

PONTIFICIA UNIVERSIDAD CATÓLICA DEL ECUADOR  
FACULTAD DE COMUNICACIÓN, LINGÜÍSTICA Y LITERATURA  
ESCUELA DE COMUNICACIÓN

DISERTACIÓN PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE LICENCIATURA EN  
COMUNICACIÓN CON MENCIÓN EN PERIODISMO PARA PRENSA, RADIO Y  
TELEVISIÓN

EL EJERCICIO DEL PERIODISMO CULTURAL EN LOS SUPLEMENTOS CARTÓN  
PIEDRA DE EL TELÉGRAFO Y ARTES DE LA HORA

ANDREA TERESA ANGULO GRANDA

DIRECTOR: PABLO ESCANDÓN

QUITO, 2014

*Marcero y Flor María, por la ayuda y comprensión infinitas.*

*Agradezco a mis padres por las herramientas para atravesar el sendero llamado Comunicación; a mis compañeros y amigos por recorrer juntos estos cuatro años de viaje y a mis profesores, por iluminar el camino con sus enseñanzas y consejos.*

## TABLA DE CONTENIDO

RESUMEN.....	1
INTRODUCCIÓN.....	2
CAPÍTULO I: LA MEDIACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN.....	6
1.1. Manuel Martín Serrano: La mediación en los medios.....	6
1.2. Jesús Martín Barbero: De los medios a las mediaciones.....	8
1.3. La construcción de la información: La Agenda Setting.....	13
1.3.1. Criterios de noticiabilidad: los valores/noticia.....	17
1.3.2. Las rutinas de trabajo.....	21
CAPÍTULO II: PERIODISMO CULTURAL Y CULTURA.....	23
2.1. Nociones y niveles de cultura.....	23
2.2. Periodismo Cultural: definiciones.....	33
2.2.1. El Periodismo Cultural en la historia.....	35
2.2.2. El ejercicio del Periodismo Cultural.....	38
2.2.3. Difusión: la revista y el suplemento cultural.....	40
2.2.4. Géneros del Periodismo Cultural.....	42
2.2.5. Las Fuentes del Periodismo Cultural.....	47
CAPÍTULO III: ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE CULTURAL EN CARTÓN PIEDRA Y ARTES A PARTIR DE LA TEORÍA DE LA MEDIACIÓN.....	50
3.1. Perfil de los medios.....	50
3.1.1. Línea Editorial de los medios.....	51
3.2. Estructura de los suplementos Cartón Piedra y Artes.....	54
3.2.1. Agenda Temática.....	58
3.2.2. Rutinas de producción y equipo de trabajo.....	63
3.2.3. Géneros periodísticos.....	69
3.2.4. Fuentes y origen de la información.....	71
3.3. Comparación entre Cartón Piedra y Artes.....	74
3.4. Análisis de las representaciones y mediaciones sobre cultura.....	85

3.4.1. Cartón Piedra: la alta cultura.....	86
3.4.2. Artes: la cultura media .....	94
CONCLUSIONES.....	104
RECOMENDACIONES.....	108
BIBLIOGRAFÍA.....	110
ANEXOS.....	112

## **RESUMEN**

El Periodismo Cultural abarca la difusión y análisis de los acontecimientos que se generan desde el vasto y complejo mundo de la cultura. Para cumplir esta tarea los medios de comunicación deben transformar el entramado simbólico y abstracto que rodea a este campo en productos comunicativos que transmitan la esencia del hecho cultural, sin banalizarlo, ni elevarlo.

En este estudio se plantea un análisis acerca de la construcción de las representaciones sobre cultura dentro de dos suplementos especializados, Cartón Piedra de diario El Telégrafo y Artes del rotativo La Hora, mediante la teoría de la mediación de Manuel Martín Serrano y Jesús Martín Barbero. El objetivo de la investigación es determinar si se hace o no un verdadero ejercicio del periodismo cultural y qué modelo cultural es transmitido a los receptores.

## INTRODUCCIÓN

La cultura según Jesús Martín Barbero, en una de sus cuantas acepciones de este ámbito, es una “dimensión expresiva y creativa de la vida cotidiana”. (1991: 27). Por tanto incluye a todas las formas dialógicas a través de las que el ser humano trata de conectarse con la realidad, como el arte, las expresiones ancestrales y las conductas.

Al ser la cultura un campo en donde prima la subjetividad, la tarea de difundir los acontecimientos, que allí se generan, se torna compleja. Es en ese punto donde entra el Periodismo Cultural, rama especializada de la profesión, cuya función es dar el tratamiento adecuado al mensaje, con el fin de guardar la esencia del producto cultural, sin sobredimensionarlo, ni banalizarlo.

Tradicionalmente el ejercicio de este oficio ha sido encargado a los círculos ilustrados, quienes desde el siglo XVIII han procurado mantener un modelo culto de la cultura. Este era divulgado a través de ensayos contenidos en revistas culturales, que estaban destinados a las élites. Con la Revolución Industrial, la comunicación se masificó y la cultura superior pasó a las manos de los medios masivos de comunicación. Sin embargo, ese modelo hegemónico, como lo llama Néstor García Canclini, continuó reproduciéndose desde las secciones de cultura de los periódicos y los suplementos culturales.

Pese al apareamiento de los discursos de la cultura de masas, patrocinados por las Industrias Culturales y se dio paso a la cultura popular, la visión erudita del arte y demás expresiones permanecen todavía en el imaginario colectivo, debido a que desde los medios de comunicación se sigue privilegiando a los mismos actores, eventos y situaciones que nacen desde las élites.

En el Ecuador el Periodismo Cultural no se ha explorado lo suficiente, ya que se repite la forma sesgada de mirar la cultura y además no se da el espacio, ni el tratamiento que merece este tipo de información. Según la investigación realizada por Pamela Cruz y Santiago Rosero de CIESPAL recogida en el libro *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos* (2012), solo el seis por ciento de las noticias de los periódicos ecuatorianos son sobre cultura. Si bien a diario se cubren eventos sobre este campo de la realidad, no se da un seguimiento profundo del hecho cultural como tal.

No obstante existen en el medio periodístico, revistas y suplementos que se encargan de difundir el contenido cultural que se produce tanto dentro como fuera del país. En las páginas de estas publicaciones se intenta manejar la cultura desde lo interpretativo, con el fin de cubrir los vacíos que dejan las páginas culturales de los periódicos, quienes únicamente se encargan de dar un enfoque informativo o de espectáculo al acontecimiento.

El presente estudio propone un análisis sobre la representación de la cultura, a través del ejercicio del Periodismo Cultural en los suplementos especializados Cartón Piedra de diario El Telégrafo y Artes del periódico La Hora. Se escogió estos dos suplementos como fuentes de estudio, pues muestran la misma visión culta sobre cultura, pero la representan bajo formatos distintos. El primero lo hace desde un concepto elevado que le impone el Ministerio de Cultura, entidad que auspicia al suplemento desde su fundación; y el segundo desde la posición de la media cultura y local que le sugiere el grupo Vivanco, dueño de La Hora.

Este estudio aportará con información nueva dentro del inexplorado campo del Periodismo Cultural, mediante el análisis de la construcción del mensaje cultural en los dos medios mencionados, a partir de las representaciones y el manejo periodístico que ambas publicaciones hacen sobre este tipo de acontecimientos. Además será una contribución para estudiantes y docentes interesados en esta rama de la carrera y en el heterogéneo campo de la cultura.

La investigación tiene como objetivo determinar cómo se construye el mensaje sobre cultura en los suplementos. Para ello se definirá qué concepto sobre cultura rige la línea editorial de ambos medios y cómo esta influye en la configuración de la agenda informativa, los valores/noticia, la selección de fuentes, las rutinas productivas, los géneros periodísticos que se ocupan para presentar el producto informativo y las competencias de recepción, es decir, para quien está pensado el mensaje. A partir de esa descripción se analizarán las dinámicas de mediación que los dos suplementos utilizan para elaborar representaciones sobre la imagen de lo cultural del público. Posteriormente se llevará a cabo una comparación entre ambos medios, con el fin de establecer los métodos que usan para transmitir la cultura y determinar, con ello, si alguno de los medios ejerce verdaderamente el Periodismo Cultural.

Para identificar los elementos del Periodismo Cultural que se hallan en el ejercicio periodístico de los suplementos se analizarán los conceptos que Jorge Ribera, Francisco Rodríguez Pastoriza y María Villa han aportado, a manera de manual, sobre esta rama del oficio. Además para profundizar en el proceso de elaboración de la información se tomará en cuenta la teoría de Agenda Setting expuesta por McCombs y Shaw y las de criterios de noticiabilidad y rutinas productivas recogidas por el investigador Mauro Wolf.

A más de lo expuesto, se identificará cuál es el punto de vista editorial sobre la cultura que se maneja en cada medio. Para este efecto se emplearán las reflexiones que han hecho sobre este campo Umberto Eco, acerca de los niveles de cultura, Pierre Bourdieu, sobre la configuración del gusto, Jesús Martín Barbero con relación a la dicotomía que existe entre cultura culta y popular y Néstor García Canclini, en cuanto a la hibridación cultural. Además se acudirá al concepto de Industria Cultural de Teodoro Adorno, debido a que los suplementos pertenecen a ese sistema.

En lo que corresponde a la construcción de modelos de representación cultural, se acudirá a la teoría de la mediación de Manuel Martín Serrano y la de Martín Barbero, para determinar cómo se transforma el hecho cultural en información. De esta manera se pretende llegar a descubrir si es que se hace, o no, Periodismo Cultural en el país, a partir del estudio de las dos revistas mencionadas.

En la primera parte de esta disertación se explicará cómo los medios de comunicación representan la cultura a partir de su visión del mundo, sus lógicas de producción y la competencia de recepción del público al que se dirigen. De igual forma se expondrán las herramientas con las que los medios logran construir conocimiento y con ello conseguir manipular la idea que los receptores tienen de lo cultural.

A continuación se explorarán los diferentes conceptos bajo los cuales es vista la cultura. En esta parte se hablará acerca de los modelos y niveles de cultura que los medios tradicionalmente han difundido y cómo la escena cultural está cambiando debido al ingreso a la modernidad. Este preámbulo servirá para definir la actividad del Periodismo Cultural, cómo se ha venido desarrollando a través del tiempo y los instrumentos con los que transforma el hecho en producto comunicativo.

El tercer capítulo contendrá la descripción y el análisis de los dos objetos de estudio de la disertación, es decir la aplicación de la parte teórica. En la primera parte se mostrará la forma en la que ambos medios construyen la información, a través de un análisis de las variables de: tema, fuente, género periodístico, tratamiento de la información, noción de cultura y acompañamiento, de cada nota del suplemento. Después se llevará a cabo un análisis comparativo entre los dos suplementos con base en las teorías de Agenda Setting, valores/noticia, rutinas de trabajo, expuestas en el primer capítulo, junto con las características del ejercicio del Periodismo Cultural planteadas en el segundo apartado. La segunda parte del capítulo consistirá en la aplicará las teorías de mediación y nociones de cultura para determinar cómo los suplementos modifican el discurso cultural para adaptarlo al formato que manejan y al público al que se remiten.

## CAPÍTULO I

### LA MEDIACIÓN Y LA CONSTRUCCIÓN DE LA INFORMACIÓN

#### 1.1. Manuel Martín Serrano: La mediación en los medios

Los medios de comunicación funcionan como mediadores entre la realidad y el público. Estas instituciones seleccionan una parte del acontecer cotidiano, lo transforman y lo ofrecen, como productos comunicativos a los receptores. Dentro de este proceso inciden factores como: la ideología del grupo económico que representa el medio, el equipo periodístico y las rutinas de trabajo, que van matizando la información y la convierten en un objeto de manipulación.

Dentro de lo cultural, en 1974, el catedrático español Manuel Martín Serrano investigó este fenómeno a través de la teoría de la Mediación Social, la cual aplicada en el campo de la comunicación propone “*el estudio de la producción, transmisión y utilización de la cultura, a partir del análisis de modelos culturales y de sus funciones*”. (Martín Serrano en Martín Barbero: 1997: 137). Esto funciona de manera más eficiente cuando la cultura es usada como objeto de dominación.

En este planteamiento Martín Serrano afirma que los medios de comunicación, como instituciones mediadoras, similares a la escuela o la familia, escogen dentro del marco del acontecer público, determinados objetos de referencia (sucesos) para hacerlos públicos. Según el autor la mediación, en el campo de la comunicación se inicia en el momento en el que:

*Los Emisores (con aceptación de la institución mediadora) eligen, en el marco de los aconteceres públicos, determinados objetos de referencia. Los Emisores ofrecen a las audiencias un producto comunicativo que incluye un repertorio de datos de referencia a propósito de esos objetos. (Martín Serrano: 2004: 159)*

Con ese *modus operandi* los medios buscan establecer un marco de referencia, que les permita situarse dentro de las transformaciones que se van dando en la sociedad, tanto funcional como institucionalmente. Estos dos factores, ámbitos, a los que Martín Serrano se refiere como tensiones afectan el desempeño de la acción mediadora, en cuanto a la producción constante de acontecimientos y la imprevisibilidad con la que estos se generan.

Para manejar ambas tensiones, los medios deben operar desde una doble mediación: la cognitiva y la estructural. (1997: 139 - 140)

Por un lado, la mediación cognitiva está relacionada en la construcción de relatos (información), a través de la oferta de modelos de representación del mundo al público. Debido a que la realidad constantemente está cambiando, los medios necesitan tener una base firme para introducirse en las audiencias, por esta razón modifican o adaptan los acontecimientos de acuerdo a su visión de las cosas. Es así que reiteran los datos referenciales del relato que son familiares al receptor (creación de estereotipos, en base a los arquetipos que yacen en el imaginario colectivo). Martín Serrano señala que esta mediación funciona en base a la mitificación, ya que cargan de significaciones y símbolos el mensaje informativo, a través de las dimensiones de novedad//banalidad de los datos de referencia. (1997: 141- 142). Por consiguiente actúa sobre los acontecimientos de la vida cotidiana.

Por otra parte, la mediación estructural maniobra desde los formatos en los que se transmite la información, brindando a los receptores modelos de producción comunicativa. Los medios configuran procesos de elaboración de la comunicación que se mantienen a pesar del devenir de las informaciones, con lo cual establecen rutinas de trabajo, que institucionalizan la forma de construir relatos. De esta manera ritualizan la actividad comunicativa, manejando la dimensión relevancia//irrelevancia en la presentación de los datos de referencia. (ibíd.). Con estos parámetros se puede determinar cómo los medios realizan la mediación con relación a los criterios de selección, los modelos de representación y los formatos en los que se difunde la información.

Aparte de lo que se ha dicho, Martín Serrano (1997: 144 - 143) advierte acerca de otros agentes que intervienen en la mediación además de las instituciones mediáticas. Estos son:

- **Actores “egos” de la comunicación:** corresponden a quienes tienen participación dentro del proceso comunicativo, ya sea como protagonistas o como testigos del hecho.
- **Interventores de la producción comunicativa:** se refiere a los grupos de poder, los directivos, los editores, correctores de estilo, entre otros agentes que modifican, suprimen, o resumen la información elaborada por el periodista.

- **Medio de comunicación:**
  - Cognitivo: está relacionado con los mecanismos de construcción el relato, las formas discursivas y estéticas que se emplean y los modelos de representación que se añaden a los datos de referencia.
  - Estructural: se refiere al modo de presentar la información. Esto quiere decir, en qué sección se la ubica, espacio dentro del periódico, si va o no acompañada de imagen, etcétera.
- **Receptores:** son quienes reciben el producto comunicativo y, debido a que la interpretación es una actividad cognitiva individual, cada uno captará de diferente forma la información y la complementará con otras fuentes.

Por otro lado, la actividad mediadora de los *mass media* influye en la percepción que las audiencias tienen acerca de su realidad. Como afirma Martín Serrano: “*Dicha actividad mediadora cumple una importante función social: sirve para restaurar a nivel de las representaciones un ajuste entre los sucesos y las creencias...*” (1997: 148). Por ese motivo es importante identificar los modelos de representación del mundo y las formas de producción que se nos venden en cada objeto informativo, ya que a través de esas herramientas se puede imponer un modo de mirar, en este caso de estudio, la cultura y aceptar las maneras en las que se nos presenta. En esta disertación se analizarán ambos instrumentos, para determinar de qué manera los suplementos representan lo cultural (bajo que modelos) y cómo la difunden.

## **1.2. Jesús Martín Barbero: De los medios a las mediaciones**

Las relaciones entre cultura, política y comunicación son el centro de la teoría sobre mediaciones que planteó en 1987, el filósofo español Jesús Martín Barbero. En el título *De los medios a las mediaciones* se explica cómo desde el poder se construye el discurso cultural a través de procesos comunicativos, que tienen como finalidad crear identidad a partir de un producto mediático pensado para un cierto sector de mercado.

