamos en el ámbito cultural con un significado equivalente. Ver: Rheingold, Howard, *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*, Gedisa, Barcelona, 2004

se conoce se comunica, se junta e interactúa gracias a que tiene a su alcance la tecnología. Entre los rasgos dominantes de las conductas tecnoculturales están el estado de atención dispersa y fragmentada, así como la ligereza en el acto de nombrar. Las cosas adquieren nombre sin mayor sustento en la historia y esos nombres funcionan cada vez más como etiquetas perecibles.

En este contexto cabe preguntarse ¿Puede cierto tipo de periodismo *on line* convertirse también en una conducta tecnocultural como tantas otras? En nuestro criterio, sí puede, especialmente cuando el embrujo tecnológico hace perder de vista la función mediadora del periodismo. Por ejemplo, asistimos a una explosión de radios *on line*, muchas de las cuales pueden ser calificadas como emprendimientos comunicacionales de colectivos artístico-culturales, cuya finalidad es usar las posibilidades de la red para difundir la mayor cantidad de voces con la menor mediación posible.

Cada vez es mayor la tendencia a juntarse dos o tres activistas, conseguir un servidor, dos computadoras y otros tantos micrófonos y poner a circular mensajes, mezclados con música, alguna entrevista esporádica, videos enlazados desde youtube y otras cosas en medio de un atractivo discurso acerca de las diversidades para justificar un bien logrado caos. ¿Se trata de periodismo o de una simple conducta tecnocultural? ¿Existe ahí mediación o solo pensamiento en voz alta? En la búsqueda de un panorama más claro, mencionaremos algunas conductas tecnoculturales:

- Apropiamiento de productos culturales: descargar música de la web; aplicaciones del software libre; emisiones on line de música y otros productos culturales; hacer las tareas escolares con la ayuda de internet en lugar de libros...
- Creación de comunidades virtuales para el debate y la intervención en el campo político-cultural; iniciar cadenas de mensajes vía correo electrónico, texto por celular y otros recursos...

- Desarrollo intuitivo de lenguajes artísticos y comunicacionales: personas que producen música electrónica sin conocimientos de teoría musical; personas que crean radios o canales en internet sin criterios periodísticos; artistas visuales que fabrican imágenes sin los conocimientos básicos de composición...

Líneas de trabajo:

- Abrir un debate acerca de las diversas conductas tecnoculturales. Por ejemplo, la llamada "piratería". Hasta qué punto es una actividad ilícita y hasta qué punto una opción extrema de acceso a ciertos productos inalcanzables de la industria cultural...
- Proponer las directrices para un debate respecto de la propiedad intelectual, el derecho a la comunicación, la inclusión cultural, entre otros aspectos relacionados con el uso de las tecnologías web 2.0
- Investigar acerca de los efectos culturales de la llamada convergencia digital, sus implicaciones comunicacionales, sus estrategias políticas e institucionales, sus consecuencias laborales...

Otros enfoques sobre la diversidad cultural

La pensadora estadounidense Nancy Fraser plantea la necesidad de pensar la diversidad en términos político-culturales. En su criterio, las demandas de igualdad social tienen que acoplarse con las demandas de reconocimiento cultural, puesto que las dos se oponen a proyectos totalizantes que generan injusticias, como la supremacía de clases, de sexo, de raza y otras. La injusticia social, dice Fraser, se sustenta en la injusticia cultural y viceversa.¹³

Por ello, una de las preocupaciones del periodismo cultural tiene que ser la de indagar de qué manera los códigos de las culturas

¹³ Ver: Fraser, Nancy, *Iustitia interrupta. Reflexiones críticas desde la oposición postsocialista*, Siglo del Hombre Editores, Bogotá, 1997

dominantes imponen un modo de entender el mundo por sobre los códigos de otras culturas. La sola celebración de las diferencias culturales puede ocultar la perversión de las injusticias sociales. El periodismo cultural debe mirar tanto hacia las políticas culturales de reconocimiento de las diversidades como hacia las políticas sociales de equidad basadas, entre otras cosas, en ese reconocimiento.

El cineasta boliviano Eduardo López Zavala presentó hace poco en la Universidad Católica de Quito el primer corte de *Antonela*, uno de sus documentales más recientes, todavía en proceso de posproducción. Se trata de la historia de vida y de lucha de “una mujer encerrada en un cuerpo de hombre”. Antonela estudió medicina y fue la primera persona en ese país en obtener el título de doctor en ejercicio de una identidad sexual en transición, como se define a sí misma e/la protagonista del documental, un médico boliviano de origen aimara.

La narración cinematográfica de Zavala permite acercarse a la complejidad cultural que significa tener y practicar ciertos valores heredados de una cultura ancestral, una formación científica en medicina, y un posicionamiento político en defensa de la autodeterminación en materia de cuerpo y sexualidad. Sin embargo, no se trata de un documental anecdótico, precisamente porque no se queda en la celebración de la diferencia sino que pone en escena el proceso de lucha por la igualdad en cuanto a derechos civiles y políticos.

Las políticas sociales y las políticas culturales son caras de una misma moneda en muchos aspectos. Recordemos que hace casi dos décadas se produjo un amplio debate respecto de la cláusula de excepción cultural planteada por Francia en el marco de las negociaciones del GATT (Acuerdo General de Aranceles y Comercio) entre los Estados Unidos y la Unión Europea, con el fin de preservar para ese país la capacidad de formular políticas públicas locales, nacionales y regionales en materia de comunicación y cultura. Con ello aseguraba su derecho a ejercer una mirada propia sobre sus diversos modos de ser y estar en el mundo. Una experiencia similar

desarrolló Canadá. Sin embargo, México se negó a incluir una cláusula parecida en el marco de las negociaciones del NAFTA o TLCAN (Tratado de Libre Comercio de América del Norte) con los Estados Unidos. En el Ecuador es un tema que solo se debate en aislados eventos académicos y el periodismo no ha logrado colocarlo como parte de la agenda informativa.

Líneas de trabajo

- Evaluar el estado de las legislaciones nacionales respecto de “protección” o “excepción” cultural. Hasta qué punto defienden las diversidades culturales y, por el contrario, hasta qué punto tienden a sostener corrientes esencialistas o uniculturalistas locales...
- Acercarse a los discursos de los diversos grupos que proponen el concepto de resistencia cultural mediante el hip hop, el grafiti y otras prácticas, no solo como expresiones musicales o visuales, sino también como modos de vida...
- Abrir el debate acerca de las implicaciones políticas, económicas y culturales de las cuotas de producción nacional en los medios masivos planteadas en las propuestas de Ley de Comunicación...

La agenda informativa y la mirada periodística

Hemos planteado que el periodismo es una actividad intelectual de intervención social, política y cultural que se desarrolla principalmente en el terreno de la información mediática aunque no de manera exclusiva. Se puede hacer periodismo por fuera de los medios masivos con la única condición de respetar la especificidad del relato periodístico, es decir, de las características que lo diferencian de otros relatos contemporáneos.

Por ello, valer recordar que la función esencial del periodismo no es la simple búsqueda y difusión de información, como plantea la doctrina de la prensa liberal con pretensiones asépticas, sino la mediación, que

es el registro de los hechos y la búsqueda de sus significados en un determinado contexto. La mediación no es un acto espontáneo, sino un proceso permanente de observación y evaluación de la relación entre las demandas sociales y las respuestas político-institucionales en determinado campo. La mediación es el resultado de una actitud reflexiva incorporada a la práctica periodística antes que de una actitud reactiva ante la coyuntura.

Bajo esa consideración, el establecimiento de una agenda informativa es parte fundamental de ese proceso de mediación. En el caso del periodismo cultural, la agenda es el punto de partida para llevar a la práctica el registro de las demandas culturales y la búsqueda de respuestas tanto de la institucionalidad estatal como del conjunto de las instituciones y los sectores sociales. La agenda consiste en un ejercicio preliminar de selección, que sirve para identificar los hechos que califican más que otros como temas de una narración periodística. Esto evita que el reportero naufrague en un mar de estímulos de toda clase, que podrían conducir a una mirada superficial y anecdótica de la cultura.

El correcto establecimiento de una agenda permite desarrollar una mirada periodística con mayor seguridad, por lo tanto, con mayor solvencia intelectual. La mirada consiste en situarse en una perspectiva y desde allí encontrar conexiones insospechadas entre unos hechos y otros; privilegiar lo nuevo por sobre lo agotado o, lo que es lo mismo, desechar los lugares comunes y buscar explicaciones más frescas. La mirada implica hacerse cargo de un modo particular de ver las cosas, sin que eso signifique distorsionar los hechos, sino todo lo contrario, ofrecer las garantías de su comprobación. En otras palabras, consiste en no inventar lo que no ocurre, pero tampoco callar la propia voz ante lo que ocurre. Solo entonces es posible encontrar un ángulo inédito y narrarlo de manera novedosa.

Por ejemplo, una verdad agotada dice que el centro histórico de Quito es el relicario del arte religioso colonial. Cierto, pero una mirada inédita

puede decir también que ahí se respira una mezcla de eucaristía y hip hop por la proximidad entre los templos y los puestos informales de discos en los zaguanes. Un lugar común define a los grafiteros como jóvenes desocupados que se dedican a ensuciar la ciudad al amparo de la oscuridad. Sin embargo, una mirada renovadora puede dar cuenta de cómo los grafiteros representan un modo de vida que fluye mientras la ciudad duerme; que expresan su pensamiento cultural y político mientras los canales de televisión transmiten el resumen de la jornada de fútbol y los últimos chifas comienzan a cerrar sus puertas. Los grafiteros son el síntoma de una fuerza subterránea y comprimida que puede estallar en cualquier momento. Y de eso tiene que advertirnos el periodismo cultural, independientemente si se lo ejerce en un medio tradicional o en un blog particular.¹⁴

Identificar las principales demandas sociales en el ámbito de la cultura, es decir, los procesos mediante los cuales las personas con necesidades culturales comunes coinciden en la necesidad de hacer escuchar su voz ante los demás y, especialmente, ante el poder....

Trabajar en talleres de construcción de la agenda informativa sobre la base de las demandas sociales, las respuestas político-institucionales y proyectar una mirada periodística sobre el tema...

Ensayar miradas refrescantes sobre temas que han sido saturados de lugares comunes. Por ejemplo, qué hay más allá de la llamada “sal quiteña”, que pretende otorgar a los habitantes de esta ciudad unas características innatas, un esencialismo anacrónico...

El relato periodístico de la cultura

El periodismo cultural es una especialidad compleja dentro de la actividad informativa, puesto que sobre él se han montado unas

¹⁴ El ejercicio de una mirada periodística sobre un tema político-cultural no riñe con el registro minucioso de los hechos. Ver. Abad, Gustavo, *Escritura callejera para no olvidar a Paúl*, crónica, 10 de diciembre de 2007, on line, www.rostroadusto.blogspot.com

expectativas no solo en su dimensión informativa sino también creativa, expresiva, estética... El periodismo cultural va mucho más allá del registro noticioso y se inserta ampliamente en el campo de la narrativa, en la combinación potente de los recursos lingüísticos, en el dominio de las técnicas del relato, en la renovación constante de las estrategias narrativas. Textualizar el habla no es lo mismo que oralizar el texto.¹⁵ El primero es un acto mecánico de transcripción, mientras que el segundo es un acto creativo que recrea en el lenguaje escrito las emociones y la psiquis del hablante y, aún va más allá, a los sonidos del barrio donde creció y adquirió esa voz.