América Latina ha ingresado en un proceso de modernización, el cual permite ver de manera más abierta a lo cultural. Tiempo atrás este ámbito era materia de dos ciencias: la antropología que miraba a las culturas primitivas y la sociología que analizaba las maneras y

comportamientos que nacen desde las sociedades. Esta forma maniquea de ver a esta rama de la realidad intensificó la lucha entre lo culto y la popular. Sin embargo, según Martín Barbero (2003) esa visión se está configurando con la industrialización de la transmisión de la información:

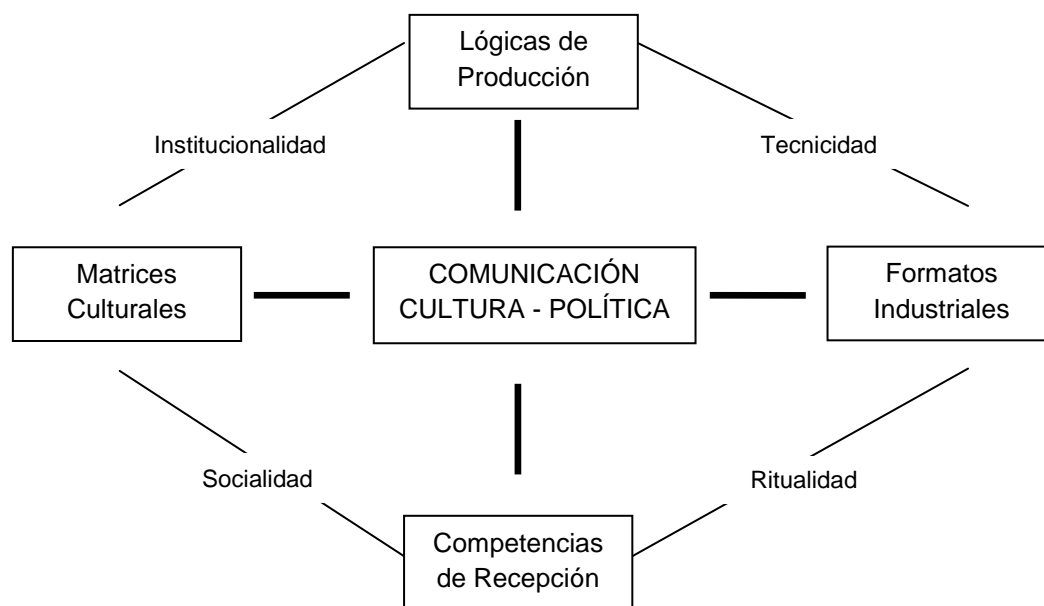
*En la tardomodernidad que ahora habitamos la separación que instauraba aquella doble idea de cultura se ve emborronada, de una parte, por el movimiento creciente de especialización comunicativa de lo cultural, ahora organizado en un sistema de máquinas productoras de bienes simbólicos ajustados a sus 'públicos consumidores'. (2003: XVI)*

Con ello se refiere al surgimiento de las Industrias Culturales (Adorno y Horkheimer 1944 - 1947), sistemas en donde se producen de manera masiva productos culturales de fácil decodificación. Además al hecho de que ahora, todo es considerado cultura, desde las obras de arte, hasta las formas organizativas o los modos de comportamiento (como la cultura organizacional).

Por otro lado, desde lo político, la cultura constituye un elemento clave para la configuración del discurso (y la ideología), ya que este campo permite la creación de identidades y de actores dentro de la escena pública, lo cual es casi imposible de lograr en el terreno simbólico de la política y lo mercantil. Con esta herramienta, el poder consigue dominar y crear vínculos con la ciudadanía.

Debido a que en la actualidad, todo está atravesado por el término cultura, es necesario, según Martín Barbero, mirar a este campo de la realidad desde las mediaciones, es decir, desde las representaciones que, desde lo mediático, lo político y lo tecnológico, se construyen sobre este campo. Para ello el autor trazó un mapa de las relaciones que se fijan entre las Matrices Culturales, los Formatos Industriales, las Lógicas de Producción y las Competencias de Recepción acerca del tratamiento de lo cultural (2003: XVI).

CUADRO 1.  
MAPA DE LAS MEDIACIONES:



Fuente: Teoría de las mediaciones desarrollada por Jesús Martín Barbero.  
Elaborado por: Jesús Martín Barbero dentro del prefacio de la quinta edición de *De los medios a las mediaciones* (2003).

La primera relación de la que habla Martín Barbero es la que se forma entre las Matrices Culturales y los Formatos Industriales. Aquí se crea una tensión entre los cambios en la articulación de movimientos sociales y discursos en consonancia con las modalidades de producción, lo cual determina las formas de comunicación colectiva. A esto también se refirió Martín Serrano (1974) en el planteamiento de mediación cognitiva. Esto quiere decir que pese a la evolución de los formatos comunicativos el discurso es el mismo. Para ilustrar esta relación Martín Barbero pone como ejemplo a los melodramas, género, que en primera instancia perteneció al teatro, después fue adaptado al folletín, para ahora ser consumido en la televisión bajo la figura de telenovela (2003: XVII).

La segunda relación se establece entre las Matrices Culturales, las Competencias de Recepción y las Lógicas de Producción, la cual es mediada por las dimensiones de socialidad e institucionalidad. Con lo que respecta a la socialidad, está actúa en los usos sociales que los receptores dan a los medios. La mediación se produce en cuanto el discurso cultural es adaptado, a través de las diferentes plataformas comunicativas (radio, prensa televisión) a los

gustos de los públicos heterogéneos. Ahora si bien se supone que se crea un producto comunicativo para un sector de la población, de acuerdo a sus intereses, lo que hacen las empresas mediáticas es el proceso contrario: adaptar el objeto a la masa, con lo que se modifica los hábitos de consumo de los receptores. (2003: VXIII)

Lo institucional incide en las Lógicas de Producción del objeto cultural, el cual estará matizado por los intereses del grupo de poder que domina al medio, así las Matrices Culturales deberán adaptarse a procesos institucionalizados de producción, cambiando así su sentido original e influenciando las Competencias de Recepción. Esto quiere decir que si el medio da un tratamiento elevado a una obra artística, los receptores la percibirán de la misma forma, creando así, una idea sobre tal o cual hecho cultural. Un ejemplo claro de ello es la ópera, género que ha sido ‘elitizado’ por los medios y, por ende, poco consumido por los públicos, quien lo ven como aburrido o para personas adineradas. En síntesis Martín Barbero afirma que:

*Si mirada desde la socialidad la comunicación se revela cuestión de fines- de la construcción de sentido y del hacerse y deshacerse de la sociedad -, mirada desde la institucionalidad la comunicación se convierte en cuestión de medios, esto es de producción de discursos públicos cuya hegemonía se halla hoy paradójicamente del lado de los intereses privados (Ibíd.).*

Existe una tercera relación que se da entre las Lógicas de Producción y los Formatos Industriales, la cual está mediada por la tecnicidad, dimensión en la que se incluyen factores como: la lógica empresarial del medio, la competencia comunicativa del equipo de trabajo y la competitividad tecnológica. Todo esto tiene que ver con la forma en la que se presentan los mensajes, en cuanto a la técnica, que va más allá de la eficacia de los aparatos que se utilizan. En ese caso, como plantea Martín Barbero a través de Milton Santos: *“La mediación estratégica de la tecnicidad se plantea actualmente en un nuevo escenario: el de la globalización, y su convertirse en conector universal en lo global”* (2003: XIX).

En ese sentido, la tecnicidad está pensada como el vehículo para transmitir cualquier tipo de mensaje, para todo tipo de receptor. El fin es conseguir una convergencia entre los discursos, relatos y las formas digitales de comunicación, por medio del mejoramiento de la técnica. Para ello cabe resolver las relaciones entre la configuración actual de los discursos, las nuevas formas de producción y la visión actual (hibridada) que se tiene de la cultura.

Finalmente Martín Barbero establece una cuarta relación, que involucra a los Formatos Industriales y las Competencias de Recepción, que son mediadas por la ritualidad. En este punto se estaría hablando de las mediaciones estructurales planteadas por Martín Serrano (1974). Al momento de producir un objeto cultural, los medios de comunicación acuden a rutinas de trabajo, estandarizadas, en base a las demandas de los consumidores, sin alejarse de los cambios que sucedan en el ambiente. Para ello los medios deben crear una armonía entre los tiempos y espacios de la vida cotidiana con los del ámbito mediático. Esto según Martín Barbero implica *“poner reglas a los juegos entre significación y situación”* (2003: XIX). En este sentido se da importancia a unos hechos culturales sobre otros, para la construcción de la agenda informativa o la colocación de información en las plataformas comunicativas.

Desde las Competencias de Recepción la ritualidad está más enfocada en los usos sociales que la gente da a los medios, como los gustos o preferencias por tal o cual objeto cultural. Así se configura un vínculo entre el formato comunicativo (y la función de este: educar, entretener e informar), el consumidor y el producto cultural (con relación a los niveles de cultura), resumido en esta tabla:

TABLA 1.  
DESCRIPCIÓN DEL USO SOCIAL DEL CONTENIDO CULTURAL POR PARTE DE LOS RECEPTORES

<b>Función</b>	<b>Uso</b>	<b>Producto</b>
Educar	Alta cultura	Documentales, programas especiales, libros, ensayos
Informar	Media cultura	Noticias, reseñas, documentales (History Channel)
Entretener	Cultura de masas	Telenovelas, series, cómics

Fuente: De los medios a las mediaciones de Jesús Martín Barbero  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda

Las mediaciones, desde la visión de Martín Barbero, son espacios claves de condensación e intersección de diferentes figuras de poder (político, mediático o cultural) y de producción de lo cultural, por medio de las cuales se puede comprender cómo los medios de comunicación transforman los acontecimientos en productos, qué tipo de representaciones hacen de la cultura y cómo los ofrecen a la sociedad.

El marco teórico de esta disertación será la teoría de las mediaciones, ya que permitirá analizar cómo se construyen las representaciones sobre cultura en los suplementos, y de qué manera se configura la percepción que tiene el público de este campo desde el punto de vista de la cultura elitista o la masiva. Además servirá para determinar la forma en la que se eleva o se banaliza el hecho cultural desde las dinámicas de mediación que utilizan las dos publicaciones.

### **1.3. La construcción de la información: La Agenda Setting**

A más de las mediaciones, los medios de comunicación aplican otro proceso de selección de los sucesos, de acuerdo con la trascendencia que tengan para la empresa mediática. A partir de ello configuran una agenda informativa, que funciona como hoja de ruta de la actividad periodística.

La construcción de la agenda es un procedimiento que ha llamado la atención de varios teóricos de la comunicación, ya que resulta intrigante conocer el papel de los medios en la configuración de la idea del mundo de los públicos a partir de la selección de la realidad. En 1972 Donald Shaw y Max McCombs estudiaron los efectos de la agenda informativa en los públicos en el artículo: *The Agenda Setting Function on Mass Media* que fue publicado en la *Public Opinion Quarterly Magazine*) investigaron este fenómeno y establecieron la teoría de la Agenda Setting, que es utilizada para analizar qué tipo de información es más profundizada por los medios y cómo, a través de ello, se logra manipular la opinión pública. En esta disertación se empleará este planteamiento para determinar cuáles hechos del mundo cultural son abordados por los suplementos y de qué manera se configura la visión de los lectores sobre la cultura (alta o media cultura).

Los medios, como entidades mediadoras tienen la capacidad de configurar el sentido que las audiencias tienen de las situaciones que se presentan a diario. Según explica Shaw “*la gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido*” (Shaw en Wolf: 1987: 163) Esto se resume en la idea de que los medios dicen a las audiencias qué pensar sobre tal o cual acontecimiento, lo que implica un

proceso de mediación entre el conocimiento propio de las personas y el fabricado por las empresas mediáticas.

Según el periodista Manuel López la producción del temario periodístico se construye en dos fases: la primera, eligen los temas que interesan a la empresa mediática y a sus directivos, lo cual es conocido como “tematización”. Este procedimiento tiene como finalidad centrar la atención de los públicos en ciertos aspectos de la realidad. Después seleccionan los acontecimientos que encajan en esa línea temática, según criterios establecidos en los medios y posteriormente envían a los periodistas a cubrir dichos eventos o a entrevistar a ciertos personajes. Con esta operación estas empresas emiten una visión parcializada y subjetivada de la realidad, que, supuestamente, es lo que el receptor necesita saber (1995: 109 - 111).

Dentro de la teoría, se han planteado dos niveles en los que se produce el efecto de la agenda. El primero está relacionado con los temas que presentan los medios y el segundo tiene que ver con la forma en la que los periodistas construyen la información. En lo que corresponde a los temas, los medios tienden a establecer un “orden del día” relativo a los acontecimientos que se dan, que son jerarquizados de acuerdo a la importancia que el medio les otorguen. Esto es más visible en los periódicos, en donde los sucesos más relevantes son dispuestos en la portada y en las primeras páginas.

De esta manera las empresas mediáticas consiguen establecer en los receptores un marco de referencia (categorización) para la organización e interpretación de la información que reciben a diario. (Wolf: 1987: 173).

Así como los medios instituyen un orden de importancia de los temas informativos, también marcan una guía con atributos o características más trascendentes de un acontecimiento. Esta “distorsión” como señala el investigador Mauro Wolf (1987), del contenido se genera dentro de los procesos de información de los productos comunicativos, en donde los periodistas se encargan de destacar ya sea un personaje, un punto de vista o un escenario de acuerdo a valores/noticia fijados por el medio (Ibíd.). Así se consigue que los receptores creen una imagen de la realidad con base en los modelos de representación que estas instituciones han generado. Es por eso como afirma Wolf que los medios proyectan una visión estereotipada de la vida. (1987: 164).

La descripción de este segundo nivel de la Agenda Setting marcó una pauta para el estudio de uno de los principales conceptos acerca de la construcción de la noticia que tiene que ver con los criterios de noticiabilidad o *news frames*, de los cuales se hablará más adelante. Estos también afectan a la noción que el público tiene sobre un suceso, ya que dan un enfoque sesgado, con lo que se corre el riesgo de crear prejuicios.

En este aspecto como apunta López (1995) es importante considerar que los medios actúan como co productores de sentido, ya que no se limitan a transmitir contenido y a hacerlo comprensible, en el caso de lo cultural, sino que también contribuyen a definirla (se puede calificar a una obra de arte como de alta, media o baja cultura, de acuerdo a cómo se la presente al público). He ahí la necesidad de la especialización en esta área de cobertura.

De cada nivel de acción de la agenda existe un riesgo para el receptor. Aquello que no es considerado como importante por el medio, simplemente no existe. Esto suele suceder a menudo con la información cultural, ya que no es considerada relevante por las empresas mediáticas. Los aspectos que seleccionan y en los que ponen atención los periodistas afectan a la percepción que los públicos tendrán del hecho. Además, como apunta López (1995), con las agendas temáticas los medios reiteran escenarios, repiten personajes (a los que posicionan tanto positiva como negativamente) y, en ciertas ocasiones censuran información, que no está en consonancia con la línea editorial del medio.

Por otro lado, según explica Wolf esta teoría tiene limitaciones, en lo que se refiere a la consonancia entre los temas que plantea la agenda y el interés del público sobre ellos, lo que es llamado como disonancia cognoscitiva. En este aspecto no puede haber manipulación, si la Agenda Setting no cubre las expectativas o necesidades informativas de los receptores en determinados ámbitos de la realidad. Por ejemplo si un lector desea obtener información sobre el aumento de precios en el mercado y el medio no dispone datos sobre ello, se pierde la conexión entre ambos. La influencia de los medios varía de acuerdo a los tópicos que tratan; unos llamarán la atención y otros no. Para que el proceso de dominación funcione tiene que haber “centralidad” entre las áreas temáticas del medio y las que interesan a las audiencias. (Zucker en Wolf: 1987: 175). Este factor es importante para que se dé la mediación.

Otro limitante de la teoría es el grado de conocimiento que los receptores tengan sobre la gama temática que presenten los medios, de esa manera sabrán si la información que se les otorga es matizada y dejarán de consumirla. Sin embargo en lo cultural, los medios manipulan la visión del público, en el sentido en el que dan una cátedra de cómo se deben ver o asimilar los productos culturales. Así mientras mayor sea el nivel de cultura que se maneje, mayor será la dominación.

En este aspecto también depende el tipo de medio y del tipo de público al que se dirija. En el caso del Periodismo Cultural, la información que presente incidirá más sobre un círculo determinado de lectores, que sobre toda la sociedad, de acuerdo al tratamiento que se le dé a esa información.

Otro obstáculo tiene que ver con el marco temporal de los temas. La coyuntura funciona como una especie de camisa de fuerza para la agenda, ya que debe sujetarse a la novedad de los hechos. Caso contrario a nadie interesará una noticia ya no es actual. Sin embargo en lo cultural este elemento no es tan relevante, pues generalmente se trabaja con el pasado. Por ejemplo cuando se cumple el aniversario de la publicación de una obra se vuelve en el tiempo, para destacar la importancia que esta ha tenido para el mundo de las artes.

Según López para que una agenda temática funcione correctamente debe ser planificada de acuerdo a los sucesos diarios, como a largo plazo; además tener coherencia con la agenda del medio y la del periodista, de esta forma se evita la incursión del grupo de poder dentro de las rutinas de trabajo de los profesionales y de la exclusión de información que pueda interesar a las audiencias. (1995: 114).

La Agenda Setting generalmente es empleada para analizar la cobertura y manejo de información de campos en donde es más evidente la manipulación de la opinión pública como la política. Sin embargo en lo cultural, una rama que no es considerada en los primeros lugares de las agendas mediáticas, existe un grado de manipulación no muy perceptible, el cual se manifiesta en el tratamiento, elevado o banalizado, que se le da a un hecho. De esta forma el medio incide en los hábitos de consumo de lo cultural.

### **1.3.1. Criterios de noticiabilidad: los valores/noticia**

Cada hora del día se están produciendo hechos que pueden o no ser material de los medios. Generalmente los periodistas eligen la información de acuerdo con los parámetros propuestos por Carl Warren en 1975 que tienen que ver con: la actualidad, la proximidad, las consecuencias, relevancia, suspense, la rareza, el conflicto, el sexo, la emoción y el progreso.

Según Wolf los medios establecen un termómetro que mide el grado de importancia que tiene, tanto para la empresa, como para el público, cierto acontecimiento. Este instrumento conocido como la noticiabilidad se define como: *un conjunto de criterios, operaciones, instrumentos con los que los aparatos de información abordan la tarea de elegir cotidianamente, entre un número imprevisible e indefinido de acontecimientos, una cantidad finita y tendencialmente estable de noticias.* (1987: 216).

La noticiabilidad se vale de ciertos criterios, llamados por Wolf, como valores/noticia, los cuales hacen más sencilla la tarea de elegir entre lo que es significativo y lo que no. Estos son utilizados por los periodistas de dos maneras: para determinar, del material disponible en la sala de redacción, aquello que será difundido y como guía para tratar adecuadamente al producto informativo.

Para aplicar esa dinámica, los valores noticia deben ser flexibles con respecto a la imprevisibilidad propia de los acontecimientos, relacionables y comparables, debido a que la oportunidad de una noticia, depende de que las otras estén disponibles; inclusivos y exclusivos con relación a lo que es o no importante y fácilmente racionalizados, de forma que se pueda dar espacio a una nueva información, cuando una ha sido suprimida (Gans en Wolf: 1987: 224).

Según Wolf, estos valores se configuran de acuerdo al contenido de las noticias, a la disponibilidad del material para elaborar el producto comunicativo, al público objetivo y al medio y la competencia. A partir de ello se los categoriza de la siguiente forma:

#### **a) Criterios relativos al contenido de las noticias:**

Se refiere al grado de importancia que tenga cierta información para un grupo de poder, sea del medio o de la sociedad. Además a la cercanía temática, afectiva o espacial del público con el hecho. También tiene que ver si el contenido es de interés nacional o causará

impacto en el país, de la cantidad de personas involucradas en el hecho y las consecuencias del mismo en el futuro.

**b) Criterios relativos al producto comunicativo:**

Está relacionado con la cantidad y la calidad del material informativo que dispone el periodista para elaborar el producto. Esto está vinculado con el acceso a fuentes confiables y si los datos proporcionados son actuales e interesantes. En la confección de la noticia se deben tomar en cuenta criterios como la brevedad, es decir, el decir mucho con pocas palabras, considerando el espacio limitado con el que se trabaja en los medios; el equilibrio en la composición (que no beneficie a tal o cual sector) y la calidad del producto (que el texto posea las cualidades de concisión, precisión, ritmo y claridad en el lenguaje).

**c) Criterios relativos a los medios y a la competencia:**

En este criterio se toman en cuenta parámetros como la actualidad, la frecuencia, los modos de representación y los formatos en lo que se presenta la información. Lo relacionado a lo coyuntural tiene que ver la necesidad del medio de presentar hechos actuales, que estén vigentes, con el fin de posicionarse en los hábitos de consumo de información de los receptores. Además el medio debe tener en mente en qué formas narrativas colocar los contenidos, para que estos calcen en los espacios y tiempos que ellos disponen.

**d) Criterios relativos al público:**

Esto tiene que ver con el criterio que el periodista tenga del público, es decir, usando términos económicos, a su nicho de mercado. A partir de eso diseñarán productos que estén en sintonía con el nivel educativo, el rango de edad y los gustos y preferencias de los receptores a los que el medio se dirija. A más de ello se evita presentar contenido que pueda ofender o perturbar a los públicos.

Los criterios de noticiabilidad anteriormente descritos sirven al medio y a los periodistas para estructurar rutinas de trabajo, formas de producción de noticias, que permiten recoger material informativo, seleccionarlo y presentarlo de manera rápida, eficiente y casi automática. (Wolf: 1987: 229 - 248)

Ahora bien, estos valores/noticia no son rígidos, ni exclusivos para el periodismo tradicional, ya que se pueden adaptar a las formas especializadas de comunicar la realidad, en donde el trabajo tiene un ritmo diferente. Sobre la información cultural, el investigador y periodista Francisco Rodríguez Pastoriza señala que:

*...tiene elementos que están al margen de las necesidades urgentes de los consumidores de información para situarse en el mundo de las graficaciones, que si bien muchas veces no constituyen objetivos informativos fundamentales, si cubren necesidades y aún conforman los valores en los que se mueve una sociedad. (2006: 81).*

Es por eso, que los hechos culturales deben recibir un tratamiento especializado, ya que a más de la actualidad, tienen otro grado de importancia que va hacia el mundo de lo simbólico. Rodríguez Pastoriza establece valorar este contenido bajo estos parámetros:

**Interés informativo:** Es aquello que llama a la atención a la audiencia; con lo que le satisface en cuestión de los gustos o le aporta conocimiento.

**Actualidad/Reactualización:** Esta vinculado con la vigencia de un hecho en un marco temporal. Con respecto a lo cultural se habla más acerca de la reactualización de un hecho que está en el pasado, pero permanece en el imaginario colectivo.

**Novedad o rareza:** Esto tiene que ver con lo inusual o infrecuente. En lo cultural está relacionado con personajes que llamen la atención, por su aspecto físico o por sus costumbres o excentricidades, como es el caso de las estrellas de rock. Generalmente los medios dan más importancia a la apariencia, que al significado de esa imagen.

**Utilidad:** Está relacionada al servicio público, propio del periodismo, pero más acentuado en lo cultural, puesto que se ofrece alternativas al público para gastar su tiempo libre, a través de las agendas culturales.

**Conflictividad:** En lo cultural el interés se da por la pugna de poderes entre las diferentes instituciones culturales (pública o privada) o grupos sociales, en lo que respecta a reclamaciones por derechos de autor, valoraciones de obras de arte, concesiones de premios, piratería, robos de productos culturales, entre otros hechos.

**Emotividad:** Este criterio está dado con base en la inclusión de fotografías en medios impresos, música o efectos sonoros en los medios audiovisuales, con el fin de reforzar efectos estéticos o dramatizar los contenidos, para provocar emociones en las audiencias.

**Proximidad:** Se refiere a la cercanía (intelectual, espacial o afectiva) entre el acontecimiento y los públicos. En lo cultural, muchas veces se suelen omitir en las informaciones, que se presumen son inalcanzables para la audiencia de masas. Este es el caso de los productos de la alta cultura.

**Entretenimiento:** En el ámbito cultural los contenidos sobre espectáculos o variedades se incluyen dentro de este criterio.

**Disponibilidad/Accesibilidad:** Está relacionado con la facilidad que tiene el periodista para acceder a la información a través de las fuentes. En lo cultural, los datos no están al alcance (directo) de los profesionales, aunque hay casos en los que son los mismos artistas o industrias culturales las que acuden a los medios, es decir, se da el proceso inverso al periodismo tradicional.

**Duración y extensión:** Es lo relativo al espacio que una noticia tiene dentro de la plataforma de un medio. La información cultural usualmente, cuenta con menos extensión que otras y se las coloca en las páginas finales de los periódicos o en suplementos culturales, en donde, obviamente, tienen más apertura.

**Enfoque:** El contenido cultural suele ser mirado desde diferentes ángulos, debido a su naturaleza subjetiva. Para no perder el interés de la audiencia, esta información tiende a ser distorsionada o banalizada, pero hay ocasiones en las que se les da un tratamiento elevado. El enfoque depende del tipo de público al que se dirige el medio.

**Imagen:** Esta valoración tiene que ver con la forma en la que se presente la información. De acuerdo a su importancia será acompañada por fotografías o ilustraciones, que aporten significados al contenido.

**Empresa:** Los intereses comerciales e ideológicos de la empresa mediática, influenciados por las demandas del público, determinan, muchas veces, la selección de la información. La línea editorial del medio es la que impone que hechos culturales se incluirán

en la plataforma y desde qué perspectiva se las construirá (elevado o banalizado). (2006: 81 - 86)

Los criterios de noticiabilidad son herramientas de trabajo, que al ser interiorizados por los periodistas dentro del oficio periodístico diario, se convertirán en rutinas de trabajo, que crearan una forma de ver y tratar la información. A continuación se explicará con más profundidad el funcionamiento de estos modos de operación.

### **1.3.2. Las rutinas de trabajo**

Cada instante se producen acontecimientos que merecen la atención de los medios de comunicación. Debido a la escasez de tiempo y a la cantidad de información que se maneja, los periodistas han creado rutinas de trabajo que aceleran de manera eficaz el proceso de transformación del hecho a noticia.

Según Wolf (1987) en la mayoría de las empresas mediáticas se manejan tres fases básicas dentro de las rutinas: la recogida, la selección y la presentación. En primer lugar, la recogida o la ‘caza’ de noticias, se refiere a la búsqueda de información, ya sea en el campo o en las fuentes para la construcción del producto informativo. Esta fase es factible siempre y cuando el comunicador cuente con las herramientas necesarias para obtener datos informativos, es decir, tenga acceso a las fuentes. Hoy en día esta tarea se ha simplificado, ya que *“se produce sobre todo a través de fuentes estables que tienden a suministrar material informativo ya fácilmente incorporable en los normales procesos productivos de la redacción”* (Cesareo en Wolf: 1987: 250).

Por lo general los medios cuentan con fuentes institucionales y están asociados a agencias de noticias, por tanto los periodistas únicamente seleccionan la noticia y la reescriben usando los criterios de noticiabilidad del medio. En lo cultural, según Rodríguez Pastoriza esto es bastante frecuente, ya que los periódicos consideran a las notas de esta área como *soft news* y por ello no hacen investigación (2006: 97).

En cuanto la fase de la selección, según Golding Elliot (1979) constituye el proceso de convertir los acontecimientos observados en noticias. Debido a la enorme cantidad de informaciones que recibe el medio, los periodistas deben escoger, en base a los criterios de

noticiabilidad establecidos, lo más importante para ser difundido. Según López la selección se realiza con base en:

*...fuentes que merecen garantía y han sido homologadas por el medio; escenarios, -espacio y ámbitos- en los que siempre encontramos noticias y, en tercer lugar, nuestra frecuencia temporal de salida del mercado, que condiciona absolutamente el producto. (1995: 46)*

Para filtrar lo que va a ser publicado y lo que va a desecharse, los periodistas realizan listados en los que ordenan los sucesos por su actualidad, por su vigencia en un determinado marco temporal, los que no pudieron ser abordados en emisiones anteriores y los inesperados, que suelen ocupar los primeros lugares de las listas. Aparte de ello, los directivos y editores hacen otro listado en el que jerarquizan las noticias, con el fin de determinar el tratamiento que se le dará y su ubicación dentro del periódico (en este paso se establece lo que irá en primera plana y lo que estará solo como un breve). Finalmente se planifica el temario que regirá a la emisión del día y del resto de la semana.

Una vez que se ha organizado el contenido informativo, los periodistas proceden a elaborar noticias. En esta fase, como apunta Wolf (1987), se ‘devuelve’ a la información su carácter de espejo de la realidad, es decir, reinsertarlo dentro de su contexto. Bajo esta premisa se elaboran los productos mediáticos, que tienen por objetivo acercar al receptor al suceso. En la confección de la noticia intervienen los formatos, es decir, el molde en el que se va a colocar el contenido ya procesado, de acuerdo a su importancia.

En este punto se hablaría del estilo y los géneros periodísticos, los cuales presentan la información, ya traducida, para una mejor comprensión del público. Es aquí en donde se fabrican los modelos de representación y se inscribe la visión del medio sobre el acontecimiento. En lo cultural, como se explicará más adelante se emplean ciertos formatos que facilitan a los receptores la asimilación de los acontecimientos del mundo del arte y de las expresiones.

## CAPÍTULO II

### PERIODISMO CULTURAL Y CULTURA

#### 2.1. Nociones y niveles de cultura

Al hablar de cultura nos enfrentamos a una infinidad de acepciones, validas todas, que provienen de diferentes corrientes. Aunque el diccionario de la Real Academia Española de la Lengua define a la cultura como un *“conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos u grado de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época, grupo social, etc.”*, se ha intentado conceptualizar este término desde diferentes disciplinas, como la sociología, la antropología, la filosofía, el psicoanálisis entre otras.

Pese a la amplia gama de conceptos de la heterogénea área de lo cultural, el Periodismo Cultural, a lo largo de su desarrollo se ha cobijado bajo dos definiciones: la de las élites intelectuales y la de la antropología. En sus comienzos se arrimó a la primera conceptualización, la cual nació desde el círculo ilustrado europeo de textos de T. S. Eliot (1952) y José Ortega y Gasset (1925), que podría resumirse como: *“el recorte escogido – destinado a una minoría de conocedores – de las producciones más refinadas del espíritu humano.”* (Ribera: 1995: 15).

La segunda concepción tiene que ver con la que dio el antropólogo inglés, E. B Taylor en 1874, que define, de manera más amplia a 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.”* (Taylor en Ribera: 1995: 15 - 16) Dentro de este concepto se pueden incluir a la cultura popular, el folclor, las expresiones culturales y políticas culturales.

Los medios de comunicación, actualmente zigzaguean por ambos conceptos. Según el investigador Francisco Rodríguez Pastoriza a los temas de corte intelectual los ubican en la sección de cultura y a los que tienen que ver con la cultura popular, actividades culturales o productos de la Industria Cultural, las colocan en las páginas de “Sociedad” “Entretenimiento” o “Espectáculo”. (2006: 11).

Jesús Martín Barbero asegura que hay dos concepciones que hegemonizan, actualmente el campo cultural: “*la de los críticos ilustrados y la de los folcloristas románticos*”. (1996: 88). El autor señala que para la primera clasificación, la cultura es:

*...un determinado y exclusivo tipo de prácticas y de productos valorados ante todo por su calidad, calidad que se halla socialmente ligada a su capacidad de distinguir a aquellos que la poseen, tanto en el plano de las destrezas como de los productos. (Ibíd.)*

Esta división se caracteriza principalmente por hacer una distinción entre lo que es “culto” y lo que no, en donde no caben, muchas veces lo considerado *kitsch*, lo popular y lo vulgar. Lo que ingresa al ámbito de lo culto, generalmente está vinculado, con lo que encaja en el sentido del gusto de la elite, es decir, aquello de alto valor estético y simbólico.

La segunda define lo que es cultura de acuerdo con “*la autenticidad del origen o la pureza de sus raíces*” (1996: 88 - 89), más allá de la calidad de la obra. Aquí se ubica todo lo que tiene que ver con lo ancestral, lo vernáculo y lo que debe ser preservado. Por ejemplo las leyendas y mitos de los pueblos prehispánicos.

Por otro lado, el sociólogo francés Pierre Bourdieu (1979) explicó en su texto *La Distinción: criterios y bases sociales del gusto*, que la diferenciación que hace el individuo – también aplicable a la que hacen los medios de comunicación – de lo culto y lo vulgar, viene dada a través de la imposición de la imagen social de la cultura y las obras artísticas que hacen las instituciones educativas (lo que Bourdieu llama “títulos de nobleza cultural”) y la familia.

Esta percepción se torna más específica, en el momento en el que el sujeto escoge una rama académica para desenvolverse, es decir, elige una carrera, y de acuerdo a ello se inclinará por un modelo cultural. Por ejemplo los matemáticos tendrán una visión lógica del arte y delimitarán sus gustos de acuerdo a ese razonamiento. En el caso del periodismo y de los *mass media*, se configurará una visión de la cultura y lo estético de acuerdo a dos aristas: la línea editorial y los grupos de poder, variables que harán posible la distinción entre lo culto, lo popular y lo masivo. (Bourdieu: 1979: 15 - 26).

En esa misma línea Bourdieu señala que esa diferenciación entre la apreciación de la cultura tiene que ver con la forma en la que los individuos la asimilan. Para ello usó la visión que Ortega y Gasset tenía sobre este particular. El escritor español, según citó Bourdieu, decía que el arte moderno es el que divide al público en “*dos castas antagónicas a los que entienden*

*y los que no entienden*". (Ortega y Gasset en Bourdieu: 1979: 28). Según esa afirmación 'los que entienden' tienen una forma contemplativa de ver el arte y 'los que no' se basan más en el impacto sensorial o emocional que les deja la obra artística.

Esa distinción es tomada por los medios para dar, según el tipo de público al que se dirijan, los productos culturales que puedan asimilar. (Bourdieu: 1979: 28 - 30) Así las publicaciones del tipo elevado, ofrecerán ensayos críticos sobre la obra de Alfred Hitchcock, por citar un ejemplo, mientras los dedicados al público masivo, ofrecerán una mirada más digerida, a través de una reseña o un comentario, de la última película de James Bond.

Con relación a este distanciamiento ente lo elitista y lo masivo, el semiólogo italiano Umberto Eco (1965), reflexionó en las páginas de *Apocalípticos e Integrados*, que, a partir de la masificación del conocimiento con la invención de la imprenta, se creó una nueva fisonomía en cuanto a la comunicación cultural. Esta se refiere a la formación de los *mass media*, canales informativos que se encargan de difundir productos culturales decodificados para un público masivo. De este proceso, según han explicado teóricos como Van Wyck Brooks (1915) Dwight MacDonal (1962), surgieron tres niveles intelectuales: la alta (que ya estaba configurada por las élites), la media y la baja cultura. Estos niveles han sido establecidos por los medios de acuerdo a modelos culturales en base a distinción del gusto de cada sector de la población a los que se dirigen. (Eco: 1965: 51 - 52).

La alta cultura (de acuerdo con la visión renacentista del arte) corresponde a aquellos productos culturales de un elevado valor estético y simbólico, considerados 'cultos' por las clases aristocráticas; la baja que está vinculada al concepto de cultura de masas y lo *kitsch*, definido por Milan Kundera en *La insoportable levedad del ser* (1984), como la negación absoluta de lo estéticamente inaceptable, a través de un ideal falso de belleza que engaña por medio del estímulo emocional.

Durante mucho tiempo se ha estudiado a la cultura de élite y su discurso hegemónico y de su contraparte la cultura popular, sin embargo, a medida que los productos culturales fueron llegando a las masas, se creó un nivel intermedio, denominado la media cultura, o *midcult* (termino definido por Dwight MacDonal en 1962 en *Against the American Grain*). Este campo, según lo describe Eco está representada por "*obras que parecen poseer todos los*

*requisitos de una cultura puesta al día y que, por el contrario, no constituyen en realidad más que [...] una falsificación puesta al servicio de fines comerciales” (Eco: 1965: 54).*

En la media cultura se ubican aquellos objetos que aparentemente tratan temas complejos e universales (como las grandes obras de la élite), pero de manera simple, con el fin de que sean accesibles para todo público y provocar en ellos una experiencia similar a la que se tiene cuando se aprecia una obra de arte. Dwight MacDonald puso de ejemplo en este caso a la novela *El viejo y el mar*, por la cual Ernest Hemingway ganó el Premio Nobel de Literatura. Aquí se habla de la figura del hombre acabado, por medio del personaje del ‘viejo’, quien constantemente habla de su condición, pero no deja al lector que se dé cuenta de ello.