Esto tiene que ver con una función ineludible del periodismo cultural, que es la de informar acerca de productos simbólicos. El periodista y escritor mexicano Juan Villoro lo explica de la siguiente manera:

“Los hechos ocurren al menos dos veces, en la realidad y en la mente de los testigos. La primera obligación del periodista cultural consiste en reconocer que trabaja en el orden de la representación, no sólo por abordar formas del arte que son, en sí mismas, reelaboraciones de lo real, sino porque la sola contemplación de los sucesos implica valorarlos, seleccionarlos, entenderlos, aplicar la subjetividad. En otras palabras: la realidad del periodismo no está en la ‘realidad’. Todo texto es una construcción. Ser fiel a lo que ocurrió no depende de reproducirlo en forma neutra e indiscriminada sino de recuperarlo con verosimilitud narrativa. En este sentido, todo buen periodismo cultural es una pieza literaria, trabajada desde el lenguaje”.¹⁶

Una confusión frecuente en el periodismo es asociar narrativa con literatura o poesía. Más que eso, la narrativa consiste en la organización inteligente de un discurso con la finalidad de lograr un efecto deseado en un contexto determinado. Por ello, es preferible

15 Los escritores guayaquileños de la llamada Generación del 30 recrearon en sus relatos la musicalidad, el ritmo, incluso los silencios y otros aspectos del habla de los habitantes rurales de la Costa ecuatoriana. Oralizaron sus textos y ese es uno de los rasgos distintivos de esa generación.

16 Ver Villoro, Juan, “Itinerarios del ornotorrinco, hacia un periodismo cultural”, ponencia en el Seminario Nuevas Rutas para el Periodismo Cultural, México, septiembre de 2011

hablar de narración periodística antes que de periodismo narrativo. Cuando escogemos un género periodístico (crónica, entrevista, testimonio...) para relatar un hecho, en realidad escogemos una narrativa. ¿Cuál es la narrativa apropiada para dar cuenta de los hechos culturales? En nuestro criterio, aquella que resulte del dominio de tres géneros básicos: la crónica, la entrevista y el testimonio. Sobra decir que estos pueden ser desarrollados de manera independiente o pueden coexistir y dialogar entre sí en un mismo texto. Todo depende de lo que ya dijimos arriba, de la agenda y la mirada periodística.

En este punto ofrecemos un acercamiento conceptual a cada uno de estos géneros. Lo hacemos a manera de aforismos, como un homenaje a ese género injustamente olvidado y en el que pocos todavía persisten por compromiso con la narrativa. El periodista e investigador colombiano Germán Rey define al aforismo como un “pariente próximo de la sentencia” o una “condensación cognitiva” que permite, entre otras cosas, alcanzar tanto profundidad en el pensamiento como sobriedad en el lenguaje. Una tarea del periodismo cultural es precisamente la búsqueda de esos otros relatos de lo social.¹⁷

- Crónica, la información en contexto

Es un género desterrado de muchos medios con el pobre argumento de que la gente ya no lee. La crónica permite al periodista establecer un pacto de credibilidad entre el narrador y el lector. Es una forma de decirle yo estuve ahí y vengo a contártelo para que me creas. La crónica no es magia, vuelo ni colorido, como muchos piensan, sino todo lo contrario, es información, registro histórico, exploración a profundidad. Puede haber información sin crónica, pero no crónica sin información. La crónica es un ejercicio

17 El investigador chileno Martín Hopenhayn ofrece una serie de aforismos en los que condensa una mirada respecto de la tecnología, la ciencia, las finanzas, el sida y otros temas contemporáneos. Es autor de un libro sobre este tipo de narrativa. Ver. Hopenhayn, Martín, “Faundes y otros textos” (en Rey, Germán, edit., *Revista de Estudios Sociales* N° 24. Otros relatos de lo social I, ARCCA-FIRC, Bogotá, 2006, p. 45-51)

del pensamiento en el que se confrontan y complementan la observación y la conciencia, la razón y la emoción, la imagen y la palabra.

- Entrevista, un diálogo de experiencias

Es una conversación en la cual el que pregunta obtiene información de las experiencias guardadas en la memoria del que responde. Cada periodista entrevista de manera distinta, según su sensibilidad y su nivel de conocimiento del tema. En la entrevista, el que pregunta y el que responde son sujetos de comunicación y no solo objetos de información. Entre ambos construyen un espacio de igualdad, porque nadie responde a un interrogatorio sino a un diálogo. Es importante evitar una relación oportunista en la que el entrevistado solo tiene importancia en la medida en que nos ofrece la información que queremos, sino una en la que lo que diga el protagonista de un hecho tiene importancia para todos.

- Testimonio, un relato impugnador

Es un relato personal pero al mismo tiempo representativo de una colectividad y por eso tiene un fuerte significado histórico, social y político. ¿Para qué nos sirve el testimonio en periodismo? Para recoger la voz de la persona que vivió una experiencia fuera de lo común pero relacionada con un tema de gran interés social. El testimonio es una narración de urgencia, en la que el protagonista o testigo procura atraer una mirada política hacia su experiencia, que puede ser de lucha, pobreza, triunfos, fracasos, etcétera, en la vida de una persona o de un pueblo. El testimonio tiene un efecto comunicacional y político, porque es una voz que interpela no solo al lector sino al sistema mismo y las relaciones de poder que lo sostienen.

- Desarrollar procesos de capacitación en narración periodística, técnicas del relato, escritura creativa, y otros con mayor alcance que los clásicos *tips* de redacción informativa...

- Indagar en otros relatos de lo social y trasladar sus valores a la especificidad del periodismo. Por ejemplo, el trabajo etnográfico aporta valiosos procedimientos aplicables también en el periodismo...
- Fortalecer el concepto de narración periodística a contramano del llamado periodismo narrativo, así como el concepto de investigación periodística a contramano también del llamado periodismo de investigación ...

El periodismo es más que “contar historias”¹⁸

Uno de los efectos dañinos de los lugares comunes es impedir el libre flujo del pensamiento. Pretender que se puede explicar ideas complejas mediante frases prefabricadas es ponerle trampas al debate, levantar murallas para que todos nos estrellamos.

Justamente en estos tiempos, cuando los medios de comunicación están bajo la mirada crítica de la sociedad, algunos de los llamados “referentes” del periodismo ecuatoriano intentan defender esta profesión a partir de lugares comunes que solo aumentan la desazón.

Cuando les preguntan qué es para ellos el periodismo, desempolvan lo que consideran una máxima irrefutable y contestan: “el periodismo es contar historias...”. Resuelto el problema, según ellos.

Admitamos que es tentador pensar así. Pero, en ese caso ¿Qué sentido tiene debatir una Ley de Comunicación? ¿Por qué tenemos que desvincular a los medios de la banca privada? ¿Servirá de algo luchar por mejores condiciones de trabajo para los periodistas? ¿Tiene

18 A propósito de los debates en tomo al enfrentamiento entre el gobierno y los medios privados de comunicación en el Ecuador, se ha formado una corriente dedicada a reivindicar el periodismo como un ejercicio de narrar hechos curiosos por el simple gusto de narrarlos, sin buscar en ellos una huella de la acción política ni el lugar del poder de cualquier naturaleza que sea. Este texto surge como reflexión ante ese estado de cosas y aplica de manera especial al periodismo cultural.

alguna utilidad el reparto equitativo de frecuencias?... y otros temas álgidos si, al final de cuentas, todo se reduce a... ¡contar historias!

Según esta definición, evidentemente incompleta y tramposa, cualquier debate o normativa sobre el periodismo resultan banales y accesorios. Total, para contar historias no hacen falta. El Cuentero de Muisne también contaba historias y solo necesitaba mucha fantasía y poca vergüenza.

Los que se compran tal simpleza andan por ahí escribiendo sobre niños maltratados sin decir quién debe responder por sus derechos vulnerados; sobre trabajadoras sexuales echadas a la calle sin decir quién debe restituir su salud y su seguridad; sobre secuestros y extorsiones sin decir cuánto tiene que ver en ello la corrupción de la justicia; sobre violaciones a los derechos humanos sin señalar la responsabilidad del Estado...

Por citar un ejemplo, en *Teleamazonas* “contaron la historia” de los niños que se suicidan en Chunchi como consecuencia de la migración de sus padres. Aparte de exponer los testimonios dolorosos de esos niños, nunca buscaron una respuesta ante las autoridades de salud (la depresión es un asunto de salud pública) ni de bienestar social (el abandono familiar es una forma de violencia) ni de migración (que tanto hablan de planes de retorno de los migrantes económicos). Nada de eso, se limitaron al cuento.¹⁹

El periodismo cuenta historias, por supuesto que lo hace, pero es mucho más que narración dramática. Decir que el periodismo es contar historias es como decir que la política es elegir gobernantes. Si todo fuera cuento ¿dónde quedan las relaciones de poder, que el periodismo no crea, pero puede ayudar a sostener? ¿Dónde quedan los derechos humanos, que el periodismo no inventa, pero puede ayudar a respetar? ¿Dónde queda la participación política, que el periodismo no garantiza, pero es capaz de facilitar?

¹⁹ Ver. Suicidios en Chunchi (reportaje), *Teleamazonas*, 10 de septiembre, 2010. On line. www.youtube.com

Los maestros del llamado periodismo narrativo dejaron grandes enseñanzas en cuanto a técnicas de reportería, usos del lenguaje, recreación de ambientes, ritmos del relato, entre otras cosas útiles. Por eso siguen siendo respetables. Pero no son pocos los casos en que ellos mismos perdieron de vista el trasfondo histórico y político de sus historias por apostarle a una matriz dramática que terminó por “ficcionalizar” la realidad aunque no se lo propusieran. Algún rato habrá que ocuparse más a fondo de ese tema.

Volviendo a nuestro medio, el “narrativismo” (digámoslo con esa palabra para resaltar su falacia) del que hablan nuestros “referentes” no va más allá de la autocomplacencia del narrador, de su pretensión estética. Ahí está la trampa, porque es una forma de periodismo evasivo, que rehúye a la posibilidad de interrogar al poder con un discurso capaz de sacudirlo. Dicho de otra manera, al poder no lo perturba el cuento ni el drama, sino la investigación rigurosa, la información organizada y los datos confirmados.

El periodismo es mucho más que contar historias. Digamos que aspira a contar la historia con riqueza expresiva, con recursos lingüísticos idóneos, con imaginación y buena sintaxis. Eso es otra cosa y, si fracasa en el intento, por lo menos no suena tan despistado.