Por otro lado para Eco, la cultura vista desde los tres niveles no representa grados de dificultad en cuanto a la asimilación de la obra de arte; ni tampoco validez estética, de hecho afirma que un producto creado desde los ojos de la baja cultura, puede gustar a la élite. Un caso claro de ello, según cita Eco, es el del jazz, género musical que nació desde los esclavos negros en el sur de Estados Unidos y hoy en día es escuchado por las clases altas, desde una mirada snob. (1967: 70 - 72)

Sin embargo Adorno, para quien hay una distinción entre la música popular y la académica, afirma, en el ensayo *Über jazz* publicado en 1936, que el jazz no encaja dentro del ámbito de las expresiones culturales, ni en el de lo artístico. Por esa razón no puede ser considerado como música genuina, sino como un mero producto de la Industria Cultural, que más allá de representar los sentimientos de un artista o un grupo social, es símbolo de los intereses del capitalismo.

Más allá de eso, Eco concluye que no es necesario pertenecer a alguna clase social en específico para disfrutar de determinada obra de arte. Para él el problema es político, con relación al nivel educativo, social económico y el tiempo de ocio, pero tiene solución en la igualdad de dignidad entre niveles, la cual debe ser aceptada por la acción cultural.

También explica que, con el apareamiento de la cultura de masas el fraccionamiento entre lo alto y lo bajo es irremediable debido a la acción homogenizadora de los *mass media*, que estandariza y condensa la cultura de forma que es fácil de decodificar para cualquier tipo de público, lo cual, con el paso del tiempo, ocasionará el deterioro de los valores culturales,

tan celosamente guardados por la cultura superior. Este proceso es llevado a cabo por los grupos económicos detrás de las empresas mediáticas, para quienes lo único que importa es el lucro (Eco: 1965: 60 - 67).

Hasta finales del siglo XX, se ha contemplado una visión bipartita de cultura, en la que se cataloga a las obras y expresiones artísticas de acuerdo a los espacios simbólicos que deben ocupar y a su valor estético. Sin embargo a comienzos de los años noventa, el antropólogo argentino Néstor García Canclini (1990) en su texto *Culturas híbridas estrategias para entrar y salir de la modernidad* dio una perspectiva alternativa de cómo observar a la cultura, en especial en América Latina, la cual está condensada en el concepto de “hibridación”.

Para García Canclini, la historia cultural del continente ha estado marcada por la disyuntiva entre lo ancestral o lo tradicional y lo elitista, ligado a lo europeo. Ambas corrientes han sido analizadas desde diferentes disciplinas: lo culto por la literatura y el arte; las prácticas ancestrales y lo popular por la antropología y la sociología y, recientemente, lo masivo por los comunicólogos y semiólogos. Tanto del lado de los modernistas, como de los tradicionalistas se ha querido imaginar un tipo de cultura ‘pura’, y para ello han delegado lugares simbólicos para cada obra: lo culto, representado por el arte clásico y de vanguardia va a los museos y lo popular personificado en las artesanías a las ferias o mercados artesanales. (García Canclini: 1990: 16 – 17)

A partir de los procesos independentistas y la consolidación de las repúblicas, se formaron grupos intelectuales, que estaban influenciados por las corrientes artísticas de Europa. Este sector aunque reducido, forjó una visión hegemónica de la cultura, que era divulgada en revistas literarias y culturales. Estas publicaciones estaban destinadas a un ínfimo número de lectores, que pertenecían a la cúpula cultural de la sociedad (académicos, literatos, filósofos).

No obstante, a mediados del siglo XX, esa idea elitista y extranjerizada de lo artístico, regresó la mirada a lo nacional. En ese segundo momento, se tomó a las culturas ancestrales, el folclor y la defensa de lo tradicional como un nuevo modelo cultural. Así nacieron corrientes como el indigenismo o el folclorismo, que fueron perdiendo su esencia al mezclarse con la política (El canto popular servía para denunciar abusos de los regímenes).

Ahora que Latinoamérica ha ingresado en la modernidad (que no es lo mismo que la modernización) ya no es plausible hablar de la cultura en estos dos ámbitos, debido al desarrollo social y tecnológico (tanto en el área industrial como de las telecomunicaciones) que se ha venido dando en los últimos años, que ha permitido que los campos culturales se desplacen en diferentes escenarios y niveles. El arte popular, olvidado por los medios tradicionales, parte desde las plataformas digitales para difundir sus productos culturales, en otros espacios.

Según García Canclini, para llegar a ese cruce, lo cultural en la región se ha visto afectado por una serie de procesos históricos y sociales, entre ellos el mestizaje:

*Los países latinoamericanos son actualmente resultado de la sedimentación, yuxtaposición y entrecruzamiento de las tradiciones indígenas (sobre todo en las áreas mesoamericana y andina) del hispanismo colonial católico y de las acciones políticas, educativas y comunicacionales modernas. Pese a los intentos de dar a la cultura de élite un perfil moderno, recluyendo a lo indígena y lo colonial en sectores populares, un mestizaje interclasista ha generado formaciones híbridas en todos los estratos sociales (1990: 71).*

Para el antropólogo, con la llegada de lo masivo se equiparan los discursos hegemónicos, antes exclusivos para intelectuales, al nivel del público general. En este punto coincide con lo que plantea Eco, para quien la cultura de masas, permite democratizar los bienes de la cultura superior, incentivar el interés de la masa en la cultura y con ello “contribuiría en el fondo a eliminar a ciertos niveles las diferencias de casta”. (1965: 63).

Este proceso de inserción en las Industrias Culturales, de las que se hablará más adelante, deviene en la consolidación de un modelo cultural menos excluyente, del que todos, incluso quienes no poseen las características apuntadas por Bourdieu (1998) para apreciar el arte culto, puedan formar parte. Como explica García Canclini, tanto lo culto como lo popular se entrelazan, ya que ambos campos pierden, por acción de la modernidad, sus valores y espacios propios, que de hecho nunca estuvieron bien definidos. El antropólogo estudio ese fenómeno a través de su teoría de la hibridación, que básicamente analiza los “procesos socioculturales en los que las estructuras o prácticas discretas, que existían en forma separada se combinan para generar nuevas estructuras objetos y prácticas” (García Canclini: 2005: III)

Esta mezcla de niveles implicaría que los museos o galerías, ya no tendrían por qué ser espacios de culto, dirigidos únicamente para intelectuales, pues a través de políticas culturales, las obras que allí se exhiben pueden ir hacia las plazas y sitios públicos para el disfrute de cualquier tipo de espectador.

Por otro lado, la democratización del arte, que se está dando gracias a los medios de comunicación, según García Canclini es un arma de doble filo, pues puede provocar que los receptores simplemente se dediquen a mirar y no a observar el objeto artístico. Esto significa que si bien el espectador tiene acceso a la obra, no la apreciará por su valor estético, sino por lo que esta le provoque. Esto se debe, según concluyó el antropólogo argentino, a que las diferentes reacciones de un público heterogéneo, que no está en sintonía con lo artístico, no aprecien el producto como tal y se dejen guiar por lo primero que perciben. El problema real, para el antropólogo tiene que ver con el sentido subjetivo del arte y los diferentes niveles de lectura del mismo, por eso, no toda obra es para todo público.

Como una solución para esto, se plantea poner en manos de los medios de comunicación y el Estado la tarea de cerrar la brecha entre emisores de productos culturales y el público. Aquí el problema no es la obra, ni su valor estético, sino la forma en la que es presentada a los espectadores. Muchos medios de corte elitista, tienden a elevar ciertos productos artísticos, mientras que otros los desacralizan. En ese caso, lo que plantea García Canclini es conceptualizar las obras, ya que de esa manera se vuelven más legibles para los públicos. (1990: 130).

Pero en este proceso, explica, se debe tener cuidado en la selección de las obras, ya que se puede incurrir en la selección elitista, lo cual afianzaría la distinción de quienes conocen de los que no y reproduciría la hegemonía. Lo que propone García Canclini frente a esta dificultad es incluir políticas culturales en las que se problematice lo que debe entenderse por cultura y en donde se planteen vías para construir sociedades con “*proyectos democráticos compartidos por todos, sin que se iguale a todos, donde la disgregación se eleve a la diversidad y las desigualdades se reduzcan a diferencias*”. (1990: 148).

García Canclini además señala que el campo cultural se ve administrado por agentes de poder; estos pueden ser el Estado, en el ámbito público o las empresas mediáticas o de la

Industria Cultural, desde lo privado. Según el antropólogo, estos agentes de poder, mantienen una relación vertical con lo cultural, pues dominan al arte (estipulan qué se debe ver como arte y que no), disciplinan el trabajo y la vida cotidiana a razón de las demandas del mercado o de fines políticos.

Con respecto a esto último, desde hace varias décadas, los latinoamericanos hemos sido testigos de una historia de enfrentamientos entre distintas ramas de la política, el cual ha salpicado también a lo cultural. Desde la visión maniquea de que lo culto pertenece a los conservadores y lo popular a los liberales, y el enfrentamiento entre estas dos esferas, se ha fabricado una especie de cortina, que no deja ver la manipulación que la política hace de lo cultural. Desde el poder político se han construido discursos simbólicos y productos culturales que representan la ideología de cada sector. (2005: 323)

Esta manipulación se ha traspasado también a los medios de comunicación, ya que al estar dominados por cúpulas de poder, se encargan de seleccionar aquellos hechos culturales que encajan con la visión del mundo del grupo económico. Así se configuran líneas temáticas, criterios de noticiabilidad y un equipo de trabajo que responda a sus intereses, como se señaló en líneas anteriores.

No obstante, con la llegada de la modernidad, el poder debe abordar diagonalmente a lo cultural. El vínculo del arte con el poder no puede ser más rígido, ya que con el traspaso de las fronteras de un nivel a otro se pierde la territorialidad y con ello la hegemonía de uno u otro grado cultural. Ahora el sentido que se le da a la cultura es el de vehículo para expresar demandas sociales, cuando el poder no escucha. De esta forma se combina la sátira para burlarse del un personaje político a través de la caricatura o el canto popular para manifestar descontento con alguna ley.

García Canclini afirma que una manera idónea para adaptarse a los procesos de hibridación es desde una perspectiva pluralista, la misma que permite incluir tanto a lo culto, a lo masivo, como a lo popular. (2005: 330). Así se asimila de mejor manera la crisis que se viene entre lo tradicional y lo moderno, dos aspectos, que no logran integrarse debido a la lucha de lo ya establecido por permanecer en vigencia de manera “pura”, pugna en la que

contribuyen los medios de comunicación al transmitir los mismos discursos desgastados, sobre los mismos productos y agentes del mundo cultural.

Tanto lo culto como lo popular, según García Canclini, plantean su sobrevivencia a través de tres estrategias: la reinención, el desplazamiento hacia lo tecnológico y la interacción en diferentes campos. Con relación a la primera fórmula las élites y los folcloristas buscan *“nuevos procedimientos de inscripción de sus obras en contextos institucionales y circuitos de difusión, aún sensibles a las maneras tradicionales”* (2005: 334). La segunda plantea invertir ya no en las artes clásicas, sino en las industrias culturales, en donde, hoy en día se encuentran los símbolos de prestigio. Y la tercera táctica tiene que ver con el deslizamiento entre los campos, ya que para ser eficaz se debe actuar en varios escenarios a la vez. Este es el caso de cantautores como Caetano Velozo, citado por García Canclini, quien con su música popular es capaz de dar un concierto en un estadio y también hacer un recital más privado.

Pese a ello, lo culto y lo popular tienden a estancarse debido que *“El poder universitario y profesional de los historiadores del arte y de los artistas suele defenderse exaltando la singularidad del propio campo y desmereciendo los productos competidores”* (2005: 336). En el caso de la prensa cultural, hay la resistencia de mantener a personalidades de la academia, realizando el trabajo de periodistas, esto con el fin de preservar una imagen culta de la publicación. Esto ocasiona que sean criticados por sus adversarios, quienes deslegitiman su presencia en el medio y de hecho se apropian del mismo.

Como solución se plantea permitir que personajes de la academia participen en el mundo de lo masivo; por ejemplo que un intelectual escriba en la sección de opinión de un diario, o en el caso del Periodismo Cultural, tenga una columna de crítica literaria o aporte con ensayos en una revista cultural. De esta manera, *“...la interacción creciente entre lo culto, lo popular y lo masivo ablanda las fronteras entre sus practicantes y estilos.”* (García Canclini, 2005: 337). Esta es una vía para adaptarse a la modernidad, caso contrario las obras de la alta cultura podrían volverse obsoletas.

Otra opción para permanecer en el campo cultural es incorporarse al proceso de hibridación, es decir, dejar de lado la visión rígida de la “pureza” de la cultura, para fusionarse

con las tendencias actuales. Por ejemplo grupos de rock (música de la cultura de masas) han mezclado sus melodías con piezas clásicas, como es el caso del rock sinfónico y del progresivo.

Por otro lado, tanto lo culto, lo popular, como lo masivo deben ser entendidas, según García Canclini como “construcciones culturales”, que en la actualidad son difíciles de definir, pues no incursionan ya en campos, sino en escenarios, los cuales están adornados de valoraciones simbólicas. Por ese motivo, como aclara el antropólogo, los objetos son valorados de acuerdo a su temporalidad, lo cual da más claves para entender la persistencia u obsolescencia en el ámbito cultural, ya que estos productos tienden a ser más valorados por su permanencia en el tiempo, a diferencia de los objetos desechables de la cultura de masas. (2005: 339 - 340)

Ahora bien, la modernidad, además de favorecer el terreno de la hibridación cultural, ha dado paso a nuevas formas de producir y difundir la cultura, independientemente del estrato que venga. Desde que Johannes Gutenberg puso a funcionar la imprenta, se fue consolidando un sistema de producción de objetos culturales, destinados para un público masivo. A este fenómeno, Teodoro Adorno y Max Horkheimer en *Dialéctica de la Ilustración* denominaron entre 1944 y 1947 como Industria Cultural, una fuerza integradora de los dominios del arte culto y del arte popular (Adorno en Martín Barbero y Silva: 1997: 34).

Según los teóricos de la Escuela de Frankfurt, la Industria Cultural crea bienes culturales, motivados por un principio de comercialización, que están destinados a satisfacer los gustos y necesidades de un público heterogéneo. Debido a ello, estos productos son de fácil decodificación, con el fin de que lleguen a un mayor número de receptores. Un claro ejemplo, son los Best Seller, libros con mensajes simples que son consumidos en masa. Mediante estos objetos/mercancía, que están vaciados de sentido, la Industria Cultural consigue hegemonía en el mercado y en lo cultural, pues logra posicionarse, a través de la publicidad en el imaginario de la gente. A propósito de ello, uno de los servicios de las Industrias Culturales es presentar a los receptores el mismo contenido, pero adaptada a un formato diferente. Esta estandarización de la cultura significa la creación de estereotipos, la baja calidad de las obras artísticas y la formación de hábitos de consumo cultural.

En la era de la reproductibilidad técnica en la que vivimos, como señaló Walter Benjamín en 1936 en su obra *La obra de arte en la época de reproductibilidad técnica*, los objetos culturales son falsificaciones de lo artístico, pero son consumidos como arte por los públicos, bajo el engaño de la Industria Cultural. Como apunta Adorno, estas empresas del entretenimiento, en la que participan los medios de comunicación, manipulan a las masas, presentándoles una realidad adornada de la vida. La idea de felicidad que se vende, vuelve a los receptores en seres sin conciencia, fácilmente impresionables y los aleja de la experiencia individual de la reflexión que permite la contemplación artística.

Aparte de la difusión, los medios también forman parte de la Industria Cultural, ya que construyen conocimiento. Los periodistas, no especializados en cultura, tienden a entregar información ya procesada sobre un hecho cultural, pues consideran que los públicos a los que se dirigen, no están a la altura de asimilarlo, con lo cual, involuntariamente, banalizan ese contenido.

En conclusión, la cultura, materia prima del Periodismo Cultural, es un campo de la realidad que acoge a obras de arte, expresiones y comportamientos de una sociedad, que está en constante evolución. Como se ha descrito en líneas anteriores, es un ámbito heterogéneo y fluctuante que no admite catalogaciones, pero sí una amplia gama de interpretaciones. Por esa razón, desde lo mediático, debe recibir un tratamiento especializado, el cual no debe ser un espejo que refleje el gusto o desagrado de un grupo social, sino un cristal transparente que permita ver su esencia aunque sea difusa y contemple un sinnúmero de combinaciones.

## **2.2. Periodismo Cultural: definiciones**

El Periodismo, como tal, es una disciplina que se encarga de comunicar los hechos más relevantes, de todos los sectores en los que se generen. Sin embargo existen ramas de la profesión que han sido diseñadas para cubrir aspectos específicos de la realidad. Una de ellas es la del Periodismo Cultural, división que se dedica a transformar en lo noticiable los acontecimientos más relevantes del mundo de la cultura, las artes y las corrientes de pensamiento.

Este subcampo del periodismo es complejo de definir por la subjetividad que encierra lo cultural, y por el hecho de que el periodismo, *per se*, es considerado como un fenómeno

cultural. Según la investigadora María Villa (2000) cuando los ámbitos de periodismo y cultura se entrelazan, se ingresa en el territorio de la indefinición porque hay que distinguir lo que se entiende por periodismo y la producción literaria, por una parte; y por otra, la difusión de productos culturales denominados artísticos. Pese a esta dificultad se utilizará para este estudio, los conceptos con los que Jorge Ribera (1995) y Francisco Rodríguez Pastoriza (2006) que son los que se aproximan a la labor que realiza el Periodismo Cultural.

Según el investigador argentino Jorge Ribera, se puede definir a esta rama del periodismo como:

*“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 bellas letras, las corrientes de pensamiento, las ciencias sociales y humanas, la llamada cultura popular y muchos otros aspectos que tienen que ver con la producción, circulación y consumo de bienes simbólicos, sin importar su origen o destinación estamental.” (1995: 19).*

En este sentido Ribera señala que el Periodismo Cultural es el gran paraguas que cubre todo lo relacionado con el arte (de élite) y la cultura (vista desde una mirada antropológica). Dentro de esta definición se está hablando del trabajo que realizan las publicaciones especializadas, en donde se da un análisis del contenido simbólico del hecho cultural. Sin embargo para el teórico Ivan Tubau, es simplemente *“la forma de conocer y difundir los productos culturales de una sociedad a través de los medios de comunicación”* (Tubau en Rodríguez Pastoriza: 2006: 16) En esta definición se habla únicamente del ámbito de la transmisión de información, mas no del análisis de contenido que propone Ribera.

Francisco Rodríguez Pastoriza (2006), profesor de la Universidad Complutense de Madrid y especialista en temas de comunicación y cultura, describe a esta rama de la profesión como un canal entre el mundo de la cultura y el público, cuya función principal es darle un tratamiento homogéneo a la información generada en ese campo y difundirla con el fin de que llegue a los consumidores (2006: 10). Aquí, en cambio, ya se habla de un proceso mediador que el medio realiza a través de la figura de Periodismo Cultural, para llegar a los consumidores de información. En este sentido se le da un carácter interpretativo a esta rama de la profesión.

De acuerdo con las definiciones presentadas, se puede determinar que el Periodismo Cultural es una compleja división de la profesión que se encarga de cubrir los hechos que se

generan tanto en el mundo de las artes y de las ciencias sociales, como las diversas expresiones de los diferentes sectores de la población. Su misión principal es la de transformar el acontecimiento en un producto comunicativo que transmita fielmente el contenido simbólico a través de formatos que sean accesibles a todo tipo de receptor.

### **2.2.1. El Periodismo Cultural en la historia**

Para revisar el nacimiento y desarrollo del Periodismo Cultural se utilizará el recorrido trazado por Jorge Ribera (1995) en su libro *El Periodismo Cultural* en donde se narra, además del origen y evolución de esta rama, las manifestaciones de la misma en América Latina.

En la Europa del siglo XVIII, aparecieron textos que se diferenciaban de las notas informativas tradicionales. En estos se hablaba de literatura, artes y filosofía y generalmente eran redactados por escritores reconocidos como Jonathan Swift, Daniel Defoe o Richard Steele. A partir del surgimiento de estas publicaciones es que el Periodismo Cultural empezó a tomar forma. En un inicio esta rama estaba destinada a un reducido sector ilustrado de la sociedad, que estaba conformado por académicos, literatos, filósofos, artistas y demás personajes del mundo cultural.

Los artículos y columnas eran distribuidos en las páginas de periódicos como: *The Tatler*, *The Examiner*, *The Spectator* y *The Review*. Tiempo después se empezaron a agrupar en revistas y suplementos de diarios. Uno de los primeros y de los más importantes fue el *The Times Literacy Supplement* (TSL) perteneciente al rotativo inglés *The Times*. Aquí pulieron su técnica destacados escritores como T. Eliot, sir James Frazer, Marx Beermon, Virginia Woolf, entre otros.

Al TSL le siguió la célebre revista literaria *Nouvelle Revue Française*, que nació en 1908, con el objetivo de brindar un espacio a los nuevos escritores y las corrientes vanguardistas. En ella expusieron sus ideas autores como: André Gide, Alain Fournier, Marcel Proust, Martin du Gard, etcétera. En Londres se destacó la revista trimestral *The Criterion*, que fue dirigida por el ensayista estadounidense T. S. Elliot. Esta publicación se convirtió en una plataforma cultural europea, de carácter elitista, destinada para un reducido público ilustrado. Por otro lado, bajo la tutela del filósofo José Ortega y Gasset, se fundó en Madrid *La Revista de Occidente*, considerada como uno de los modelos del Periodismo

Cultural en español. Sus escritos se destacaron por demostrar una visión intelectual del periodismo. Aquí se difundía a manera de ensayos y artículos las ideas de Ortega y Gasset sobre la vida como un problema existencial. Entre sus colaboradores estuvieron miembros de la Generación del 27 como Federico García Lorca y Rafael Alberti, además escritores como Paul Valéry, Jean Cocteau, Marcell Proust, entre otros.

En lo que corresponde a América Latina, la presencia del Periodismo Cultural en el mundo de las letras se fue revelando a partir de los procesos independentistas que invadieron al continente entre los siglos XVII y XVIII. En este periodo sobresalen los diarios *La Gaceta*, *El Erudito* y el *Mercurio* de México, *La Gaceta y el Económico y Comercial* de Perú, el *Papel Periódico* de Cuba y las *Primicias de la Cultura de Quito* en Ecuador. Estos periódicos, de carácter iluminista, propiciaban el cultivo de las bellas artes y bellas letras. A la par se consolidaron publicaciones que tenían como finalidad denunciar las injusticias de la época. Entre ellos se encontraron: *El Mosaico* de Caracas, *La Moda* de Buenos Aires, *La Marmota* de Río de Janeiro, *El Renacimiento* de México, *El Comercio* de Lima, *El Tiempo* de Bogotá, *La Nación* de Buenos Aires, y otros. Estos periódicos significaron la base de lo que sería a fines del siglo XIX e inicios del XX, el surgimiento del Periodismo Cultural dentro de la región.

El semanario uruguayo *Marcha*, *La Biblioteca*, *Martín Fierro* y *Sur* de Argentina, la *Revista Azul* y *Cuadernos Americanos* de México, *Cosmópolis* de Venezuela, *Amauta* de Lima, *Revista de América* de Colombia, entre otros, fueron las publicaciones que trazaron una hoja de ruta para el resto de revistas y suplementos dedicados a abordar temas de cultura y ciencias humanas.

Sin embargo, según señala Ribera (1995) en su texto, México y Argentina fueron los lugares en donde más se registraron proyectos de la índole cultural. Por una parte, en el país azteca no se puede dejar de lado la labor de *Cuadernos Americanos*, una revista que alcanzó a llenar 300 hojas de ensayos y artículos sobre, literatura, ciencia, sociología, filosofía y economía. A más de la cantidad, sobresale la calidad de sus escritos, de los que fueron responsables importantes personajes de la cultura latinoamericana como Julio Cortázar, Alejo Carpentier, Alfonso Reyes, Octavio Paz, Emilio Uranga, y muchos otros. El eje transversal que guió a esta revista fue el “mantener conciencia del problema “americano” [...] y estimular la investigación real de lo propio”. (Ribera: 1995: 53)

Por otro lado, cabe reconocer el trabajo desarrollado en Argentina, nación, que es hito de actividad cultural en todo el continente. En los años treinta se publicaron las primeras “revistas literarias”, que en palabras de Ribera, son publicaciones de un grupo de intelectuales que buscan a través de ellas la discusión de sus mensajes libres de objetos comerciales y al margen del presupuesto oficial. (1995: 56). Sin embargo no todas estas publicaciones se dedicaron a tratar temáticas en torno al mundo de las letras, sino también abordaron disciplinas como la filosofía, la historia, las bellas artes, la arquitectura, la música, el urbanismo, la política, las ciencias sociales, la economía, el derecho y otros tópicos. A estas revistas Ribera las calificó como “revistas culturales” y dentro de esta división caben ejemplos como *Martín Fierro*, *Claridad*, *Nosotros*, *Sur*, *Gaceta Literaria*, *Síntesis* y *Realidad*.

A más de los temas antes descritos en estas plataformas se fueron construyendo corrientes de pensamiento, modas culturales, estéticas, ideologías. Además significaron un vehículo para que agrupaciones intelectuales difundan su posición frente a algún aspecto de la atmósfera cultural y sirvieron de espacio para que jóvenes talentos dieran a conocer sus trabajos, como fue el caso de Julio Cortázar con la célebre novela *Rayuela*.

En Ecuador, según relata José Villamarín, en la tesis de Santiago Rosero (2012), *La construcción mediática de representaciones sobre cultura. Sobre el periodismo cultural y su producción noticiosa*, a partir de 1881 se registraron las primeras manifestaciones de Periodismo Cultural en la *Revista Literaria*, la cual se editó en Quito bajo la dirección de Julio Arboleda e Ildefonso Díaz. Por ese tiempo también apareció *Átomo*, revista literaria de Ambato que salía cada quince días; asimismo se dieron a conocer revistas como: *El Ecuador Ilustrado* de Guayaquil, *El Progreso* de Cuenca, y *El Porvenir* de Quito. Entre 1895 y 1930 se registraron un importante grupo de revistas literarias que fueron muestra de la corriente modernista nacional. Algunas publicaciones de ese entonces eran *Letras*, *Apolo*, *Caricatura*, *Frivolidades* y *América*. En estas producciones aparecen colaboraciones de Arturo Borja, Ernesto Noboa Caamaño, Augusto Arias, Gonzalo Zaldumbide, Jorge Carrera Andrade y Francisco Guarderas.

Desde finales del siglo XIX y la mitad del siglo XX, según describe Rosero, se tuvo una importante producción de revistas dedicadas al Periodismo Cultural en el país, sin embargo a partir de la década de los 50, empezó el declive de este tipo de publicaciones y en

los 70, el número de revistas culturales y literarias editadas fue descendiendo. En los años 90 la situación no mejoró, pese a las manifestaciones culturales y artísticas que protagonizaban el ámbito local (2012: 44 - 45).

Pese a este árido panorama, en 1978 se fundó el Centro de Investigación de Cultura del Banco Central del Ecuador, como una prolongación de la labor del banco en este ámbito. En ese mismo año Simón Espinosa, quien formaba parte de esa institución, creó la revista *Cultura*, la cual dirigió hasta su número trece. En esta primera etapa, la publicación se caracterizó por su carácter académico y elitista. En su segundo momento, la revista se alejó de los ensayos y análisis literarios y acogió a los artículos periodísticos en los que no solo se abordaban temas de las bellas artes y las bellas letras, sino también se dio cabida a las expresiones de la cultura popular.

Actualmente el Periodismo Cultural en el país está limitado a las secciones de Cultura, Entretenimiento y Espectáculos de los diarios y noticieros radiales y televisivos. Aunque también se continúa desarrollando, según Santiago Rosero (2012) en revistas culturales como *El Búho* o *El Apuntador* y en *Revista Patrimonio* del sector público. De igual manera y en menor grado en los suplementos culturales de periódicos como *Cartón Piedra* y *Artes*, que son el objeto de estudio de esta disertación.

### **2.2.2. El ejercicio del Periodismo Cultural**

El Periodismo Cultural trabaja con hechos y realidades que están cargados de alto contenido simbólico. La cultura, por su heterogeneidad y la subjetividad que encierra, no puede ser tratada de la misma manera que los temas generados en la política, la economía o los deportes, pese a que también es un tópico de interés público. Es por eso, como señala Gustavo Abad, periodista e investigador de la comunicación, es importante que el periodista cultural distinga los ámbitos y contextos de su campo de acción (Abad, en Cruz y Rosero: 2012: 208)

El periodismo enfocado en la cultura se ha alimentado de hechos como las exposiciones de arte, las obras literarias, escénicas y pictóricas y se ha destacado a los autores célebres de siempre. No obstante, se ha dejado de lado, a los hechos generados desde la cultura popular y los temas alrededor de las políticas culturales. Para Abad, es necesario que tanto el medio de comunicación como profesional fijen un nuevo horizonte en cuanto a la

cobertura de lo cultural y además de lo mencionado alberguen a las corrientes de pensamiento, la memoria histórica, a las culturas urbanas y sus expresiones, a los marcos institucionales y legales que rodean a lo cultural y a las decisiones gubernamentales que afecten a esta área (Abad, en Cruz y Rosero: 2012: 217)

Por otro lado, aunque la información cultural siempre está presente en los medios impresos, su presencia es parcialmente ignorada, ya que es colocada en las últimas páginas del periódico. Francisco Rodríguez Pastoriza (2006) afirma que los hechos culturales generalmente son considerados por los diarios como *“noticias secundarias, en relación con la actualidad, política, los asuntos de economía, las informaciones sobre conflictos bélicos o de grandes catástrofes, y por tanto prescindibles”* (2006: 78). Únicamente hechos como, la muerte de un personaje célebre, o la concesión de premios como el Nobel, el Príncipe de Asturias, el Óscar o el Aurelio Espinosa Pólit, en nuestro país, son considerados como relevantes por los medios. Es por eso que la información cultural es dispuesta en la parte final de los rotativos y muchas veces combinada con información sobre farándula. Además es compendiada en secciones de una o dos páginas tituladas como: “Cultura”, “Espectáculos” o “Entretenimiento”.

En Ecuador, según indica la investigación realizada por Santiago Rosero (2012), la cultura no es un tema prioritario dentro de la agenda mediática, sin embargo, la poca información que se presenta refleja la situación del país en este ámbito, como la lucha por un espacio de los artistas nacionales, los nexos de los migrantes con la nación, a partir de muestras pictóricas, o la presencia de la diversidad cultural en obras de teatro o danza. Rosero también reveló que este tipo de noticias se encuentran distribuidas en el género de opinión y el interpretativo y que la investigación en esta área es prácticamente inexistente en el país. (2012: 204 - 205)

Por otro lado los temas culturales, no suelen tener la cualidad de actualidad o coyuntura, por el contrario habitan entre el pasado y el presente. El hecho cultural puede ser abordado desde diferentes ángulos. Por ejemplo, del lanzamiento de un libro, se puede hacer una noticia sobre el evento en sí, hacer una crítica o reseña sobre su contenido o una entrevista de perfil al autor. Todo esto puede publicarse varios días después del acontecimiento, sin que afecte al hecho mismo.

Debido a las limitaciones a las que se enfrenta y la heterogeneidad de su campo de trabajo, el Periodismo Cultural debe, para subsistir, afrontar una serie de retos como: el manejar una amplia gama de temas, para no encasillarse en secciones como “Espectáculos” o “Entretenimiento”; dar un tratamiento adecuado al hecho cultural, con el fin de que este no sea banalizado e identificar y categorizar adecuadamente los temas, para evitar dar ambigüedad, con relación a su contenido. Finalmente, como afirma Rodríguez Pastoriza, el periodista cultural debe “...proporcionar acceso al capital artístico a quienes no poseen los códigos, la formación intelectual y la sensibilidad necesarios para asimilarlo y convertirlo en gratificante”. (2006: 13 - 14) Para ello es necesario que profesional en esta área tenga la preparación académica adecuada, debido a la diversidad de temas que se generan en este sector de la realidad.

### **2.2.3. Difusión: la revista y el suplemento cultural**

En los medios escritos gran parte de la información sobre cultura es difundida en la sección “Cultura” o “Entretenimiento”, en donde se coloca notas sobre eventos, reseñas de obras o programas de televisión y la agenda para fin de semana. En esta unidad del periódico, no hay un tratamiento especializado, ni profundo sobre el hecho cultural, y generalmente las notas no van firmadas. Como señala Santiago Rosero (2012), los temas culturales se centran en lo masivo, por lo que se da una imagen sesgada al público de ese ámbito de la realidad.

Sin embargo, existen plataformas en las que sí se puede dar un seguimiento correcto a lo cultural. Según Ribera las revistas culturales y los suplementos son publicaciones especializadas en donde se puede encontrar variedad de temas sobre cultura, que giran en torno a un lineamiento propio, que está alejado de lo comercial y lo mediático. Así pues al estar alejadas de los cánones tradicionales del periodismo, estas publicaciones merecen un tratamiento diferente, ya que funcionan a partir de rutinas de trabajo alternativas, manejan un código de ética diferente. (1995: 40). De igual forma los suplementos y revistas están destinados a un público menos masivo (de acuerdo a su lineamiento) y trabajan temas de acuerdo a las necesidades de ese círculo.

A continuación se dará una definición de estas publicaciones especializadas:

### a) **Revista cultural**

Para Jorge Ribera (1995) la revista cultural es una publicación periódica en la que se abordan tópicos como: las bellas artes, la filosofía, la música, el urbanismo, las ciencias sociales, la política, la economía, el derecho, y otros.

Según el catedrático español, Antonio Checa Godoy (1993), en el texto *Historia de la prensa en Iberoamérica*, las revistas culturales, que nacieron entre la segunda y tercera década del siglo XX en América Latina, son publicaciones periódicas que no solo tratan tópicos literarios sino, una gran gama de temas relacionados con lo cultural, como la ciencia, la historia y la política.

También funcionan como difusoras de estéticas, ideologías y doctrinas de grupos intelectuales. La revista cultural refleja la realidad cultural de un país, de acuerdo a la visión de un colectivo. Como afirma Rodríguez Pastoriza *“significan una reflexión sobre el fenómeno de la cultura y sus manifestaciones... Al mismo tiempo recogen para la historia la trayectoria cultural de un país y de una sociedad en un momento determinado.”* (Rodríguez Pastoriza: 2006: 177)

María Villa (1998) afirma, en las páginas de Revista Latina de Comunicación Social de Tenerife, que las revistas culturales, antesala de los suplementos, tienen un campo específico y restringido de acción y diseñan su estrategia enunciativa de acuerdo a un “lector modelo”, es decir, actúan de acuerdo a un público selecto para quien escriben.

Estas publicaciones especializadas son elaboradas por un grupo de intelectuales, en donde rara vez incursionan periodistas, sin embargo, son la base del Periodismo Cultural, pues ofrecen pautas para el tratamiento especializado del fenómeno de la cultura.

### b) **Suplemento cultural**

Según define Villa el suplemento es:

*Una separata del cuerpo central (primera plana), que se integra y se excluye del propio medio. Se integra en formato, diagramación y circulación; y se aleja en la especificidad de sus contenidos. Es frecuente que el suplemento tenga su propio director y que dialogue [...] la propia línea editorial. (Villa: 1998)*

Villa señala que en los suplementos culturales muchas veces se evidencia el distanciamiento con la línea editorial del medio. Esta afirmación es respaldada por Francisco Rodríguez Pastoriza (2006) quien manifiesta que en ocasiones los suplementos suelen tener una línea completamente diferente a la del periódico. Sin embargo, como aclara Villa, la plataforma debe apegarse a las mismas estrategias comunicativas, ya que el periódico, al que pertenece es un producto con resonancias sociales y culturales, que puede llegar a las manos de cualquier público.