Quito, octubre de 2011

Sobre el autor:

Gustavo Abad

Periodista e investigador de la comunicación, ha trabajado como reportero y editor en varios diarios ecuatorianos como *El Comercio*, *HOY*, *El Universo* y *El Telégrafo*, principalmente en las áreas de Investigación y Cultura. Ejerce la docencia universitaria y colabora con diversos medios. Ha publicado *El monstruo es el otro: la narrativa social del miedo en Quito* (2005); *Medios y movilidad humana. Pautas*

para informar sobre hechos migratorios (2009); *Representación de la cultura afrodescendiente en los textos de educación básica en el Ecuador* (2010); *Ecuavoley: la ovación voluntaria* (2011); *El club de la pelea. Gobierno y medios, un entramado de fuerzas y debilidades* (2011), y el cortometraje *Fuego cruzado* (2005). Secretario General y analista de medios del CIESPAL.

Referencias bibliográficas

Abad, Gustavo, *Reporteros: cultura periodística, censura y autocensura*, informe de investigación para el Programa de Estudios de la Comunicación de FLACSO-Ecuador, Quito, junio de 2010.

Bourdieu, Pierre, *Sociología y Cultura*, Grijalbo, México, 1990.

Castells, Manuel, *Comunicación y poder*, Alianza Editorial, Madrid, 2010

Checa, Fernando, Coord., *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos*, CIESPAL, Ministerio Coordinador de Patrimonio, Quito, 2010

Fraser, Nancy, *Iustitia interrupta. Reflexiones críticas desde la oposición postsocialista*, Siglo del Hombre Editores, Bogotá, 1997

Habermas, Jürgen, *Historia y crítica de la opinión pública. La transformación estructural de la vida pública*, Editorial Gustavo Gili, Barcelona, 1994

Hopnehayn, Martin, "Faundes y otros textos" (en Rey, Germán, edit., *Revista de Estudios Sociales* N° 24. Otros relatos de lo social I, ARCCA-FIRC, Bogotá, 2006, p. 45-51)

Lévy, Pierre, *Cibercultura. La cultura en la sociedad digital*, Anthropos, Barcelona, 2007

Rheingold, Howard, *Multitudes inteligentes: la próxima revolución social*, Gedisa, Barcelona, 2004

Sontag, Susan, *Cuestión de énfasis*, Alfaguara, Buenos Aires, 2007.

Fuentes on line y otras referencias

Abad, Gustavo, "Escritura callejera para no olvidar a Paúl", crónica, 10 de diciembre de 2007, *on line*, www.rostroadusto.blogspot.com

Mattelart, Armand, "Políticas públicas de comunicación y medios públicos en América Latina", conferencia ofrecida el 26 de marzo de 2011 en CIESPAL, *on line*, www.ciespal.net

Villoro, Juan, "Itinerarios del ornotorinco, hacia un periodismo cultural", ponencia en el Seminario Nuevas Rutas para el Periodismo Cultural, México, septiembre de 2011, *on line*, www.fnpi.org

"Suicidios en Chunchi" (reportaje), *Teleamazonas*, 10 de septiembre, 2010, *on line*. www.youtube.com

"El cine nacional se reinventa", reportaje, revista *Vanguardia* N° 307, del 5 al 11 de septiembre de 2011.

Diseño de la metodología

Este trabajo propone un diseño metodológico para el análisis de la noticia cultural para entender cómo, a partir de ella, los medios de información terminan produciendo determinadas representaciones sobre cultura.

En el plano teórico, este documento responde a un “enfoque socioanalítico” porque mira al periodismo cultural como un *subcampo* o campo especializado del campo periodístico, esta última noción que se aborda asumiéndola como estructura que condiciona ciertas formas de funcionamiento interno desde las propuestas que sobre ello ha vertido el autor Pierre Bourdieu.

Metodológicamente, se plantea un formato de análisis de los contenidos de las secciones culturales de los periódicos, los telediarios y las telerrevistas para evaluar cómo en ellos se despliegan las nociones de: coyuntura, relacionamiento y manejo de las fuentes, jerarquización de la información y niveles de análisis, reflexión y seguimiento de los acontecimientos que han provocado las noticias. Estos formatos, llamados guías de codificación, tienen cuatro niveles de acercamiento: datos de identificación, despliegue, características de la información y análisis de nociones.

Estas herramientas se pueden aplicar a dos semanas de publicaciones o difusiones por prensa y televisión: una atípica y otra típica, siendo la

primera un periodo de dinámicas no corrientes en el acontecer cultural local, a diferencia de la segunda.

Observaciones generales

La unidad, nota o pieza de análisis es el texto periodístico (de información u opinión) que contiene, en el caso de los periódicos, un titular (antetítulo, título y subtítulo), un cuerpo discursivo (lo que desarrolla ese titular, incluyendo sumillas, recuadros, etcétera) y, a veces, elementos iconográficos (fotos, caricaturas, infografías). Todos estos elementos deben referirse a un mismo tema. Además, cada pieza suele estar definida o delimitada gráficamente con líneas, diferentes tipos de letras en titulares, tramas, etcétera, que las diferencian de otras piezas.

En el caso de los telediarios y las telerrevistas, una nota periodística es la unidad audiovisual (de información u opinión) que puede empezar con la introducción del *ancore* o presentador, más una secuencia de imágenes elaboradas por un reportero/a, o solo la secuencia de imágenes sobre un hecho.

En el análisis de las piezas periodísticas se va a encontrar información cualitativa que no puede ser procesada en la matriz correspondiente, pero que es importante para la investigación. Por ejemplo, ciertas tendencias informativas, fotografías significativas, titulares sesgados, una cierta intencionalidad de la información que vale la pena considerar. Dado que esta valiosa información se perdería si no se la registra aparte, se plantea el recurso de la Bitácora para hacerlo, que es una especie de “libro de campo” en el que se consignará ese tipo de informaciones desde una perspectiva más cualitativa y etnográfica y con las referencias hemerográficas correspondientes: diario, fecha, página, y los comentarios breves del analista. Obviamente, estos registros no serán para cada nota, sino para aquellas que lo ameriten al presentar alguna particularidad significativa que se perdería si no se utiliza este recurso.

En el caso de la opción Otros, que se presenta en algunas categorías de las guías de análisis para prensa y televisión, se plantea que se lleve un registro aparte de todos aquellos datos que no encuadran en las otras opciones y se contabilice cada uno de esos datos, para luego establecer una clasificación según las frecuencias.

A continuación se dan algunas indicaciones generales sobre cada categoría de análisis y las opciones correspondientes (información completa sobre estas últimas se encontrará en las guías de codificación que se ubican al final). Una explicación más detallada habrá en el taller de capacitación y en la asesoría y seguimiento que a lo largo del proceso de codificación darán los responsables de esta investigación.

I. Datos de identificación

1. Fecha

En un formato que incluye día, mes y año de la nota. Se registra el momento en que se hace el análisis.

2. N° unidad de análisis

Desde uno y en forma ascendente, se ubicará un número por cada unidad, nota o pieza de análisis. La numeración terminará cuando se concluya con el monitoreo de un medio de comunicación.

3. Diario / Telediario/ Telerrevista

Se registrarán de acuerdo con los medios de comunicación y programas que formen parte de la muestra de análisis.

II. Despliegue

4. Sección / Bloque

“Sección” es el nombre dado por el diario al espacio en el cual se ubica una nota; en cambio, “bloque” es el conjunto de unidades de análisis

que empieza y termina con un espacio publicitario. Se debe tomar en cuenta las categorías establecidas en las guía de codificación para periódicos y telediaros.

5. Jerarquía

En el caso de los periódicos, las definiciones a considerar son las siguientes:

Apertura: es la nota de mayor dimensión que ocupa especialmente el cuadrante superior izquierdo de la página.

Secundaria: es una nota de peso en el diario que no, necesariamente, es de apertura pero tiene un espacio destacado en la página.

Terciaria: es una nota con información no destacada en la página, no obstante, su contenido es mayor que un breve o un corto.

Otras: el resto de notas que no caben en las dos categorías anteriores.

En el caso de los telediaros, las definiciones a considerar son las siguientes:

Apertura de bloque: es la nota con la cual se inicia un bloque informativo, tras el espacio publicitario.

Avance: es la información anticipada por el *ancore* o el presentador sobre un hecho alrededor del cual se ha generado una nota, que puede darse en un bloque distinto al bloque en el cual aparece la nota analizada.

Otras: el resto de notas que no caben en las dos categorías anteriores.

6. Dimensión

Según las categorías establecidas en las guías de codificación, hay 11 opciones para los periódicos y tres para los telediaros. Se debe tomar

en cuenta que las opciones de tamaños, en los periódicos, están en orden descendente de la más grande a la más pequeña. Y la opción “Otro” es para las notas de más de una página.

En el caso de los telediarios, las opciones de dimensión de las notas van en orden ascendente, de las que tienen menos segundos de duración hasta las que tiene más tiempo.

III. Características de la información

7. Autoría explícita del tema

Con 10 y cinco opciones en diarios y telediarios, respectivamente, se registra esta categoría para conocer a los autores de la información cultural. En muchos casos, serán autores anónimos, identificados como “sin nombre” o “sin firma”; también, se identifican las agencias de noticias internacionales y a otros medios de comunicación del país.

8. Origen

Esta categoría de análisis es aplicable a todas notas para señalar el lugar de procedencia de las unidades de análisis.

9. Tema

Se consideran los contenidos de cultura y patrimonio, descritos en las categorías establecidas en las guías de codificación. Si la nota tiene dos o más temas, se señalarán por orden de destaque.

Patrimonio: conjunto de bienes culturales materiales e inmateriales que un grupo de personas ha heredado de sus ascendientes.

Tráfico ilícito de bienes patrimoniales: es cualquier movimiento o transacción ilegal de bienes culturales, dentro del país y hacia o desde el extranjero, que generan una pérdida en el conocimiento del desarrollo de los pueblos que produjeron tal elemento.

Artes plásticas y visuales: son formas de arte que se enfocan en la creación de trabajos que son principalmente visuales por naturaleza, como la pintura, la escultura, la arquitectura, el diseño y la elaboración de artesanías.

Música: es la combinación de silencios, sonidos de la voz humana y de los instrumentos, o de unos y otros a la vez, para crear un determinado efecto. Incluye la música académica, la instrumental y la folclórica.

Artes escénicas: están destinadas al estudio y práctica de cualquier tipo de obra escénica o escenificación, toda forma de expresión capaz de inscribirse en la escena: ópera, teatro clásico y experimental, danza clásica y experimental, fiesta y carnaval.

Cine / Chévere / agenda diaria: hace referencia a la cinematografía, las actividades culturales que son parte de la programación de las distintas instituciones relacionadas con el mundo de la cultura.

Televisión: tiene relación con los programas y los personajes de canales de televisión nacionales e internacionales.

Literatura: es el conjunto de producciones literarias.

Espectáculos: se entiende a la función o actuación de cualquier tipo que se realiza por divertimento del público.

Otro: todo lo que no entre en las categorías anteriores, como procesos judiciales alrededor de un artista.

10. Género

Según las categorías establecidas en las guías, se caracterizan algunos géneros que pueden prestarse a confusión:

Crónica: es la narración de una historia, generalmente relacionada con temas humanos, cuya principal característica es el uso de un lenguaje más cercano a la literatura.

Reportaje: es el género periodístico más completo que contiene varios géneros: noticia, crónica, entrevista, testimonio, perfil, etcétera. Es una construcción que busca dar explicaciones o contextualizar un hecho.

Avances: son las notas publicadas solo en la Primera Plana que no se desarrollan como noticia, sino que están constituidas por resúmenes y breves informaciones sobre algunos temas que se desarrollan en el interior del cuadernillo. En el caso de los telediarios y telerrevistas, no se ha considerado el “avance” como género.

Nota breve: es una pequeña información noticiosa que tiene título, sumario e incluso una fotografía; no excede de 1/16 de página. Es diferente de los “cortos” que reúne un conjunto de pequeñas informaciones sobre diferentes temas; son pequeñas notas (más reducidas que la nota breve), cada una de las cuales con título y texto generalmente de un párrafo.

Nota leída: es la información audiovisual que se caracteriza por la reproducción de imágenes mientras se escucha la voz en *off* del *ancore* o presentador.

11. Coherencia entre titular y texto

Esta variable es, únicamente, aplicable a las notas impresas. Se trata de relacionar el titular con el cuerpo de la nota, no es necesario que todo el texto sea coherente con el titular, pero sí la mayor parte de este.

12. Número de fuentes consultadas

Las fuentes son los individuos, grupos e instituciones que proporcionan información (fuentes consultadas) sobre los hechos y acontecimientos que los medios informan. NO son los individuos, grupos e instituciones a los que se refieren las notas, estas son fuentes referenciales. Se contabiliza y se señala el número de fuentes citadas en la nota, incluso las no identificadas. En algunos casos puede ser cero.

13. Fuentes consultadas e identificadas

Son las fuentes que han dado la información (véase el numeral anterior), con la cual se ha elaborado la nota, y que el periodista las identifica de manera explícita, cuando esto último no sucede son “otra”, “sin identificar” o “periodista in situ” y se las debe registrar así. Para codificar esta variable, remítase al listado y los códigos correspondientes establecidos en las guías de codificación de periódicos y telediarios. Además, se puede señalar las fuentes en orden de importancia (hasta cinco), que está dada por el espacio que el medio le asigna a cada fuente en la nota.

14. Función de la fuente

En esta variable se elegirá un código para cada fuente de la nota. Si hay muchas fuentes, algunas de ellas podrán tener las funciones a continuación:

Tema: la pieza periodística es sobre una fuente o una persona, sobre algo que esa fuente o persona ha hecho, dicho, etcétera.

Experiencia / comentario oficial: la fuente o la persona provee información adicional, opiniones o comentarios basados en su conocimiento o experiencia sobre algo que se ha hecho o dicho, a manera de un experto.

Vocero: aplica para los artistas, gestores culturales o personas que hablan en nombre de otra persona, grupo u organización.

Experiencia personal: la persona provee una opinión o comentario en base a su experiencia individual, sin que eso refleje la opinión de un grupo u organización.

Opinión popular: es la opinión personal para reflejar la voz del “ciudadano común”.

Otra: se usará, únicamente, como último recurso en los casos en los cuales las fuentes no entren en las opciones anteriores. El analista

registrará un comentario sobre este tipo de fuente, para un análisis cualitativo.

No aplica: Se usará en el caso de fuentes secundarias.

15. Contrastación de fuentes

La contrastación es la verificación u obtención de otros puntos de vista que den un balance o equilibrio de perspectivas a la información; según este criterio se debe establecer si esos puntos de vista tienen o no contraste. La contrastación puede ser entre notas (publicadas en la misma página) o entre fuentes consultadas en una misma nota. Otra opción es “no aplica”.

16. Puntos de vista favorables a la campaña nacional contra el tráfico ilícito de bienes patrimoniales

Esta variable se aplicó, únicamente, al estudio *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos*, que consideró el inicio de esta campaña como un hecho para diferenciar entre una semana típica y una atípica de análisis. Sin embargo, un hecho similar puede ser seleccionado para un análisis de contenido posterior y, en ese caso, esta variable cambiará según el acontecimiento escogido que no necesariamente puede ser patrimonio, sino otro tema cultural.

17. La unidad de análisis enfatiza en el tema de patrimonio

Esta variable se modificará a partir de los cambios que se hagan en la anterior variable.

IV. Análisis

18. Noción de coyuntura involucrada

Con esta categoría de análisis se busca establecer si la información es puramente coyuntural, relacionada únicamente con el hecho

o acontecimiento puntual, o su desarrollo es contextualizado, con antecedentes y consecuentes, e incluye aspectos relacionados, etcétera. En ese sentido, las posibilidades de codificación son:

- Tema como producto: el tema hace referencia a un evento particular de la agenda diaria.
- Tema como proceso: El tema hace referencia a un evento / acontecimiento o evaluación de una secuencia: festivales, foros, seminarios, exposiciones, conflictos.
- No aplica en el caso de semblanzas, recordatorios de acontecimientos ocurridos en otros momentos.

19. Noción de cultura

Se refiere a las dimensiones de la cultura. Las opciones son las siguientes:

- Cultura culta: el tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura especializada o erudita.
- Cultura masiva: el tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura que se reproduce digital o industrialmente.
- Cultura popular: el tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura compleja que incluye conocimientos, creencias, tradiciones.

20. Descriptores

Palabra clave que define el contenido de la unidad de análisis y permite localizarlo en un archivo manual o digitalizado. Por ejemplo, Patrimonio, Centro Histórico, iglesias.

Anexos

Anexo 1

Guía de codificación de periódicos

I. IDENTIFICACIÓN

1. (a) Fecha: _____

2. (b) N° Unidad de análisis: _____

3. (c) Diario:

1. El Comercio
2. El Universo
3. Expreso
4. Hoy
5. La Hora
6. El Telégrafo

II. DESPLIEGUE

4. (d) Sección (Ubicación en el periódico):

1. Portada
2. Contraportada
3. Cultura

4. Espectáculos (solo para cine yTv)
5. Farándula (información del jet set, chismes)
6. Opinión/ Editorial
7. Otra: _____

5. (e) Jerarquía del tema en la sección:

1. Apertura
2. Secundaria
3. Terciaria
4. Otra

6. (f) Dimensión / Extensión de la nota:

1. Página entera
2. 7/8
3. 3/4
4. 5/8
5. 1/2
6. 3/8
7. 1/4
8. 1/8
9. 1/16 (Breve)
10. 1/32 (Cortos)
11. Otro

III. CARACTERÍSTICAS DE LA INFORMACIÓN

7. (g) Autoría explícita del tema:

1. Nombre del periodista
2. Letras iniciales
3. Agencia (s)
4. Otro medio nacional
5. Otro medio internacional

6. Sección/Unidad/Redacción
7. Agencias/Medio
8. Sin firma
9. Nombre de columnista
10. Otro (por ejemplo, Internet)

8. (h) Origen / Procedencia del tema:

1. Local / Nacional
2. Internacional

9. (i) Tema / Ámbito de abordaje (disciplina artística, campo cultural):

1. Patrimonio
2. Tráfico ilícito de bienes patrimoniales
3. Artes plásticas y visuales
4. Música académica (cabida también para música tradicional o “popular ecuatoriana”)
5. Artes escénicas
6. Cine + Chévere+ agenda (agenda de actividades diaria y para el fin de semana)
7. Televisión
8. Literatura
9. Espectáculos
10. Otro: _____

10. (j) Género periodístico:

1. Noticia
2. Nota breve
3. Fotonoticia
4. Entrevista
5. Crónica

6. Reportaje
7. Perfil
8. Informe especial
9. Testimonio
10. Solo infografía
11. Cortos
12. Editorial
13. Columna
14. Caricatura
15. Análisis
16. Otro (por ejemplo, crítica de cine de arte)

11. (k) Coherencia entre titular y texto:

1. Es coherente / amplía información
2. Es más o menos coherente
3. No es coherente/ distorsiona

12. (l) Número de fuentes consultadas (puede ser cero):

1. Cero (0)
2. Una (1)
3. Dos (2)
4. Tres (3)
5. Cuatro (4)
6. Cinco (5) o más

13. (m) Fuentes consultadas e identificadas de manera explícita (escribir los nombres de las fuentes en el orden de apareamiento):

1. Ministerio Coordinador de Patrimonio
2. Ministerio de Cultura del Ecuador
3. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural

4. Gobierno Nacional (Ejecutivo y otros ministerios)
5. Prefectura
6. Municipio
7. Casa de la Cultura Ecuatoriana
8. Museos
9. Gremios
10. Universidades
11. Artistas
12. Gestores culturales (productores, organizadores de foros)
13. Ciudadanía
14. ONG, organizaciones de derechos humanos, organismos internacionales
15. Fuente secundaria (informes, artículos, web, boletín de prensa)
16. Otra
17. No aplica

Orden de importancia

1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____

14 (o) Función de la fuente (elija un solo numeral)

1. Tema (la pieza periodística es sobre una fuente o una persona, sobre algo que esa fuente o persona ha hecho, dicho, etc.)
2. Experiencia/ comentario oficial (la fuente o la persona provee información adicional, opiniones o comentarios basados en su conocimiento o experiencia sobre algo que se ha hecho o dicho, a manera de un experto)
3. Vocero (aplica para los artistas, gestores culturales o personas que hablan en nombre de otra persona, grupo u organización)

4. Experiencia personal (la persona provee una opinión o comentario en base a su experiencia individual sin que eso refleje la opinión de un grupo u organización)
5. Opinión popular (la opinión personal para reflejar la del “ciudadano común”)
6. Otra: _____
7. No aplica (fuentes secundarias)

15. (p) Contrastación de fuentes:

1. Sí
2. No
3. No aplica (fuentes secundarias, entrevista)

16. (q) Puntos de vista de las fuentes en relación a la campaña contra el tráfico ilícito de bienes culturales patrimoniales (si no hay, pasar a la variable 18):

1. Favorables a la campaña
2. Desfavorables a la campaña
3. Neutrales

17. (r) ¿La unidad de análisis enfatiza claramente el tema de patrimonio concerniente al salvataje de bienes culturales patrimoniales? (Por ejemplo, la situación de: la herencia cultural ecuatoriana, la normativa para proteger el patrimonio cultural, valoración social del patrimonio)

1. En desacuerdo. La nota no enfatiza claramente el tema de patrimonio concerniente al salvataje de bienes culturales patrimoniales.
2. De acuerdo. La nota enfatiza claramente el tema de patrimonio concerniente al salvataje de bienes culturales patrimoniales.