Dentro de los suplementos culturales, afirma Villa, hay una estrecha relación entre la intelectualidad y la academia universitaria, en donde el periodista, parecería no tener protagonismo. En estas publicaciones, las críticas, ensayos o crónicas suelen ser redactadas por gente involucrada en el mundo de las artes. En el caso de Cartón Piedra, como se analizará más adelante, la mayoría de textos ‘fuertes’ (ensayos, críticas) son redactados por académicos, historiadores, sociólogos o escritores, y las reseñas de obras o los recomendados son destinados a periodistas. Por esta razón Villa recomienda hacer una redefinición de su papel en los suplementos.

En este formato, el periodista cultural puede dar el manejo adecuado de la información, ya que cuenta con la libertad y las herramientas necesarias para transformar el hecho cultural y difundirlo de manera que llegué a un sector más amplio de la población y no solo al círculo intelectual.

#### **2.2.4. Géneros del Periodismo Cultural**

José Martínez Albertos, en su *Curso general de redacción periodística* definió a los géneros periodísticos como “*modalidades de la creación literaria relacionadas con la información de actualidad y destinadas a ser difundidas por la prensa escrita*” (1998: 217) Estas formas de redacción, sirven a los periodistas como una fórmula para dar un tratamiento específico a los hechos noticiosos, con el fin de que el lector o receptor los puedan asimilar.

Según la Teoría Normativa de los géneros periodísticos se ha clasificado a estas estrategias comunicativas en relación con la manera en que construyen el mensaje, quedando así los géneros: informativos, interpretativos y de opinión.

No obstante en el periodismo moderno esta categorización pierde, en parte su rigidez, ya que los distintos géneros tienden a combinarse entre sí; por ejemplo, como afirma Francisco Rodríguez Pastoriza “*hoy en día se puede encontrar noticias editorializantes, entrevistas reportajeadas, crónicas informe, entre otras mezclas*”. (2006: 104).

En lo que corresponde al Periodismo Cultural, el manejo de la información va más allá de lo informativo, pues se inserta de mejor manera en el campo de lo narrativo, sin que por eso deje de ser periodístico. Este cambio se debe a que su campo de acción está sujeto a múltiples interpretaciones, tanto del lado del medio de comunicación (empresa mediática), como del periodista (mediador entre la realidad y el público). Además como afirma Gustavo Abad porque este tipo de periodismo debe “*informar sobre productos simbólicos*” (Abad en Cruz y Rosero: 2012: 225). A parte de ello depende en gran medida del tratamiento que el medio, como empresa y grupo de poder y el periodista como mediador entre el público y la realidad, quieran dar al acontecimiento cultural.

De acuerdo a las clasificaciones que han hecho los investigadores Ribera (1995) y Rodríguez Pastoriza (2006), en lo cultural se viaja por las tres ramas de los géneros periodísticos (informativo, interpretativo y de opinión) a través de: la noticia, la crónica, la crítica, la reseña, el perfil, la entrevista, el reportaje, la necrología, la efeméride y la biografía.

**a) La noticia cultural:**

La noticia no es más que un suceso novedoso que acaba de producirse. Las cualidades que definen al hecho noticioso según Robert McLeish (1985) son “*nuevo, interesante y cierto*”. Para que ‘algo’ sea considerado dentro de esta categoría tienen que ver con la importancia de la cultura en la sociedad y también de lo que esto signifique tanto para el lector como para el periodista y el medio.

**b) La crónica:**

Es la narración de un acontecimiento real, de acuerdo a un orden temporal, desde la mirada del periodista, quien juzga lo narrado. Este formato suele usarse, según indica Ribera para homenajes, cenáculos, obras literarias, anécdotas y en general para plasmar “*episodios de la vida intelectual y artística*” (1995: 123). Los elementos esenciales del género son el color y

el espíritu, que el periodista - testigo puede aportar, mediante recursos narrativos al hecho cultural.

**c) La crítica:**

Para Ribera este es un género propio del periodismo cultural, ya que es una valorización especializada de una obra. Según el investigador argentino, este género no es para periodistas neófitos o que tratan todo tipo de temas, ya que se necesita de un conocimiento previo sobre lo que se va a juzgar. Es por eso que recomienda que sea realizado por expertos del medio (cineastas, dramaturgos, literatos, etc.) quienes brindarán al público, ajeno a la obra, un análisis interpretativo en el que determinarán su valor propio. Generalmente, este género suele ser presentado a manera de ensayo crítico, en suplementos o en revistas culturales.

**d) La reseña:**

Según Rodríguez Pastoriza (2006) la reseña expresa una idea resumida del contenido de una obra de arte o de un espectáculo. En este formato no se hace un análisis riguroso del hecho cultural, sino una descripción concisa, con el fin de que los lectores del medio de comunicación tengan una idea genérica de la calidad o los valores del objeto artístico o evento y puedan acceder al mismo con cierta fiabilidad.

**e) El perfil:**

Ribera (1995) define al perfil como “...la presentación rápida, esquemática e informativa de una figura literaria, artística o intelectual, sobre la que se desea informar a un público no especializado”. Básicamente se trata de introducir a los lectores a una figura pública, que tiene trascendencia en un momento dado.

**f) La entrevista:**

La entrevista es un diálogo entre el periodista y un personaje público, con el objetivo de conseguir información. Este género no solo permite conocer a una personalidad, sino también profundizar el conocimiento sobre un tema en particular. Depende de lo que el periodista quiera obtener mediante esta técnica.

En lo cultural, este encuentro se lleva a cabo con personalidades como escritores, músicos, pintores, actores, filósofos, académicos, etcétera, cuyas opiniones tienen un valor

para los lectores. Generalmente los medios suelen buscar figuras ya estereotipadas, que dicen el mismo discurso cada vez que son entrevistados. Ribera afirma que la prensa tiene dos tipos de entrevistados en este campo y son: el encantador y el huraño. El primero llamará la atención por su carisma y el segundo por su tinte de misterio.

Por ello según Ribera y Rodríguez Pastoriza, el periodista cultural debe prepararse, incluso más que el tradicional, debido a la complejidad, tanto de la personalidad del entrevistado, como de los temas a tratar, en los cuales suele rondar la subjetividad. De igual modo es importante que el entrevistador evite tanto la adulación, como la impertinencia, porque estos dos aspectos pueden provocar que el diálogo se interrumpa.

La clave para realizar una buena entrevista, según indica Ribera, es pensar en un buen cuestionario y el captar la atmósfera en la que se desarrolló el encuentro, como si se tratará de una obra literaria, pero dándole el toque periodístico, para que no se pierda el sentido de la misma.

**g) El reportaje:**

Este género corresponde a una narración periodística, elaborada con un estilo personal, que intenta explicar cómo han sucedido un conjunto de hechos actuales. Este formato, a diferencia de la noticia o la crónica, es más flexible, ya que permite al investigador jugar con el lenguaje y la estructura, con el fin de transmitir de la manera más idónea e interesante un acontecimiento. Dentro de lo cultural, este género permite al periodista presentar un suceso, de manera más creativa y atractiva, debido a la naturaleza misma del material con el que se trabaja.

Fundamentalmente, el reportaje profundiza en la información que debe tener un tratamiento noticioso. Dentro del cuerpo de este género se incluyen opiniones, afirmaciones y comentarios de los protagonistas de la noticia. Este recurso, en el Periodismo Cultural, suele ser un arma de doble filo, ya que podría opacar la presencia del periodista como narrador del suceso.

Por otro lado, para elaborar un reportaje cultural, a más de la preparación habitual, el periodista debe investigar profundamente el tema o el personaje de su trabajo, hasta llegar a conocerlo por completo. Asimismo debe tener claro cuál es el enfoque y los objetivos a

conseguir dentro de la investigación, para que la información que presente esté lejos de la ambigüedad. De igual manera, el profesional tiene que tomar en cuenta el espacio con el que cuenta para su publicación, los recursos, el público objetivo y la facilidad de acceso a las fuentes, antes de embarcarse a realizar el reportaje.

Uno de los elementos más importantes dentro del reportaje cultural, según Rodríguez Pastoriza (2006) es mantener un ritmo narrativo vivo, para lo cual el periodista debe experimentar con las formas y recursos que implementará en su relato, con el fin de mantener siempre atento al lector.

#### **h) La necrología:**

Se entiende a este género, a manera de obituario, que se hace a un personaje de la escena cultural que ha fallecido recientemente. A manera de elegía hace un recorrido breve por su vida, su trayectoria artística o profesional y un reconocimiento a sus obras más célebres, en especial a las que han ganado premios. En este formato se suelen incluir los homenajes que han realizado personas allegadas al difunto.

#### **i) La efeméride:**

Francisco Rodríguez define a este género como “*el pasado hecho presente*” (2006: 151). La efeméride se trata de una celebración de un episodio histórico, relacionado con la cultura de un país. Aquí se relatan los aspectos más relevantes de una fecha histórica y se recuerda a los lectores el porqué de la importancia del hecho. Para ello se hace investigación, que aporta nuevas versiones sobre el acontecimiento y además se cuenta con la colaboración de expertos como historiadores o sociólogos. Esta conmemoración suele estar dirigida por los poderes públicos.

#### **j) La biografía:**

La biografía es un repaso de los aspectos más trascendentales de la vida de un personaje, sea que esté vivo o fallecido. Se relatan sus orígenes, su formación, su carrera artística, aspectos de su personalidad, sus mejores obras, reconocimientos y los hechos actuales que le rodean. Para ello se toma en cuenta la opinión de expertos y personas cercanas. Para redactar una biografía completa es importante resaltar tanto la parte personal, emocional

con lo profesional del sujeto, y también agregar datos curiosos, que por lo general se desconocen, en especial en personajes ícono.

**k) El ensayo:**

Aunque este es un género más bien en lo académico, es frecuentemente empleado en el periodismo cultural, para expresar una visión crítica sobre un tema relevante de la realidad. Como explica Ribera (1995) son análisis de los temas, fenómenos o procesos culturales, que difieren del carácter informativo y descriptivo de los formatos del periodismo tradicional. En este género se interpreta las claves o el sentido mismo del hecho cultural.

### **2.2.5. Las Fuentes del Periodismo Cultural**

Las fuentes informativas, según López (1995), se definen como *“un canal –persona o institución- que nos proporciona datos sustanciales o complementarios –al ser testigo directo o indirecto- para poder confeccionar noticias, reportajes, crónicas e informes”* (31). Dentro de lo cultural, como señala Rodríguez Pastoriza (2006), quienes proporcionan la información son las industrias culturales y las instituciones públicas y privadas.

En el caso de las primeras, tienen que ver con las disqueras, editoriales, productoras de cine, galerías de arte, entre otras. Estas se han colocado como fuentes prioritarias, a plazo fijo, del Periodismo Cultural. En lo que respecta a las entidades públicas aquí se incluyen los ministerios, museos nacionales, centros de arte, etc., y a las privadas están fundaciones, salas de exposiciones y demás. Estas fuentes proporcionan a los periodistas una lista abultada de eventos, como festivales o estrenos de obras, lo cual facilita la construcción de la agenda mediática. Además en el caso de la industria cultural los mismos artistas (productores de objetos culturales) están disponibles en caso de que se quiera hacer entrevistas (Rodríguez Pastoriza: 2006: 91 - 92).

Ahora bien, dentro del Periodismo Cultural, como describe Rodríguez Pastoriza, se manejan las siguientes fuentes:

**Fuentes literarias de producción propia:** Se refiere a los textos (inéditos) redactados por el equipo de la sección de cultura o por los especialistas con los que cuenta el medio.

**Fuentes literarias de producción ajena:** Tienen que ver con las redactadas por las agencias de noticias, por otros medios de comunicación o los libros. Este tipo de fuentes son las que más suelen usar los periodistas.

**Corresponsales:** Se trata de periodistas, pertenecientes a la organización mediática, que residen en localidades diferentes y se encargan de enviar la información más relevante que allí se genere.

**Expertos:** Son quienes conocen a profundidad determinado tema y son solicitados por los periodistas para sustentar científicamente, una información. En lo cultural los especialistas suelen hacer las críticas de las obras de arte o tienen una columna en donde opinan sobre un hecho en particular.

**Freelancers:** Son periodistas independientes que elaboran productos comunicativos, por encargo de un medio de comunicación. Estos contienen información exclusiva.

**Otros medios de comunicación:** Las noticias que producen a diario la prensa, radio y televisión sirven como fuente de último minuto para el medio, cuando no posee la suficiente información sobre un hecho.

**Instituciones o fuentes oficiales:** Como se señaló en líneas anteriores, tanto las entidades privadas como públicas son las fuentes preferidas por el Periodismo Cultural, pese a que sus intereses no siempre coincidan con las necesidades informativas tanto del medio como del público. Debido a los altos costos que implican las actividades culturales, las instituciones públicas son principales gestoras de este tipo de eventos, por ende, se convierten en fuentes esenciales al momento de investigar dentro de lo cultural. Como señala Rodríguez Pastoriza *“el Estado es en la actualidad uno de los referentes dominantes de la actividad cultural de un país [...] y por tanto una de las fuentes que proporcionan incesantemente información a los medios acerca de sus actividades e iniciativas.”* (2006: 101)

**Boletines:** Estos son publicaciones de circulación reducida, dirigidas a empresas informativas o personalidades importantes. Su contenido es exclusivo e informan sobre acontecimientos a los que no todos tienen acceso.

**Internet:** Hoy en día es una de las fuentes más relevantes para los periodistas debido a la rapidez y la facilidad que brinda al acceder a una información. Sin embargo es un arma de doble filo, porque no todos los datos que están allí son verídicos.

**Documentación escrita:** Tiene que ver con todos los documentos, bases de datos, dietarios y boletines de prensa, con los que cuenta la entidad mediática. Debido a que el 90% de la información cultural es previsible, esta significa una de las fuentes más útiles para el periodista cultural (Rodríguez Pastoriza: 2006: 93 -98).

## **CAPÍTULO III**

# **ANÁLISIS DE LA CONSTRUCCIÓN DEL MENSAJE CULTURAL EN CARTÓN PIEDRA Y ARTES A PARTIR DE LA TEORÍA DE LA MEDIACIÓN**

### **3.1. Perfil de los medios**

#### **El Telégrafo:**

Es un diario de circulación matutina, que fue fundado en 1884 por Juan Murrillo Miró, en Guayaquil. En el 2008 pasó a manos del Estado, bajo la figura de medio público. Cuenta con sedes en Quito, Cuenca y Ambato y es impreso en Editogran, la imprenta del Estado.

El Telégrafo lleva su nombre, debido a que el invento, era uno de los principales medios de comunicación de la época en el Ecuador. En sus páginas se denunciaron abusos de poder y actos de corrupción de los distintos gobiernos, razón por la que muchos de sus directivos y colaboradores fueron perseguidos y exiliados. A principios del siglo XX el diario se mudó al edificio ubicado en las calles Diez de Agosto y Boyacá, que actualmente, es considerado como patrimonio histórico.

En el feriado bancario de 1999, El Telégrafo pertenecía al banquero Fernando Aspiazú, quien lo utilizó para defenderse de los cargos de peculado y estafa, por los que fue condenado. Después pasó a manos de familiares del empresario y finalmente fue incautado por el Estado. Pasó de ser un periódico privado, a ser parte de la política comunicacional del gobierno de la Revolución Ciudadana.

En cuanto a la estructura del medio, está encabezado por Orlando Pérez, periodista y escritor. El diario cuenta con las secciones de Actualidad, Política, Economía, Opinión, Judicial, Deportes, Cultura, Sociedad, Regionales, Mundo, Ciencia y Tecnología y Entretenimiento. Los lunes publica el suplemento de información económica MasQMenos y los domingos el suplemento cultural Cartón Piedra.

### **Diario La Hora:**

Es un rotativo fundado en 1982 por Galo Martínez Merchán, propietario de la editora Gráficos Nacionales y de los medios impresos Extra y Expreso. Actualmente pertenece al grupo de la Editorial Minotauro y es dirigido por Nicolás Kigman.

La Hora se caracteriza por dar importancia a la información local que se produce en las regiones del país. El medio publica ediciones en Pichincha, Carchi, Chimborazo, Cotopaxi, El Oro, Esmeraldas, Imbabura, Loja, Los Ríos, Manabí, Pastaza, Santa Elena, Santo Domingo de los Tsáchilas, Tungurahua y Zamora Chinchipe. Además emite revistas y suplementos acerca del turismo en el país, la cultura y los centros universitarios.

Desde el inicio, el periódico se separó de los cánones tradicionales que regían la forma de hacer noticias en el país, los que concentraban la atención de la opinión pública hacia ciertos sectores de la sociedad y de la política. Para ello estableció nuevas formas de hacer periodismo, entre las que se incluía la diversificación de la información. Por esa razón se crearon ediciones del medio en varias zonas del país.

Cuando el diario pasó a manos de los empresarios José Tobar y Tobar, Álvaro Pérez Intriago, Julio Ponce Arteta, Jorge Endara y Francisco Vivanco, directivos de la Editorial Minotauro, la empresa mediática inició una transformación. Uno de los cambios que se incorporaron fue traspasar la información del formato impreso al digital, en donde pudieron llegar a más lectores.

La Hora, que se difunde en formato tabloide, en su edición nacional cuenta con las secciones: Ciudad, Opinión, En Vela, Gente, País, Justicia, Efectivo, Global, Sociedad, Cronos (deportes), Cultura, Policial y de Espectáculos. Además ofrece al público revistas como: Judicial y Ecuador Debate y suplementos como Luces, que habla del mundo del espectáculo y Artes que trata temas culturales.