3. No se sabe o no se puede decidir.

IV. ANÁLISIS

18. (s) Noción de coyuntura involucrada en el tema:

1. El tema hace referencia a un evento particular de la agenda diaria (tema como producto)
2. El tema hace referencia a un evento/ acontecimiento o evaluación de una secuencia: festivales, foros, seminarios, exposiciones, conflictos (tema como proceso)
3. No aplica (semblanzas, recordatorios de acontecimientos ocurridos en otros momentos)

19. (t) Noción de cultura involucrada en el tema

1. El tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura especializada o erudita (cultura culta)
2. El tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura que se reproduce digital o industrialmente (cultura masiva)
3. El tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura compleja que incluye conocimientos, creencias, tradiciones (cultura popular)
4. El tema hace referencia a un evento que promueve una idea de patrimonio como un bien nacional que tiene valor
5. No aplica

20. Descriptores (ubicar hasta cuatro palabras claves para identificar la unidad de análisis)

Anexo 2

Ejemplo de matriz de codificación de periódico

Matriz de mapeo de orden de periódico

Proyecto: "El periodismo cultural en los medios audiovisuales"

D1		D2										D3								
1. Fecha	2. Nº Unidad de análisis	3. Orden	4. Sección	5. Aparición del periódico	6. Dimensional de actuación	7. Autor del texto	8. Origen del contenido	9. Tema	10. Género periodístico	11. Cantidad de palabras	12. Número de líneas de texto	13. Presencia de imágenes	13.1. Cantidad de imágenes	14. Fuente de la imagen	15. Tipo de imagen	16. Fuente de la imagen	17. Estructura del texto	18. Nivel de complejidad	19. Nivel de edición	20. Descripción
Lunes 28/02/2010	1	EU	1	4	2	1	2	7	6	1	3	5	5	3	3	1		1	1	2
Lunes 29/02/2010	2	EU	7 (Gente)	1	7	9	1	10	4	3	2	10	10	1	3	3	2	2	1	5
Lunes 29/02/2010	3	EU	7	2	8	8	1	10	1	1	3	17	18	1	7	3		1	1	5
Lunes 29/02/2010	4	EU	7	3	8	9	1	7	1	1	1	17	11	7	2	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	5	FU	3	1	6	8	1	3	1	1	4	12	12	2	1	1		1	1	1
Lunes 29/02/2010	6	EU	3	3	8	8	1	3	1	1	2	15	12	2	3	3		1	1	1
Lunes 29/02/2010	7	EU	3	2	8	8	1	4	1	1	4	4	13	2	1	1		1	1	2
Lunes 29/02/2010	8	EU	3	4	10	8	1	4	1	1	2	15	13	7	3	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	9	EU	3	4	10	8	1	6	1	1	2	15	13	7	3	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	10	EU	3	4	10	8	1	6	1	1	2	15	13	7	3	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	11	EU	3	4	10	8	1	6	1	1	2	15	13	7	3	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	12	EU	3	4	10	8	1	6	1	1	2	15	13	7	3	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	13	FU	3	4	10	8	1	6	1	1	2	15	13	7	3	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	14	EU	4	1	7	6	1	5	1	1	4	13	13	4	2	2		1	1	2
Lunes 29/02/2010	15	EU	4	1	7	3	2	6	1	1	1	17	17	7	3	3		1	1	2
Lunes 29/02/2010	16	EU	6	3	7	9	2	8	12	1	1	17	18	7	3	3		3	2	2
Lunes 29/02/2010	17	EU	7 (Gente)	1	7	8	1	10 (Gente)	4	3	2	16 (Gente)	16 (Gente)	1	3	3		1	1	5
Lunes 29/02/2010	18	EU	7 (Gente)	3	8	8	2	9	2	1	2	16 (Gente)	16 (Gente)	1	2	2		3	3	2
Lunes 29/02/2010	19	EU	7 (Gente)	2	7	6	1	10 (Gente)	1	2	2	16 (Gente)	16 (Gente)	1	2	2		1	1	5
Lunes 29/02/2010	20	EU	3	1	5	8	1	4	4	1	2	16 (Gente)	16 (Gente)	2	2	2		1	2	2
Lunes 29/02/2010	21	EU	3	4	9	8	1	5	2	1	1	17	17	7	2	2		1	1	1
Lunes 29/02/2010	22	EU	3	4	9	8	1	5	2	1	1	17	17	7	2	2		1	1	1
Lunes 29/02/2010	23	EU	3	4	8	8	1	6	2	1	1	17	17	7	2	2		1	1	3

Anexo 3

GUÍA DE CODIFICACIÓN DE TELEDIARIOS

I. Datos de identificación:

1. Fecha

2. N° Unidad de análisis

3. Telediario

1. Gamanoticias (Gamatv)
2. 24 Horas (Teleamazonas)
3. Televistazo (Ecuavisa)
4. ECTV Noticias y Gente al día (ECTV)

Despliegue:

4. Bloque

1. Bloque inicial
2. Bloque medio
3. Bloque tercero
4. Bloque final
5. Otro _____

5. Jerarquía:

1. Apertura de bloque
2. Avance
3. Otro: _____

6. Dimensión:

1. De 00:00:01 a 00:01:00 minuto
2. De 00:01:01 a 00:02:00 minutos
3. Más de dos minutos

Características de la información:

7. Autoría del tema:

1. Nombre del periodista
2. Nombre de agencia noticiosa
3. Otro medio nacional
4. Otro medio internacional
5. Sin firma

8. Origen/ Procedencia del tema

1. Local / Nacional
2. Internacional

9. Tema / ámbito de abordaje (disciplina artística, campo cultural):

1. Patrimonio
2. Tráfico ilícito de bienes patrimoniales
3. Artes plásticas y visuales
4. Música académica (cabida también para música tradicional)

o “popular ecuatoriana”)

5. Artes escénicas
6. Cine+ Chévere (agenda de actividades para el fin de semana)
7. Televisión
8. Literatura - agenda
9. Espectáculos
10. Otro: _____

10. Género periodístico:

1. Noticia
2. Nota leída
3. Entrevista
4. Reportaje
5. Perfil/ Testimonio
6. Editorial/ comentario
7. Otro: _____

11. Número de fuentes consultadas (puede ser cero):

1. Cero (0)
2. Una (1)
3. Dos (2)
4. Tres (3)
5. Cuatro (4)
6. Cinco (5) o más

12. Fuentes consultadas identificadas de manera explícita (señalar en orden de importancia):

1. Ministerio Coordinador de Patrimonio
2. Ministerio de Cultura del Ecuador
3. Instituto Nacional de Patrimonio Cultural
4. Gobierno Nacional

5. Gobierno Seccional
6. Municipio
7. Casa de la Cultura Ecuatoriana
8. Museos
9. Gremios
10. Universidades
11. Artistas
12. Gestores Culturales
13. Ciudadanía
14. ONG's, organizaciones de derechos humanos, organismos internacionales
15. Otra: _____
16. Fuente secundaria (informes, artículos)
17. No aplica

Importancia:

1. _____ 2. _____ 3. _____ 4. _____ 5. _____

13. Función de la fuente (elija un solo numeral)

1. Tema (la pieza periodística es sobre una fuente o una persona, sobre algo que esa fuente o persona ha hecho, dicho, etc.)
2. Experiencia / comentario (la fuente o la persona provee información adicional, opiniones o comentarios basados en su conocimiento o experiencia sobre algo que se ha hecho o dicho; se aplica también a personas)
3. Vocero (aplica para los artistas, gestores culturales o personas que hablan en nombre de otra persona, grupo u organización)
4. Experiencia personal (la persona provee una opinión o comentario en base a su experiencia individual sin que eso refleje la opinión de un grupo u organización)

5. Opinión popular (la opinión personal para reflejar la del “ciudadano común”)
6. Otra: _____
7. No aplica

14. Contrastación de fuentes

1. Sí
2. No
3. No aplica

15. Puntos de vista de las fuentes en relación a la campaña contra el tráfico ilícito de bienes culturales patrimoniales (si no hay, pasar a la variable 18):

1. Favorables a la campaña
2. Desfavorables a la campaña
3. Neutrales

16. ¿La unidad de análisis enfatiza claramente el tema de patrimonio concerniente al salvataje de bienes culturales patrimoniales? (Por ejemplo, la situación de la herencia cultural ecuatoriana, la normativa para proteger el patrimonio cultural, valoración social del patrimonio)

1. En desacuerdo. La nota no enfatiza claramente el tema de patrimonio concerniente al salvataje de bienes culturales patrimoniales
2. De acuerdo. La nota enfatiza claramente el tema de patrimonio concerniente al salvataje de bienes culturales patrimoniales.
3. No se sabe o no se puede decidir

Análisis

17. Noción de coyuntura involucrada en el tema

1. El tema hace referencia a un evento particular de la agenda diaria (tema como producto)
2. El tema hace referencia a un evento/ acontecimiento o evaluación de una secuencia: festivales, foros, seminarios, exposiciones, conflictos (tema como proceso)
3. No aplica (semblanzas, recordatorios de acontecimientos ocurridos en otros momentos)

18. Noción de cultura involucrada en el tema

1. El tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura especializada o erudita (cultura culta)
2. El tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura que se reproduce digital o industrialmente (cultura masiva)
3. El tema hace referencia a un evento que promueve un modelo de cultura compleja que incluye conocimientos, creencias, tradiciones (cultura popular)
4. El tema hace referencia a un evento que promueve una idea de patrimonio como un bien nacional que tiene valor
5. No aplica

19. Descriptores (ubicar hasta cuatro palabras claves para identificar la unidad de análisis)

Anexo 4 Ejemplo de matriz de codificación de periódico

Matriz de registro de datos de beneficiarios
Proyecto "El periodismo cultural en los medios audiovisuales"

Televisión

IDENTIFICACION		Datos				Características de la información				Publica								
1. Fecha	2. Tipo de actividad	3. Tipo de actividad	4. Bases	5. Beneficiarios	6. Materiales	7. Cantidad de actividades	8. Autor de la obra	9. Origen de la información	10. Tipo de actividad	11. Sitio electrónico	12. Número de canales	13. Número de canales	14. Número de canales	15. Número de canales	16. Tipo de actividad	17. Estado de la actividad	18. Tipo de actividad	19. Descripción
1. Febrero del 2010	1	2	5	4 (Callejeros)	3 (Otro canal)	2	4	2	12 (Radio)	2	10	10	5	3	1	3	3	Sede Nacional, Chile
2. Febrero del 2010	2	2	3	3	2	2	1 (Radio Concert)	1	10 (Radio)	1	2	10 (concertos)	10	2	2	2	2	Conductores: verónica, Constanza
3. Febrero del 2010	3	2	5	4 (Callejeros)	3 (Radio Concert)	2	4	2	10 (Bocales angulares)	2	10	10	6	3	1	3	3	Radio Angolana, Chile
4. Febrero del 2010	4	3	3	3	1 (La Andina)	1	1 (La Andina)	1	6	1	2	10 (Experiencia)	10	1	2	1	2	Chile, Llanos, Guzmán, Pielada
5. Febrero del 2010	5	2	5	4 (El Vago, El Vago, El Vago)	2	3	3	1	9 (radio)	1	17	17	7	5	1	2	2	Presidencia, Intern, gignot, de Añón, Chile
6. Febrero del 2010	6	2	6	4 (Académico)	3 (Radio Concert)	2	5	1	8 (radio)	2	10	17	7	5	1	2	2	Presidencia, DCE, Eduardo Manríquez
7. Febrero del 2010	7	2	3	3	1 (Radio Concert)	1	4	2	2	2	10	10	3	3	1	2	2	Chile, Nacional, Radio
8. Febrero del 2010	8	2	3	3	1 (Radio Concert)	1	1 (Radio Concert)	1	1	1	3	10 (radio de Chile)	10	3	3	2	2	Radio Concert, Chile
9. Febrero del 2010	9	2	4	3	3 (Radio Concert)	3	1 (Radio Concert)	2	8	4	4	10 (radio de Chile)	10	2	1	1	1	Radio Concert, Chile
10. Febrero del 2010	10	2	6	4 (radio)	3 (Radio Concert)	3	4	2	0	1	2	10	10	3	3	2	2	Radio Concert, Chile
11. Febrero del 2010	11	2	2	1	1 (Radio Concert)	1	1 (Radio Concert)	2	8	5	4	10	10	2	2	2	2	Radio Concert, Chile
12. Febrero del 2010	12	2	2	1	1 (Radio Concert)	1	1 (Radio Concert)	2	8	4	1	17	17	1	3	1	1	Radio Concert, Chile
13. Febrero del 2010	13	2	2	2	2	2	5	2	8	1	2	10	10	1	3	1	1	Radio Concert, Chile
14. Febrero del 2010	14	2	2	2	2	3	2 (radio)	2	8	3	3	10	10	3	1	1	1	Radio Concert, Chile
15. Febrero del 2010	15	2	3	3	2 (radio)	2	1 (radio)	2	1	1	3	11	11	1	3	1	1	Radio Concert, Chile
16. Febrero del 2010	16	2	1	1	1	1	5	1	4	6	1	17	17	3	3	1	1	Radio Concert, Chile
17. Febrero del 2010	17	2	2	2	3 (radio)	2	1 (radio)	2	8	4	4	14	14	1	3	1	1	Radio Concert, Chile
18. Febrero del 2010	18	2	4	2	1	3	5	1	4	1	1	17	17	3	3	1	1	Radio Concert, Chile

Anexo 5

Guía de análisis de contenido del caso Patrimonial en la prensa

I. IDENTIFICACIÓN

1. Fecha:

2. N° Unidad de análisis:

3. Diario:

a. El Comercio

4. N° páginas en la sección Cultura:

a. 1

b. 2

c. 3

d. 4 o más

e. Menos de 1

II. INFORMACIÓN (reconocimiento de jerarquía)

5. Origen / Procedencia de la información (contexto):

a. Local

b. Internacional

6. Autoría de la información:

- a. Periodista
- b. Agencia (s)
- c. Otro medio
- d. Sección/Unidad/Redacción
- e. Agencias/Medio
- f. Sin firma

7. Jerarquía de la nota en el espacio de la sección:

- a. Apertura
- b. Secundaria
- c. Terciaria
- d. Otra

8. Tema / Ámbito de abordaje (disciplina artística, campo cultural, según las portadas diarias de la sección):

- a. Patrimonio
- b. Artes plásticas y visuales
- c. Música académica (cabida también para música tradicional o “popular ecuatoriana”)
- d. Artes escénicas
- e. Cine + Chévere (agenda de actividades para el fin de semana)
- f. Literatura + agenda
- g. Espectáculos
- h. Otro

9. Coherencia entre titular y texto:

- a. Es coherente/amplía información
- b. No es coherente/limita el contenido

10. Género:

- a. Noticia
- b. Nota breve
- c. Fotonoticia
- d. Entrevista
- e. Crónica
- f. Reportaje

-
- | | | |
|---------------------|---------------|--------------------|
| g. Columna | h. Análisis | i. Perfil |
| j. Informe especial | k. Testimonio | l. Solo infografía |
| m. Avances | n. Cortos | o. Portada |

11. Dimensión / Extensión:

- | | | |
|------------------|--------|-----------------|
| a. Página entera | b. 7/8 | c. 3/4 |
| d. 5/8 | e. 1/2 | f. 3/8 |
| g. 1/4 | h. 1/8 | i. 1/16 (Breve) |
| j. 1/32 (Cortos) | | |

12. Número de fuentes consultadas (puede ser cero):

- a. 0 b. 1 c. 2 d. 3 e. 4 f. 5 o más

13. Origen fuentes consultadas identificadas de manera explícita:

- a. Institucional (P: Pública; R: privada)
b. Agenda propia

14. Valoración de las fuentes en la escena cultural:

- a. Legitimadas b. Emergentes

15. Contrastación de fuentes:

- a. Sí b. No c. No aplica

16. Enfoque identificado. Puede ser ninguno.

- | | | |
|-----------------------|-------------------------------|------------|
| a. Conclusión | b. Juicio de valor | c. Opinión |
| d. Seguimiento debate | e. Apoyo en nociones / teoría | |
| f. Evaluación | g. Ninguno | |

17. Vinculación del tema (noticia, nota, producto periodístico) con los ámbitos de la (puede ser más de uno):

- a. Política (relaciones de poder)
- b. Historia (historicidad contextual)
- c. Economía (mercado)
- d. Cultura (representaciones)
- e. Ninguna

18. Si la respuesta en 15 fue a, b, c o d, la vinculación se expresó de manera:

- a. Explícita / Específica
- b. Tácita / Dispersa
- c. No aplica (si respuesta en 17 es e.)

19. Noción de coyuntura involucrada en la nota:

- a. Evento particular / agenda.
- b. Evento/acontecimiento/evaluación como parte de una secuencia (festivales, foros, seminarios, exposiciones, conflictos).
- c. Información contextualizada en relación a un debate más amplio.
- d. Información contextualizada en relación a un proceso sostenido en el tiempo (seguimiento).

20. Orientación general de la nota (según la noción de coyuntura usada. Señalar hasta 3 enfoques reconocidos):

- a. Oferta de un evento / acontecimiento
- b. Reseña – seguimiento de un evento / acontecimiento
- c. Reflexión, crítica, debate, análisis de un tema (opinión-especializada-s-)

21. Predominio de énfasis en el aspecto legal / judicial del caso:

- a. Sí b. No

22. Profundización en la dimensión simbólica de la cultura desde el caso particular

- a. Sí b. No

Anexo 6

Tabla de resumen

RESUMEN (valores mayores y menores de la tabulación, y sus respectivas correspondencias)				
PREGUNTA	VALOR MAYOR	CORRESPONDENCIA	VALOR MENOR	CORRESPONDENCIA
4	5c	3 pgs. en sección	4a - 4d	1 pg./4 o más pgs. en secc.
5	13a	Info. Local		
6	13d	Sección/unidad/redacc.		
7	5d	Otra	1a	Apertura
8	13a	Patrimonio		
9	13a	Es coherente		
10	12a	Noticia	1f	Reportaje
11	6h	{1/8}	1e	{1/2}
12	4c - 4d	2 y 3 fuentes	2b	1 fuente
13	12 a(P)	Institucional PÚBLICA	1a (P-R)	Inst. PÚBLICA y privada
14	11a	Legitimadas	2b	Emergentes
15	8c	No aplica	1b	No
16	13f	Evaluación		
17	7e	Ninguna	1d	Cultura
18	7c	No aplica	1a	Explícita / Específica
19	13b	Evento/acontecimiento		
20	13b	Reseña		
21	12a	Énfasis en aspecto legal	1b	Otro énfasis
22	13b	No dimensión cultural		

Preguntas (y nociones) relacionadas que, cruzándolas, permitirán establecer algunas conclusiones.

Anexo 7

Guía de registro de estudio de caso de *El Comercio* alrededor de los cambios de editor

Datos de identificación

1. Fecha (dd/mm/aa)
2. Unidad de análisis (orden ascendente empezando desde 001)
3. Síntesis de la nota

Despliegue

4. Ubicación en el periódico:
1 (Portada),
2 (Portada de Cultura)
3 (Cultura),
4 (Otros)
5. Jerarquía en la página:
1 (Apertura),
2 (Secundaria),
3 (Terciaria),
4 (Otros)
6. Dimensión:
1 (Página entera),
2 (7/8),
3 (¾),
4 (5/8),
5 (½),

- 6 (3/8),
- 7 (1/4),
- 8 (1/8),
- 9 (1/16 Breve),
- 10 (1/32 Cortos)

Características de la información

- 7. Autoría de tema:
 - 1 (Nombre del periodista),
 - 2 (Letras iniciales),
 - 3 (Agencia),
 - 4 (Otro medio nacional),
 - 5 (Otro medio internacional),
 - 6 (Sección/Unidad/Redacción),
 - 7 (Agencias/Medio), 8 (Sin firma)

- 8. Procedencia del tema:
 - 1 (Nacional),
 - 2 (Internacional)

- 9. Tema:
 - 1 (Patrimonio),
 - 2 (Artes plásticas y visuales),
 - 3 (Música académica, cabida también para música tradicional o "popular ecuatoriana"),
 - 4 (Artes escénicas),
 - 5 (Cine + Chévere+ agenda de actividades para el fin de semana),
 - 6 (Televisión),
 - 7 (Literatura + agenda),
 - 8 (Espectáculos),
 - 9 (Tráfico ilícito de bienes patrimoniales),
 - 10 (Otro)

10. Género periodístico:
- 1 (Noticia),
 - 2 (Nota breve),
 - 3 (Fotonoticia),
 - 4 (Entrevista),
 - 5 (Crónica),
 - 6 (Reportaje),
 - 7 (Perfil),
 - 8 (Informe especial),
 - 9 (Testimonio),
 - 10 (Solo infografía),
 - 11 (Cortos)
11. Idea implícita/ explícita de cultura
12. Descriptores / palabras clave (por lo menos tres)

Anexo 8

Tabla de resumen

Semanas 1 y 2				
Variable	Valor mayor	Correspondencia	Valor menor	Correspondencia
4	104	Ubicación en la sección cultura	4	Ubicación en la portada de cultura
5	98	Notas jerarquizadas como cortos	12	Notas jerarquizadas como terciarias
6	98	Dimensión de las notas como cortos	0	Dimensión de las notas 5/8, 3/4 Brevs. Solo hubo dos notas en página entera
7	66	Notas sin autoría	0	No se usan iniciales del periodista, no se recoge la información de medios nacionales
8	121	Notas nacionales	84	Notas internacionales
9	69	Notas sobre Literatura y agenda	0	Notas sobre tráfico lícito de bienes patrimoniales
10	98	Notas en cortos	0	Cero infografías, fotonoticia, informe especial, testimonio
11	82	Idea de cultura masiva	11	Patrimonio

Semana 3 y 4				
Variable	Valor mayor	Correspondencia	Valor menor	Correspondencia
4	81	Ubicación en otros (Chévere, espectáculo, cine)	1	Portada de cultura
5	68	Notas como cortos	22	Terciarias
6	53	Notas como cortos	3	Notas en página entera 5/8 y 3/4
7	67	Sin firma de autor	0	Notas sin letras iniciales y referencia a medios nacionales
8	118	Notas nacionales	48 notas	Notas internacionales
9	57	Notas de espectáculo	0	Notas sobre bienes patrimoniales y artes plásticas
10	65	Cortos	0	Fotonoticia, informe, perfil, infografía
11	112	Idea de cultura masiva	7	Idea de cultura popular

Semana del 6 y 7				
Variable	Valor mayor	Correspondencia	Valor menor	Correspondencia
4	147	Ubicación en otros (Chévere, espectáculo, cine)	8	Portada de cultura
5	152	Notas como cortos	35	Terciarias
6	148	Notas como cortos	9	Notas en página 3/4
7	125	Sin firma de autor	0	Notas sin letras iniciales y referencia a medios nacionales
8	172	Notas nacionales	12:00 AM	Notas internacionales
9	73	Notas de espectáculo	0	Notas sobre tráfico de bienes patrimoniales
10	148	Cortos	0	Crónica, testimonio, infografía
11	173	Idea de cultura masiva	7	Patrimonio

Anexo 9

Portada de Cultura de *El Comercio*



Anexo 10

Suplemento Expresiones de *El Telégrafo*





Jolyne Vallejo, Dane voz y coros, Haeckel Rivadeneira es el vocalista central, Santiago Jarrín, guitarra y voz; José Miguel Ruiz, batería; Felipe Jácome, guitarra y voz; y José Antonio Álvarez, bajo y voz.