#### **3.1.1. Línea Editorial de los medios:**

Los relatos que los medios transmiten son construidos con base en una forma de ver el mundo. A esto se conoce como la línea editorial, un conjunto de valores y criterios que determinan qué acontecimientos, puntos de vista y personajes se incluirán en la agenda

informativa. Además identifica al medio y a sus rutinas de trabajo. Generalmente la línea editorial está matizada con los intereses ideológicos, políticos y económicos de los grupos de poder que dirigen la empresa mediática.

La visión del medio sobre la realidad se refleja en el editorial (posición de sus directivos frente a un hecho actual) y en su sección de opinión, en la que se colocan artículos y columnas de personajes públicos que comparten la perspectiva de la institución informativa. De igual forma se manifiesta en la jerarquización, estilo y puntos de vista que poseen las notas periodísticas. Usualmente la línea editorial es más visible en las informaciones relacionadas con la escena política.

En lo cultural, campo en donde reina lo simbólico, la línea editorial se devela en la valoración que se da a los objetos de arte. Según Santiago Rosero la línea editorial delimita la valoración estética como un criterio de noticiabilidad, el cual *“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...”* (2012: 82). De esta manera si el medio tiene un lineamiento conservador, se colocará en las páginas de Cultura solo los productos correspondientes a la alta cultura, los cuales serán tratados de una manera elevada.

Por medio del juicio que el medio tenga sobre el arte se determinan las rutinas productivas de los periodistas, y también su propia concepción del mundo de las artes. Así se construye un sistema de apreciación, distinción y producción de lo cultural, en donde se privilegiará a los hechos, obras y personajes que el medio legitime, el cual se plasmará en el temario y en los productos comunicativos. Con relación a ello, en los medios suelen dar importancia a aquellas obras o artistas ‘consagrados’, del ámbito cultural, con lo cual, además de formar estereotipos, dejan de lado a los nuevos creadores y a las formas artísticas que provienen de otras fuentes.

La línea editorial matiza también la imagen que los públicos tienen de la cultura, por medio de modelos de representación y estereotipos. En lo cultural es más sencillo manipular la opinión pública, ya que no se juega con los intereses de los grupos sociales y políticos, sino con el gusto de los receptores, a través de la presentación de lo que se debe ver. Así los

medios, vistos en este caso como Industrias Culturales (Adorno), configuran el gusto y los hábitos de consumo cultural.

En síntesis, la línea ideológica de los medios, que demuestra la manera en la que los grupos de poder perciben los acontecimientos, incide en la valorización que se da a los productos culturales, lo cual incide en las rutinas de trabajo y en la percepción que los públicos creen acerca de este campo de la realidad.

A continuación se describirá la línea editorial de los medios El Telégrafo y La Hora a los cuales pertenecen los suplementos que se van a analizar.

### **El Telégrafo:**

El Telégrafo es concebido como el primer diario público del Ecuador, desde que fue incautado. Por consiguiente su línea editorial está orientada hacia los intereses de los diversos sectores que componen la sociedad. Sin embargo debido a que el diario se maneja desde el Gobierno, pese a tener la figura de medio público, el lineamiento suele matizarse con los intereses del régimen de Rafael Correa.

En este sentido se destacan informaciones referentes a los aciertos del primer mandatario y el resto de su administración. Igualmente, en su sección de opinión se cuenta con personalidades que son afines a la Revolución Ciudadana. Con relación a lo ideológico el periódico transita entre lo público y lo pluralista y la filosofía del mandato de Correa. En lo que respecta al tratamiento de la información, tiende a beneficiar a los actores pertenecientes al oficialismo y a criticar a los de la oposición.

### **Diario La Hora:**

Este medio de comunicación trabaja desde una línea editorial que está influenciada por los intereses del grupo Vivanco, propietario de la Editorial Minotauro, por tanto se maneja la información a partir de la perspectiva de lo privado. A más de ello, se destacan los acontecimientos locales, ya que esa ha sido la dinámica de la empresa informativa, desde su fundación. En que concierne a lo ideológico, el medio representa los intereses de los grupos de centro derecha. Además es considerado como un medio de oposición, ya que en las notas que

publica, se destacan a detractores del actual régimen y se critica, de manera sutil, las acciones del Gobierno.

### **3.2. Estructura de los suplementos Cartón Piedra y Artes**

Para el análisis de contenido de los suplementos se tomó como muestra cuatro ejemplares correspondientes al mes de octubre, periodo en el que se llevó a cabo el trabajo de campo de esta investigación. De los suplementos seleccionados se estudiaron 26 notas de Cartón Piedra y 14 de Artes, que fueron las que se publicaron durante el periodo de análisis de esta disertación. Cabe mencionar que la extensión de los suplementos es diferente, de ahí que el número de notas estudiadas no sea igual.

Se dejaron de lado las columnas fijas que posee cada publicación, ya que no encajan dentro de lo periodístico, pues son aportes de expertos en el área cultural, independientes a cualquier dinámica profesional.

En las líneas siguientes se presentarán los datos obtenidos del tiempo de observación.

#### **Cartón Piedra:**

Es un suplemento cultural, de emisión dominical, que nació en 2011, con el auspicio del Ministerio de Cultura. En esta publicación se abordan las expresiones que nacen desde los diferentes ámbitos de la cultura y el arte, los personajes importantes de la escena cultural universal, las políticas culturales y los eventos generados por instituciones públicas y privadas. Según Fausto Rivera, editor de la publicación, es: *“ese punto de fuga para desbordarse en más páginas”*.

El suplemento se maneja bajo una línea editorial diversa e inclusiva, a través del manejo de un concepto ampliado de cultura en el que, como explica Rivera, *“se logren condensar todo lo que está pasando en ese entramado social y simbólico, que está fuera de las lógicas superficiales de la vida.”* (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013).

En cuanto a lo ideológico, según Rivera, no hay ningún acercamiento a posturas políticas, ni vinculación a entidades, aunque señala que tienen relación con el Ministerio de Cultura, organización con la que comparte el manejo de un concepto pluralista de lo cultural.

A más de ello, esta cartera de Estado patrocinó, durante sus inicios, al suplemento y es un importante gestor cultural. Respecto a eso, Rivera afirma que:

*La política pública se ha hecho cargo de la cultura, lo cual es una deuda bastante fuerte, ya que el suplemento pertenece a un medio público. Antes el ministerio auspiciaba el Cartón, con publicidad. Ahora no lo hace, solo de vez en cuando, pero nunca a partir de una definición de líneas solo a partir de cobertura de eventos. En Cartón Piedra se hace un equilibrio entre lo público y lo privado. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013).*

En lo referente a la estructura, la publicación posee alrededor de treinta páginas, en las que se combina el texto, con la fotografía y la ilustración. Además cuenta con las secciones:

**Editorial:** en donde se hace un breve análisis de los sucesos de actualidad mirados desde lo cultural. En este espacio se visualiza la línea editorial del suplemento, la cual tiende a privilegiar a los eventos y personajes relacionados con el Ministerio de Cultura.

**Columna de noticias:** aquí se colocan noticias breves sobre los eventos culturales más recientes y se cita una frase célebre de personalidades del campo cultural.

**Entrevista:** como su nombre lo indica, en esta sección se ubican las entrevistas (presentadas bajo el formato de pregunta – respuesta o a manera de relato) hechas a escritores, artistas y demás protagonistas de lo cultural.

**Perfil:** en este espacio se presentan biografías o perfiles de personajes reconocidos del mundo de las artes (sean actuales o personajes ya fallecidos).

**Reseña:** aquí se ubican los comentarios y las reseñas que los especialistas pertenecientes al medio escriben sobre obras de arte.

**Creación:** en este espacio se presentan y se analizan las obras y técnicas de artistas ecuatorianos.

**Especial:** este segmento es uno de los más importantes pues es el que acoge al tema central de la emisión, que ocupa la portada del suplemento.

**Agenda:** en esta sección se disponen todos los eventos a realizarse en el transcurso de la semana, de acuerdo al día.

Cabe mencionar que las secciones no son fijas, pues cambian, se omiten, o se añaden otras de acuerdo al material que posea el medio, el cual muchas veces proviene de los

colaboradores que participan en cada edición y de lo que se vaya dando en el marco del acontecer cultural. Así se suelen incorporar pestañas de acuerdo con las reseñas, artículos, crónicas o ensayos sobre determinado evento u obra artística.

Aparte de las secciones descritas, Cartón Piedra posee columnas en las que escritores y especialistas expresan sus opiniones. Entre las más recurrentes están *El alero de las palomas sucias* del escritor ecuatoriano Huilo Ruales, en los que se hacen reflexiones de acontecimientos, tendencias y personalidades de lo cultural, a manera de un relato; *De las palabras a los hechos*, de la lexicóloga María del Pilar Cobo, que consiste en apuntes de gramática y ortografía y *Vagón 204* de la escritora Carla Badillo, en donde se publican pequeñas narraciones.

### **Artes:**

Este es el suplemento cultural que circula todos los domingos con La Hora, desde hace 15 años. La publicación se caracteriza por dar cobertura a los acontecimientos locales, que tienen que ver con exposiciones de arte, festivales, encuentros artísticos, lanzamientos de obras y demás eventos y así como con a los personajes que se han destacado en este ámbito. De igual forma se acoge a aquellos productos y sucesos generados desde las Industrias Culturales.

En lo relacionado con la línea editorial, según el editor del suplemento, Agustín Garcells, está definida de acuerdo con la línea que posee Diario La Hora, debido a que la publicación pertenece a ese medio ya que comparte equipo de trabajo con el periódico. En ese sentido en Artes se trata de privilegiar los hechos más trascendentes y que fijan pautas dentro del escenario cultural nacional, pero principalmente lo que se da en Quito (debido a que el diario centra su atención en lo local). Por ese motivo también se da cobertura a los acontecimientos generados por grupos y lugares emblemáticos de la capital y en las instituciones con las que el medio tenga relación (como El Teatro del CCI, que es cliente de la empresa mediática).

Aunque el editor ratifica que a pesar de esa influencia, el proceso de construcción del contenido no es manipulado. “*El dueño del periódico (Francisco Vivanco), a veces nos da*

*unas sugerencias, pero él no traza la línea temática. La línea la traza el editor del área de Cultura” (Garcells. A, entrevista, 11 de noviembre del 2013).*

En cuanto al enfoque que se le da a la información, Garcells señala que se trata de adaptar lo cultural para la comprensión de un público de nivel socioeconómico y educativo medio, no especializado, ni erudito, ya que ese es el sector de la población a la que se dirige la publicación.

En lo que corresponde a la estructura, el suplemento cuenta con ocho páginas, en las que se hallan las secciones:

**Protagonista:** en este espacio se da el perfil de personajes que han tenido trascendencia en la escena cultural nacional.

**Memoria:** en este segmento se tratan hechos o personajes históricos que han tenido trascendencia para la cultura del país.

**Biblioteca:** aquí se hacen reseñas y comentarios de libros. La sección cuenta con los apartados de **Vitrina de libros**, en donde se destacan las obras literarias recomendadas por el suplemento y **Los más vendidos**, un listado en el que se hallan los libros más consumidos tanto dentro del Ecuador, como en países como Argentina, Colombia, España y México.

**El Librero:** esta es una columna en la que se hacen comentarios y reseñas de libros a cargo del escritor ecuatoriano Edgar Freire Rubio.

**Galería:** en esta sección se habla de las exposiciones de arte pictórico o plástico más importantes que se presentaron durante la semana o el mes.

**Bambalinas:** en este segmento se hace crítica y comentario de filmes extranjeros y nacionales. Además en el espacio **Recomendados** el suplemento sugiere películas, documentales y composiciones musicales que han salido recientemente al mercado o están en exhibición.

El suplemento también cuenta con secciones ocasionales, “Diálogo” en el que se colocan entrevistas a exponentes culturales, “Dardos” en donde se ubican noticias internacionales, tomadas de agencias de prensa. Además suelen incluirse secciones como

“Promotores” en las que se hacen reportajes sobre grupos que están haciendo gestión cultural, “Sílabas” escrita por María Helena Barrera.

### **3.2.1. Agenda Temática**

En el periodismo cultural las agendas se construyen con base en aquellos sucesos que marcan pautas dentro del campo de lo simbólico, que definen nuevas formas de expresión o que son referentes o modelos dentro de lo artístico. Según Jorge Ribera (1995), la gama de temas e incumbencias de esta área especializada es variada y heterogénea, ya que así lo demanda el campo de trabajo.

En el caso de Artes y Cartón Piedra la agenda cumple con esta premisa, ya que se construye en base a la inclusión y la profundización del material que no tienen apertura en los periódicos a los que pertenecen, con el fin de presentar al lector un amplio abanico de opciones para el consumo cultural. Con esta herramienta los medios, soterradamente, imponen marcos de referencia acerca de lo que se debe consumir.

En este sentido para Ribera *“la amplitud o restricción del concepto de cultura al que adhiera una publicación limitará o expandirá considerablemente su campo de intereses y consecuentemente las posibilidades de elección temática de sus colaboradores”* (1995: 28) Como consecuencia se priorizará solo aquello que el medio legitime.

### **Cartón Piedra: construcción de la agenda en base a la calidad y a la diversidad**

La agenda informativa de Cartón Piedra se caracteriza por incluir una gama diversa y amplia de tópicos que van desde las artes consideradas clásicas como la literatura, la música, el teatro, la danza, etcétera y las corrientes artísticas modernas como el cine, la fotografía, el diseño y la arquitectura. Además en el suplemento abordan temas que bordean la política en lo referente a la gestión cultural que se da desde las instituciones públicas. También se acogen los tópicos considerados como polémicos o tabúes, ya que lo que se intenta es dar espacio a todo tipo de discursos. La publicación, además, trata de contener todo lo que sucede en la escena cultural, tanto nacional como extranjera.

Aparte, se incluyen los tópicos de acuerdo con la coyuntura. Según Fausto Rivera, el suplemento no puede dejar pasar los acontecimientos que se desarrollan el marco de la

actualidad, ya que se cuenta con todas las herramientas para hacer un trabajo de cobertura. Para conseguirlo Cartón Piedra se sujeta a las agendas culturales, armadas por las instituciones, porque de esa manera pueden anticiparse a lo que va a pasar y determinar el tratamiento que se le dará al hecho.

A los acontecimientos actuales, el medio les da un tratamiento desde lo interpretativo, más que lo informativo. Además se toman en cuenta las fechas importantes como los aniversarios, conmemoraciones, celebraciones, a las que se trata de dar una significación diferente. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013). Como referencia de esto, en el ejemplar del 6 de octubre del 2013 se hizo un homenaje a la creación literaria de Guayaquil, con relación a la celebración de los 193 años de independencia de la ciudad.

A más del marco temporal, los temas son escogidos en Cartón Piedra en base al interés del equipo editorial. En este aspecto, señala Rivera que: “*Se acogen todos los temas, sin discriminar. Se colocan tanto los temas suaves, como los rígidos. Se tiene presente una visión amplia de la cultura, en el sentido en el que no se deja de lado ningún tópico o tendencia*”. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013).

Más allá de estos parámetros, Cartón Piedra coloca en su agenda material que envían sus colaboradores, que no siempre tienen coherencia con el criterio de actualidad y con el enfoque de la edición del suplemento, pero son incluidos por su calidad, parámetro que es tomando en cuenta al momento de seleccionar la información y es, según Rivera, lo que destaca a la publicación de las demás.

De acuerdo con el análisis de los cuatro ejemplares de Cartón Piedra se determinó que los temas o ámbitos de abordaje recurrentes de la publicación estuvieron relacionados con la literatura (críticas de obras, perfiles y entrevistas a escritores), artes plásticas, música independiente, cine y documental, memoria histórica y literaria y el lenguaje (en lo que tiene que ver con las traducciones).

Además se privilegió a los personajes y temas que se abordaron en la Feria del Libro Arte y Erotismo de Guayaquil, ya que se colocaron entrevistas a: Almudena Grandes y Luis García Montero, participantes del evento y en la sección Especial se hicieron análisis de los libros (antologías) *Cuerpo adentro: Historias desde el clóset* y *La astillada sombra de*

*Sodoma*, los cuales fueron lanzados en el evento. La redacción de los textos estuvo a cargo de Luis Carlos Mussó y Raúl Serrano Sánchez, respectivamente, quienes fueron los compiladores de las obras mencionadas.

Cabe añadir que cada emisión del suplemento se erige bajo una línea temática específica, que, generalmente, concuerda con un hecho coyuntural y es expresada en el Editorial. Durante las cuatro semanas de observación, los tópicos abordados por el suplemento fueron: la evolución de la actividad cultural en Guayaquil, que coincidió con el aniversario de la independencia de la ciudad y el Día del pasillo ecuatoriano; el cuerpo, visto por la literatura, como símbolo erótico, que tuvo concordancia con la realización de la Feria del Libro Arte y Erotismo en Guayaquil ( llevada a cabo del 10 al 15 de octubre, por parte del Ministerio de Cultura); el cuento como eje central de la narrativa y la vinculación de Ecuador con España. También se incluyeron, tópicos que coincidieron con el nombramiento de Alice Munro como ganadora del Premio Nobel de Literatura por su labor en el género del cuento y con la publicación del libro *Ecuador y la Guerra Civil Española* de Niall Binns y finalmente el lenguaje, visto desde lo académico, lo que se relacionó con la celebración de la sexta edición del Congreso de la Lengua Española.

Si bien existe una línea temática que guía el contenido, dentro del suplemento se hallan textos que abordan otro tipo de situaciones; como es el caso de las columnas de Huilo Ruales, María del Pilar Cobo y Carla Badillo. Por otro lado la publicación está abierta a esos tópicos que incomodan como la sexualidad, el campo de las ciencias políticas, la filosofía, lucha de género, la representación del cuerpo, la homosexualidad, etc. *“Aunque sabemos que a mucha gente no le va a gustar es necesario incluir esos temas, porque se están dando en la literatura, las artes visuales y otros escenarios”*, recalca Rivera. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013).

En ese sentido se puede destacar la diversidad y la flexibilidad con la que trabaja Cartón Piedra. Sin embargo esa apertura es contrastada con la rigidez que tienen ciertos tópicos, los cuales responden al interés o al gusto de un público académico. Según Rivera la intención de colocar este tipo de material es *“...acostumbrar a los públicos a asimilar los hechos culturales como son y retándolos a que investiguen y se interesen por la cultura”*. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013).