277

Prótesis llega desde Quito para provocar

Tiene listo su primer disco titulado **Maquinaria melódica**

Francisco Santana
fsantana@telegrafo.com.ec
Quito

Hace diez años se predala el primer encuentro de algunos de los músicos que integran Prótesis. Los guitarristas Felipe Jácome y Santiago Jarrín mantuvieron la música y la amistad desde ese tiempo. Los otros amigos que participan en este proyecto son el baterista José Miguel Ruiz, el bajista José Antonio Álvarez, el cantante Haeckel Rivadeneira, y la recién llegada Jolyne Vallejo, quien suena en la parte vocal y coros.

La banda funciona con ese nombre de Prótesis hace dos años. Ya tiene su primer disco listo y masterizado, sin em-

barago, sus integrantes están esperando el mejor momento para presentarlo «finalemente». La producción se llama Maquinaria melódica y tiene siete temas. Es un EP al que el grupo le está dando un tratamiento de disco grande. «Le estamos dando la importancia que merece», dice Jácome. «No queremos descuidar detalles; tampoco estamos apurados», asegura.

Intentando una aproximación al trabajo de Prótesis, se puede decir que su música es una forma de ver y entender la vida. Una propuesta donde siempre es necesario tener una opción. Como un molde que se adapta a la piel, o en este caso al oído.

«Queremos demostrar con

nuestras composiciones y con lo que pasa dentro de la banda, que hay muchas cosas que suceden alrededor de las personas», dice Jarrín.

Un concepto donde la música siempre es necesaria para la vida. La parte conceptual y la musical se fusionan en canciones que abarcan diversos tópicos y preocupaciones. Temas como Lucas, Hombre bomba, Escalator y Juegos de poder son un claro ejemplo de trabajo profesional que apuesta por la provocación.

La banda maneja una estética audiovisual coherente con sus letras y sus composiciones. Conlleva mucha textura y vida propia. Desde su visión Prótesis se podría convertir en la música que la gente necesita para que su vida siga. «Ojalá que sea así», asegura Jarrín.

Si bien su trabajo es serio, Noche debe cuidar de que estos músicos cuando se meten al estudio también disfruten. «Jodemos y hacemos lo que más nos gusta, que es hacer música y rock and roll. Comparamos vicencias y gustos musicales de cada uno y hace una opción única que nos pertenece», expresa Jarrín.

Ellos se reconocen como seres divertidos y profundos.

La búsqueda de un nombre, después de haber participado en otros proyectos, les llevó a crear algo que esté acorde con lo que está pasando ahora.

Tratando de buscar una palabra que defina esa búsqueda encontraron Prótesis. Prótesis funciona más o menos con la idea de que el ser humano no puede dejar de vivir sin ciertas cosas que la ciencia y la tecnología le dan. Es como cuando crees de un maestro por varias razones necesitas una prótesis para que tu vida continúe más o menos normal», manifiesta Jarrín. Aunque de esa idea surgió de alguna manera filosófica.

El nombre da una delimitación y una diversidad. Su propuesta mezcla melodía con mucha fuerza. Un trabajo donde la parte visual es muy importante. La música se vive por el lado del rock, pero tiene su parte electrónica. La tecnología es la propia Prótesis de la banda.

La banda tiene influencias de muchos géneros. Prótesis propone algo específico, pero los músicos que hacen el grupo tienen gustos diversos. Su propuesta es rica y amplia, con mucha caracterización. En ocasiones es pop, otras veces es

rock, algún momento es punk, otro metal. «Pero siempre es agresiva», dice Jácome. «Es como una pelota que golpea permanentemente y no cede en su fuerza».

«Como una banda de hard rock desde el aspecto musical y clasificatoria, pero desde esas bases proponemos muchas cosas», añade Jarrín.

La banda piensa que lo más difícil de hacer música es ponerse a pensar que vive a pesar de ella. Jácome y Jarrín creen que el Ecuador lamentablemente no proporciona las condiciones ideales para hacerlo.

Consideran que todo ser humano debe sentirse perturbado o participar de una reentrenamiento por las cosas que hacen. «Es triste, pero vivimos en un orden en que esa reentrenamiento es el dinero y eso es lo que te permite vivir. Debés tener dinero para poder crear una música», reivindica Jarrín. «El momento sublime de la creación musical se da en el estudio y entre los panes», afirma.

«Una banda podría existir ochenta años si sus integrantes solo se dedicaron a hacer música», dice Jácome. Prótesis ya está en la escena y de ahí no piensa desaparecer.

Sección Cultura de El Telégrafo

Anexo 11

Anexos

Anexo 12

Portada de Cultura de *El Hoy*



Anexo 13

Revista Semana de *Expreso*



CULTURA

A14 9/26 Septiembre 2010

Se interpretarán poemas de tinte independentista. La cita es en el teatro Benalcázar.

Poemas convertidos en música es el evento que el grupo de artistas y cantautores ecuatorianos 'Camino y canto' organizan en una velada artística para el próximo 2 de octubre, a las 19:00, en el Teatro Benalcázar, ubicado en 6 de Diciembre y Portugal, con la idea de recordar y fortalecer las luchas libertarias.

El evento denominado 'Sones de Independencia' contará, además, con otros invitados. La entrada es libre.

Los poemas en canciones

Los trabajos literarios que serán convertidos en música son: 'Himno Patriótico' del padre chileno Camilo Henríquez, interpretado a ritmo de cueca, 'Mi Bandera' composición del poeta cubano Bonifacio Byrne en

EL DATO

Las canciones serán acompañadas en escena con la participación de la Orquesta Nacional de Banda.

'Sones de independencia'

guajira, 'Bolivia a la Posteridad' de Ricardo José Bustamante en huayno, 'Berruecos' del venezolano Juan Bautista Calcaño al son de joropo, 'Manuela Generala' del historiador ecuatoriano Jorge Núñez, musicalizado en pasillo.

También se destaca a ritmo de danzante el poema en homenaje al '10 de Agosto' del patriota guayaquileño José Joaquín de Ojeda, en el que también canta al Libertador Simón Bolívar y a los héroes del Pichincha.

Las 'Coplas del gigante y la flor' del poeta afro ecuatoriano Nelson Estupiñán Bass se harán escuchar al compás de sanjuntito, 'Cielito de la Independencia' del uruguayo Bartolomé Hidalgo se entonará en chamarrita, 'Canción Patriótica' del argentino Esteban De Luca en la cadencia de una baguala, 'A México' de Francisco S. Pardo, musicalizado en un típico corrido mexicano y finalmente 'Marcha Patriótica' del peruano Mariano Melgar a los sones de un huayno.

Acompañados

El grupo de artistas sintió que debía perfeccionar su actuación, pues darle ritmo a los poemas no era



ARTISTAS. El grupo de cantautores organiza el evento.

cosa tan sencilla tomando en cuenta que no se trataba de cualquier escrito, por lo que solicitaron ayuda a 12 profesionales del ramo musical.

Fue así que se juntaron con artistas de la Orquesta Sinfónica Nacional, Filarmónica del Ecuador y de Instrumentos Andinos para que colaboren con la reali-

zación musical.

Los integrantes de 'Camino y Canto' están agradecidos con los artistas que accedieron a colaborar con ellos en lo que llaman "una aventura", ya que gracias al apoyo que recibieron se perfeccionaron las canciones y se musicalizaron los poemas antes mencionados.

AGENDA

10 de Septiembre

Independencia

19:00 - Teatro Benalcázar

20:00 - Teatro Benalcázar

21:00 - Teatro Benalcázar

22:00 - Teatro Benalcázar

23:00 - Teatro Benalcázar

00:00 - Teatro Benalcázar

01:00 - Teatro Benalcázar

02:00 - Teatro Benalcázar

03:00 - Teatro Benalcázar

04:00 - Teatro Benalcázar

05:00 - Teatro Benalcázar

06:00 - Teatro Benalcázar

07:00 - Teatro Benalcázar

08:00 - Teatro Benalcázar

09:00 - Teatro Benalcázar

10:00 - Teatro Benalcázar

11:00 - Teatro Benalcázar

12:00 - Teatro Benalcázar

13:00 - Teatro Benalcázar

14:00 - Teatro Benalcázar

15:00 - Teatro Benalcázar

16:00 - Teatro Benalcázar

17:00 - Teatro Benalcázar

18:00 - Teatro Benalcázar

19:00 - Teatro Benalcázar

20:00 - Teatro Benalcázar

21:00 - Teatro Benalcázar

22:00 - Teatro Benalcázar

23:00 - Teatro Benalcázar

00:00 - Teatro Benalcázar

01:00 - Teatro Benalcázar

02:00 - Teatro Benalcázar

03:00 - Teatro Benalcázar

04:00 - Teatro Benalcázar

05:00 - Teatro Benalcázar

06:00 - Teatro Benalcázar

07:00 - Teatro Benalcázar

08:00 - Teatro Benalcázar

09:00 - Teatro Benalcázar

10:00 - Teatro Benalcázar

11:00 - Teatro Benalcázar

12:00 - Teatro Benalcázar

13:00 - Teatro Benalcázar

14:00 - Teatro Benalcázar

15:00 - Teatro Benalcázar

16:00 - Teatro Benalcázar

17:00 - Teatro Benalcázar

18:00 - Teatro Benalcázar

19:00 - Teatro Benalcázar

20:00 - Teatro Benalcázar

21:00 - Teatro Benalcázar

22:00 - Teatro Benalcázar

23:00 - Teatro Benalcázar

00:00 - Teatro Benalcázar

01:00 - Teatro Benalcázar

02:00 - Teatro Benalcázar

'Neds' y Raúl Ruiz triunfan en San Sebastián

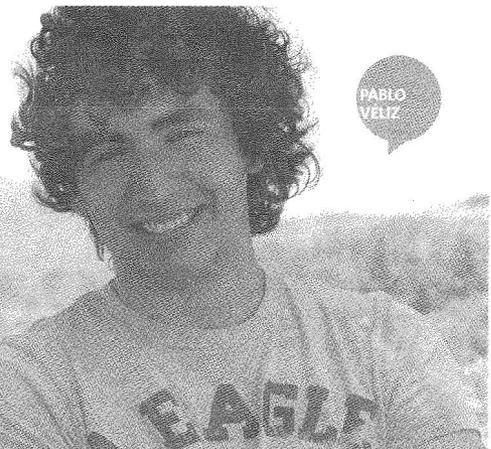
La película británica 'Neds', de Peter Mullan (foto), consiguió la noche del sábado la Concha de Oro al Mejor filme de la 58 edición del Festival de Cine de San Sebastián, en la que el chileno Raúl Ruiz se hizo con la Concha de Plata al Mejor director por 'Misterios de Lisboa'. El anuncio del palmarés cerró una edición que no se ha caracterizado por grandes películas y en la que no había grandes favoritos.



CINE

LA HORA
CINE Y TELEVISIÓN A13

Promesa del cine 'indie'



PABLO VELIZ

OBJETIVO. Veliz asegura que tiene como meta ganar premios hasta llegar no al Óscar sino al Spirit Award, que se otorga a lo mejor del cine independiente en EE.UU.

El cineasta mexicano, de sorpresa en Sundance a joven prometedor del cine independiente.

SAN ANTONIO, EFE - Pablo Veliz logró a sus 22 años que su primer largometraje fuera nominado al Festival de Sundance y ahora, cuatro años después, se ha convertido en una de las jóvenes promesas del cine hispano en Estados Unidos.

La cinta recibió buenas críticas por la dureza de las imágenes y porque ponía en relieve el riesgo que miles de personas han tenido que correr en el transcurso de estas décadas para llegar a EE.UU.

Para Veliz, "La tragedia de

E Me gustaría ser reconocido como un cerebro creativo que no esté aferrado a la industria comercial y convertirme en uno de los mejores directores mexicanos que viven en este país".

PABLO VELIZ
(CINEASTA MEXICANO)

tal de darle qué comer a los suyos, a los que se quedan atrás", manifestó.

el éxito de varias cintas con distribución nacional e internacional.

La última es "The boys of gost town", con un elenco liderado por el mexicano-estadounidense Danny Trejo, protagonista de la recién estrenada "Machete".

Veliz confesó que le no haber sido por Sundance su camino al ascenso cinematográfico hubiera sido "casi imposible". Contó también que le gusta todo género de cine pero con "ideas

CARTELERA

Portada de Cine de La Hora

Anexo 15

Bibliografía

- Augé, Marc. (2007). El oficio del antropólogo. España: Gedisa.
- Appadurai, Arjun. (2001). La modernidad desbordada. Argentina: Ediciones Trilce.
- Ayala, Alexandra y María Belén Calvache. (2009). Percepción sobre los medios públicos en Ecuador. Ecuador: CIESPAL.
- Barbero, Jesús Martín. (1995). Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos. Colombia: Ediciones Universidad del Valle.
- Benjamin, Walter. (1973). La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica, Traducción de Jesús Aguirre. Madrid: Ed. Taurus.
- Bielschowsky, Ricardo. (1998). Cincuenta años del pensamiento de la CEPAL: una reseña.
- Böckelmann, F. (1983). Formación y funciones sociales de la opinión pública. México: Ediciones G. Gili S. A.
- Bourdieu, Pierre y Wacquant, Loïc. (2005). Una invitación a la sociología reflexiva. Argentina: Siglo XXI Editores Argentina.

- Bourdieu, Pierre. (1990). *Sociología y Cultura*, Argentina: Editorial Grijalbo S. A.
- _____. (1998). *Sobre la televisión*, 2da. Edición. España: Anagrama.
- _____. (2000). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. España: Taurus.
- Breton, Philippe. (1998). "Medios, mediación, democracia", en G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchou, compiladores, *Comunicación y política*. España: Gedisa.
- Calvo, Manuel. (1998). "Periodismo cultural, conceptos y problemas" en Chasqui, N° 63. Ecuador.
- Champagne, Patrick. (1998). "La doble dependencia. Algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico", en G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchou, compiladores, *Comunicación y política*. España: Gedisa.
- Charadeau, Patrick y Dominique Maingueneau. (Coord.). (2005). *Diccionario de análisis del discurso*. Buenos Aires. Amorrortou editores.
- Charron, Jean. (1998). "Los medios y las fuentes. Los límites del modelo de agenda-setting", en G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchou, compiladores, *Comunicación y política*. España: Gedisa.
- De Souza, Herbert Jose. (s/f). *Cómo se hace análisis de coyuntura*. Colombia: Codecal.
- Díaz, Miguel. (s/f). "El análisis de contenido como técnica de investigación de la comunicación social". Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <http://www.robertexto.com/archivo14/analisis.htm>

- Díaz, Javier y Ramón Salaverría (coord.). (2003). Manual de redacción ciberperiodística. España: Ariel.
- Fernández, Genaro. 2005. "Los informativos en televisión: ¿Debilidades o manipulación?", en Comunicar, N° 025, España.
- García Canclini, Néstor. (1999). La globalización imaginada. Buenos Aires: Ediciones Paidós.
- Gargurevich, Juan. (2000). Géneros periodísticos. Ecuador: Ediciones Ciespal.
- Golding, Peter; Elliot, Phillip. (1979). Making the news, London and New York, Longman.
- Grandi, Roberto. (2002). El sistema de los medios y el sistema político. España: Editorial Gedisa.
- Grignon, C. y Passeron, J-C. (1991). "Lo culto y lo popular. Miserabilismo y Populismo en Sociología y Literatura". Argentina: Nueva Visión.
- Grignon, C. y Passeron, J-C. (1978/91). Lo culto y lo popular. España: La Piqueta.
- Habermas, Jurgen. (1994). Historia y crítica de la opinión pública, México, 1986, Barcelona, Ediciones G. Gili.
- Hernández Ramírez, María Elena. (1997). "La sociología de la producción de noticias. Hacia un campo de investigación en México". Comunicación y Sociedad, N° 30, DECS, Universidad de Guadalajara, 1997.
- Lucas, Kintto. (1999). "Cultura, prensa y periodismo cultural", Revista Chasqui, N° 67, pp 83-85.

- Marcus, George (1995). "Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multisited Ethnography". En *Annual Review of Anthropology* 24: Pp. 95-117. Estados Unidos.
- Martínez Carmen. (1998). *La vigencia del marxismo en la antropología: una entrevista a William Roseberry*.
- Martini, Stella. (2000). *Periodismo, noticia y noticiabilidad*. Argentina: Norma.
- McQuail, Dennis. (1998). *La acción de los medios. Los medios de comunicación y el interés público*. Argentina: Amorrortu editores.
- McQuail, Denis y Windhal, Sven. (1984). *Modelos para el estudio de la comunicación colectiva*. España: Ediciones Universidad de Navarra, Pamplona, España.
- Mitnik, Pablo A. (1997). Reseña de "Lo culto y lo popular, Miserabilismo y Populismo en Sociología y Literatura" de C. Grignon y J-C. Passeron, "Estudios sobre las Culturas Contemporáneas", junio, año/vol. III, Universidad de Colima, México, en revista Redalyc.
- Olivar Zúñiga, Antonio (2006). *Fundamentos teóricos de la comunicación*. Universidad Autónoma de Santo Domingo.
- Rey, Silvia. (2003). "La construcción de la noticia: corrupción y piponazgo", Quito, Abya-Yala, Universidad Andina Simón Bolívar. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31600509>.
- Rivera, Jorge. (1995). *El periodismo cultural*, Argentina, Paidós SAICF.
- Rincón, Omar. (2006). *Narrativas Mediáticas (O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento)*. Argentina: Gedisa Editorial.
- Rodríguez Pastoriza, Francisco. (2006). *Periodismo Cultural*, Madrid, Editorial Síntesis.

- Roshco, Bernard. (1975). *Newsmaking*. Chicago, USA: University of Chicago Press.
- Rubiano, Elkin. (2006). "Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural", *Tabula Rasa*, julio-diciembre, N° 005. Bogotá, Colombia: Universidad Colegio Mayor de Cundinamarca.
- Sánchez Noriega, José Luis. (1998). "El verdadero poder de los medios de masas, Laboratorio de Tecnologías de la Información" y "Nuevos Análisis de Comunicación Social", *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 13, <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/143noriega.htm>
- Thompson, John B. (1998), *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires. Editorial Paidós.
- Terres, Cardoso Everton. (2007). "Crítica de um enunciador ausente: a configuração da opinião no jornalismo cultural", *Revista Emquestão*, N° 2, Vol. 13, pp. 299-314.
- Tubau, Iván (1982), *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona, España, Editorial ATE Textos de Periodismo.
- Tuchman, Gaye (1983). *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción social de la realidad*. Barcelona, Gustavo Gili (ed.).
- Valencia, Sala, Gladys. (2007). *El círculo modernista ecuatoriano, crítica y poesía*. Quito: Abya-Yala, Universidad Andina Simón Bolívar.
- Verón, Eliseo. (1987). *Construir el acontecimiento*. Argentina: Gedisa.
- Villa, María J. (2000). "El periodismo cultural: reflexiones y aproximaciones", *Revista Latina de Comunicación Social*, N° 6 <http://www.lazarillo.com/latina/a/83mjv.htm>.

Villaruel, Acosta Marco. (2006). "Estructura de poder de los medios de comunicación en el Ecuador", revista Textos y Contextos, N° 5, Vol. 4, pp. 13-24.

Wolf, Mauro. (1987). La investigación de la comunicación de masas. España: Paidós.

Wolf, Mauro. (1994). Los efectos sociales de los media. España: Paidós.

Páginas electrónicas de medios de comunicación

GAMA TV. "Gamanoticias". Disponible en http://www.gamavision.com/noticias_nacionales.php?id=16. Visitado 23/11/2010

ECUADOR TV, Televisión Pública. "Gente al día". Disponible en <http://www.ecuadortv.ec/ecutopnw.php?c=2805>. Visitado 23/11/2010

ECUADOR TV, Televisión Pública. "EC TV Noticias". Disponible en <http://www.ecuadortv.ec/ecutopnw.php?c=2811>. Visitado 23/11/2010

Este libro se terminó de imprimir
en agosto de 2012, siendo
Director General del CIESPAL
Fernando Checa Montúfar
y jefe del Centro Editorial
Raúl Salvador R.

El periodismo cultural en los medios ecuatorianos

El periodismo cultural en los medios ecuatorianos muestra la situación de este subcampo periodístico en una parte de la prensa y la televisión nacional, pública y privada, que implica problemas y desafíos para quienes están produciendo y difundiendo este tipo de información.

Entre los primeros, se apunta la inexistencia de una línea editorial que implica la falta de una definición de cultura, en una concepción antropológica o en una instrumental. Por esta indefinición, no se establecen qué aspectos de la cultura se atienden en las coberturas; es decir, se desconoce si se indaga en lo más amplio del escenario cultural o se restringe a la cultura de élite, en la cual hay artes, autores y actores consagrados o legitimados.

En ese escenario en el cual prevalece el hecho actual y no el contexto, hay un valor editorial fuerte: a los reporteros se les incentiva a crear su agenda propia y a preocuparse por indagar en los espacios menos visibilizados del acontecer cultural, al margen de las fuentes institucionales.

Esta investigación no se trata de recetas sino de entender que el tratamiento informativo de la cultura no puede autocensurarse desde los mismos medios de comunicación, en los cuales debe ser una prioridad la búsqueda exhaustiva y rigurosa de datos para elaborar notas que vayan de la presentación de una definición de cultura a la construcción de sentidos críticos.

ISBN: 978-9978-55-099-1



9789978550991



Ministerio Coordinador de Patrimonio