En síntesis la agenda temática de Cartón Piedra incluye todo lo que se genera desde el ámbito cultural, con el fin de dar voz y abrir un espacio para aquellos temas que no son abordados dentro de los medios de comunicación. El fin es consolidar una visión, en palabras de Rivera “pluralista” de la cultura, para lograr captar el interés de un público heterogéneo. Aparte de se escogen los acontecimientos de acuerdo con los criterios de actualidad, novedad, enfoque, imagen, disponibilidad, conflictividad y con relación a la imagen que el medio tiene del público.

- **Cartón Piedra: agenda diversa pensada para un público de élite**

La agenda temática de Cartón Piedra está pensada para un público elitista, aunque el editor señala que está abierta para cualquier tipo de lector, ya que privilegia temas de los ámbitos de la literatura, la historia, la filosofía, lo artístico y lo lingüístico. Según Jorge Ribera (1995) estos tópicos corresponden a una visión culta de la cultura que calza con los gustos de la élite, la cual, dice, está conformada por profesores, universitarios, académicos, escritores, artistas, periodistas, políticos y altos funcionarios. Es así que esta forma multidisciplinaria con la que se maneja Cartón Piedra si bien está concebida para incluir a todos los públicos, más bien tiene que ver con una decisión de carácter económico, ya que se busca llegar a públicos masivos y con ello aumentar la venta de ejemplares. Sin embargo por la forma de abordaje de los temas (lenguaje sobre todo) se llega a los receptores con un mayor capital simbólico y cultural, que económico.

- **Artes: construcción de la agenda con base en lo legitimado**

En la otra cara de la moneda está el suplemento Artes, cuya agenda temática se consolida en base a lo que el equipo editorial considere como trascendente dentro del mundo cultural. El editor Agustín Garcells afirma que se intenta manejar temas de todo tipo, tanto lo que se genera en los campos de la literatura, la danza, la música, las artes plásticas. Además se trata de incluir crónicas de viaje y memoria histórica, ya que eso también entra en el heterogéneo ámbito de la cultura.

Si bien en Artes hay una noción abarcadora de todo lo que sucede en lo cultural y artístico, se tiende a privilegiar a los personajes, lugares y obras emblemáticas, porque son las que marcan pautas y modelos dentro de este campo. Por ejemplo, según el editor, hay espacios

como el Teatro Malayerba, la Asociación Humbolt, la Casa de la Cultura Ecuatoriana o El Teatro del CCI, que son importantes porque tienen buenas propuestas. (Garcells. A, entrevista, 11 de noviembre del 2013). Además se toma en cuenta a personajes icono del mundo de las artes, como Juana Guarderas, de quien se destacó su obra *La Venadita*, presentada en el Patio de Comedias a través de una reseña que fue publicada en la edición del 13 de octubre del 2013.

A más de ello, Artes trata de incluir en su agenda los temas de acuerdo a su periodicidad, es decir se incluyen los acontecimientos más relevantes que se produjeron durante la semana de la edición. A estos acontecimientos se les intenta dar profundidad, con el fin de que trasciendan a lo informativo. En este aspecto, durante el tiempo de análisis se pudo observar que se dio cobertura a eventos como el encuentro Quito, Ciudad de Letras, organizado por Editorial El Conejo y a la celebración de la Independencia de Guayaquil.

Aparte de lo coyuntural y lo emblemático, la agenda temática del suplemento incluye el material que envían sus colaboradores (que contribuyen desde hace varios años con la publicación), ya que sus propuestas tienen la cualidad de trascendencia y además porque existe una especie de tradición en publicar lo que ellos escriben.

Por otro lado, como Artes pertenece a Diario La Hora, el cual posee ediciones en otras provincias del país, se trata de incluir aquellos sucesos que se generan en los lugares a donde llega el periódico. Esto se evidenció en la emisión del 6 de octubre en la que se publicó una reseña de la historia de la Textilera Imbabura. Según Garcells, en años anteriores se publicaba información proveniente de Loja, escena musical importante del Ecuador, pero con el pasar del tiempo han dejado de recibir datos de la ciudad.

Durante las cuatro semanas de observación se pudieron determinar que los temas más frecuentes en Artes tienen que ver con los ámbitos de: la literatura (perfiles y entrevistas a escritores reconocidos), las artes escénicas (teatro y danza) y las artes plásticas y pictóricas (pintura y fotografía). Los tópicos sobre cine, memoria histórica y crítica de libros están siempre presentes en el suplemento, pero es en las columnas fijas de los colaboradores, en donde se les da un tratamiento desde la especialización, y no desde lo periodístico.

Frente a todo ello, se puede decir que la agenda temática de Artes se construye en base a lo que el grupo editorial, representado por el área de cultura, consideran como relevante. El sentido de importancia que se le da a lo cultural tiene que ver con las obras, espacios y personajes consagrados, lo cual responde a criterios o valores noticia de calidad, novedad, accesibilidad, proximidad, empresa (tiene que ver con lo que le interesa al grupo Vivanco) y actualidad. De igual manera se incluyen las obras que provienen desde instituciones privadas y a lo generado desde lo local.

- **Artes: consolidación de la agenda para un público masivo**

Artes tiende a plantear la agenda de acuerdo a los intereses de un público de nivel medio, por eso, según Ribera (1995) se ofertan temas que intentan aproximarse a los de la cultura superior. Es por este motivo que en Artes se aborda lo relacionado con: la cultura clásica y de vanguardia, los hechos culturales actuales, la literatura soft y/o marginal, las fechas cívicas, reseñas de obras y las Industrias Culturales. Así se proporciona al lector aquello que vale la pena, según el medio, bajo formatos que le permitan comprender el hecho cultural.

La agenda de Artes no está pensada para un grupo de lectores especializados, sino para los receptores que leen La Hora. Es por eso que se incluyen tópicos de modelos representativos de la cultura, que no sean ‘difíciles’ de asimilar, con el fin de que quienes accedan al suplemento puedan tener una vaga idea de los productos y personajes importantes (para el diario) y consuman lo que ellos producen.

### **3.2.2. Rutinas de producción y equipo de trabajo**

Los procesos de selección, tratamiento y difusión de la información dentro del periodismo cultural se caracterizan por ser menos complejos que los que se manejan en el ejercicio profesional tradicional, ya que la información de este campo es previsible, requiere de un tratamiento especializado y está alejada de la presión de la inmediatez. Además, la información suele ser abordada por especialistas en el tema, quienes, generalmente, no están familiarizados con las rutinas productivas de los medios de comunicación.

En lo que respecta a los suplementos culturales, las rutinas se establecen de manera independiente a las que tiene el medio al que pertenecen, ya que estas publicaciones trabajan

sin la presión que exige la labor periodística del día a día, puesto que circulan una vez por semana. Debido a ello se planifican las actividades con antelación, se seleccionan cuidadosamente los temas, se da un tratamiento más profundo al contenido y se lo transmite en formatos que permiten al lector conocer más a fondo el hecho cultural. En las líneas siguientes se describirán las tres fases de la construcción de la información planteadas por Mauro Wolf (1987) que se dan en cada una de las publicaciones y cuál es el equipo de trabajo que construye la información.

### **Cartón Piedra:**

En Cartón Piedra el abordaje de los acontecimientos culturales se da en base a dos ejes: la planificación semanal de temas coyunturales a través de las agendas de instituciones de gestión cultural y de la previsión de fechas importantes como aniversarios, conmemoraciones, natalicios o fallecimientos de artistas y la selección de los textos de colaboradores (independientes al medio de comunicación) que llegan a la sala de redacción.

- **Recolección de la información**

En primer lugar, en el suplemento de El Telégrafo se revisan las agendas culturales de las instituciones, y se da especial atención a lo generado o lo auspiciado desde el Ministerio de Cultura, organización que funge como la principal fuente de la publicación. De igual forma se pasa revista a todo el material que han enviado los colaboradores y personas interesadas en el suplemento. De este se selecciona únicamente lo que está bien escrito y lo que cabe dentro de la línea de trabajo.

A más de ello, se hace una revisión en medios de comunicación nacionales y extranjeros sobre los últimos acontecimientos que se han dado en el mundo de las artes, que merecen cobertura. Asimismo se toma en cuenta, a través del calendario, las fechas significativas en las que se conmemoran aniversarios, natalicios o fallecimientos de personajes célebres. Esto con el fin de recordar su obra o, en sí, el acontecimiento en las páginas de Cartón Piedra.

- **Selección de los acontecimientos y equipo de trabajo**

Para seleccionar los tópicos que se abordarán en la edición de la semana, Fausto Rivera, editor del suplemento, junto con la coordinadora, Mariana Alvear, se reúnen todos los lunes para programar los hechos que se van a cubrir, tanto los que rozan con la actualidad, como los que tienen proyección, es decir los que merecen ser reactivados para que permanezcan en la memoria. Este borrador de la agenda es presentado a Orlando Pérez, director de Cartón Piedra y de El Telégrafo, quien da el visto bueno o hace sugerencias con respecto a lo que se incluye o se deja de lado.

Una vez que se tiene la agenda lista, se empieza a dar cobertura de los sucesos. Para este efecto, el suplemento tiene dos mecanismos de acción: el primero es enviar a periodistas del área de Cultura de El Telégrafo a los eventos, y el segundo es asignar temas a los colaboradores del diario, de acuerdo a su conocimiento. *“Por ejemplo si se tiene a un colaborador que es literato y es conocedor de la obra de Gabriela Mistral, se le encarga hacer un texto sobre eso, a propósito de los 60 años de su muerte”*. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013). En este suplemento se da prioridad a la especialización de la gente. Aparte, la publicación suele recibir material de personas que les interesa publicar sus textos en el suplemento. En ese caso, comenta Rivera, lo que se hace es valorar el escrito de acuerdo con la forma en la que se desarrolla.

Con respecto a la planta de colaboradores, esta se nutre de escritores, artistas, filósofos, historiadores, curadores de arte, cineastas, músicos y periodistas vinculados al cosmos cultural que aportan con sus conocimientos propios a la formación de cada edición del suplemento.

Este equipo rota constantemente, con el fin, según Rivera, de incluir a todas las voces que surgen desde la cultura y también a todos quienes desean colaborar con el suplemento, independientemente del sector donde provengan. En las cuatro ediciones estudiadas se observó que fueron pocos los colaboradores que se repitieron y que en cada entrega van cambiando tanto los tópicos como los autores. Así la lista de especialistas que contribuyeron al suplemento en el mes de octubre estuvo conformada por: Marcelo Báez, José Luis Corazón Ardura, Andrés Cárdenas Matute, Víctor Vimos, Eduardo Carrera, Paul Hermann, Marcelo Pareja, Luis Carlos Mussó, Raúl Serrano Sánchez, Solange Rodríguez, Juan Manuel Granja,

Fernando Escobar Páez, Miguel Muñoz, José Miguel Cabrera, Ana Cristina Franco, Juan Manuel Granja, Javier Lara Santos, Juan Carlos Moya y Santiago Aguirre.

Si bien lo que se propone con este mecanismo es la diversidad de temas y posturas sobre lo cultural, se observa que en esta lista solamente constan dos colaboradoras mujeres, lo cual difiere, en cierto punto, del sentido inclusivo que el suplemento pretende mostrar. Sin embargo cabe recalcar que la publicación mantiene una política de puertas abiertas con lo que respecta la recepción de propuestas editoriales de quienes deseen contribuir con el contenido.

Además hay ocasiones en las que el editor y la coordinadora van a cubrir un hecho, en especial cuando se trata de entrevistas a personajes importantes de las artes o la cultura, como fue el caso de Almudena Grandes, escritora española, autora de *Las Edades de Lulú*, que estuvo de visita por el país con ocasión de la Feria del Libro Arte y Erotismo en Guayaquil y que fue entrevistada por Rivera.

No obstante, es común que cuando se dan este tipo de oportunidades se prefiere enviar a personas que son conocedoras del tema, para que la información que se presente sea de buena calidad, evitando con ello, la banalización del hecho cultural. En este sentido Cartón Piedra se acerca al ejercicio del periodismo cultural, planteado por Jorge Ribera (1995).

- **Jerarquización y presentación**

Para ubicar la información según su relevancia el medio determina el material que ha tenido más trascendencia. Previamente, se define cual va a ser el tema central de la edición y se jerarquiza de acuerdo con la calidad de los textos, tanto en fondo y forma. Así se destaca lo que captó el interés del equipo y aquello que está bien investigado y escrito. La información más importante se coloca en la sección de Especiales, la misma que protagoniza la portada del suplemento.

Antes de ubicar la información en secciones se ‘traducen’ aquellos lenguajes que son demasiado elevados para el público, se corrige estilo y se verifica la información. Después de que el contenido ha sido procesado se envía a diagramación en donde se encargan de diseñar un concepto propio para cada edición de acuerdo con el tema. De esta manera es como están consolidadas las rutinas de producción dentro de Cartón Piedra.

## **Artes:**

En el caso de Artes, el proceso de elaboración de la información es mucho más sencillo, debido a que el suplemento cuenta con menos cantidad de hojas (por ende necesita de menos información) y con personal limitado para el trabajo de cobertura. Según Agustín Garcells este es un factor limitante, que produce que se dejen de lado algunos hechos, por esa razón dentro del proceso de selección se suele priorizar lo que tenga trascendencia, lo emblemático y lo que tenga una buena calidad estética (en lo referente a los productos culturales).

- **Recolección de la información**

Para ejecutar este primer paso dentro de las rutinas productivas de Artes, el equipo editorial acude a fuentes institucionales, principalmente las del sector privado o las que tienen relación comercial con el medio y se empapa de todas las actividades que tienen programadas (en su agenda). Además se toma en cuenta lo que las agencias de prensa están produciendo y si es de interés del grupo editorial o es un tema coyuntural se lo acoge dentro del suplemento.

- **Selección, cobertura y equipo de trabajo**

Para planificar la agenda informativa, con la información que se cuenta, el editor del suplemento, Garcells se reúne todos los jueves con Damián de la Torre, el único redactor de la publicación. En aproximadamente 15 minutos pasan revista a los temas que causarán interés en la semana siguiente a la de la edición. A continuación se eligen los hechos que “valen la pena” cubrir y en los que estén involucrados personajes o lugares emblemáticos. En este punto se trata de incluir información sobre literatura, danza, teatro o artes plásticas, con el fin de dar variedad a la publicación.

La selección de los temas y sucesos se da en equipo, por consensos, siguiendo la línea editorial del medio al que pertenece Artes, por lo que se da importancia a lo local y nacional. Además se trata de aprovechar la coyuntura para incluir a las personalidades de renombre que visiten el país por ocasión de un encuentro o festival, ya que se tiene accesibilidad a ellos. Así se privilegió a los escritores Reina María Rodríguez, Mempo Giardinelli, Rafael Courtoisie y Mario Mendoza, asistentes al evento Quito, Ciudad de Letras.

El proceso de selección de la información es compartido también con la sección Cultura de Diario La Hora, en donde se da cobertura a los acontecimientos del día a día, los mismos a los que asiste De la Torre y les da un tratamiento más profundo.

Por otro lado Artes, a más de lo coyuntural, considera entre los tópicos que irán a la agenda las propuestas que envíen el grupo de colaboradores, los cuales llevan años contribuyendo al suplemento, algunos son amigos personales del editor y son personajes que han tenido trayectoria y trascendencia dentro del mundo de las artes. Generalmente el equipo editorial escoge, sin mucho preámbulo, a los textos y temas que provienen de estas personalidades. *Por tradición, son personas ya establecidas, con suficiente prestigio y amor a la profesión y por eso los hemos mantenido. Eso no quiere decir que en algún momento tengamos una publicación de otra firma, pero nos vamos por las personas que están ya fijadas.* (Garcells. A, entrevista, 11 de noviembre del 2013).

El material proporcionado por el grupo de colaboradores es ubicado en columnas temáticas que están presentes en la publicación la mayor parte de las ediciones. Si la información enviada no se adapta a los segmentos tradicionales del suplemento, se suelen añadir pestañas, que tengan coherencia con el tema que se aborda en el texto.

La lista de colaboradores de Arte está conformada por Ricardo Segreda, crítico de cine, que analiza películas tanto del cine de culto e independiente, como el producido por las Industrias Culturales. Sus aportes son colocados en la sección *Bambalinas*. En lo que respecta a los temas históricos y a las efemérides se tiene a Germán Rodas, historiador, miembro de la Academia Nacional de Historia, que contribuye en la sección *Memoria*.

Además están el abogado y escritor Oswaldo Paz y Miño, quien hace crítica literaria en la sección *Biblioteca*, María Helena Barrera, escritora ecuatoriana, ganadora del Premio Aurelio Espinosa Pólit, quien escribe para las secciones *Sílabas*, *Galería* y *Memoria*, desde Nueva York. Gracias a ella el suplemento ha tenido importantes primicias en lo que corresponde a exposiciones en museos. Aparte el medio cuenta con la participación de Edgar Freire Rubio, escritor ecuatoriano, referente de la literatura quiteña, quien aporta con reseñas de libros en la columna *El Librero*, que aparece esporádicamente.

- **Jerarquización y presentación de la información**

Una vez que el contenido es redactado y adecuado al tipo de público que maneja Artes, se procede a la diagramación del suplemento. Se ubica a la información, considerada como trascendente por el equipo editorial, en la portada. Generalmente suelen ir personajes relevantes de la escena cultural local e internacional.

Así se da el proceso de producción de contenido en este suplemento, el cual, según el editor es simple, ya que no se cuenta con el personal, ni el material suficiente. Además se deben llenar tres o cuatro páginas, ya que el resto están reservadas para los aportes de los colaboradores.

### **3.2.3. Géneros periodísticos**

Dentro del periodismo cultural los géneros, a más de transmitir información, sirven para profundizar, transformar y traducir los complejos lenguajes con los que se comunica el arte y la cultura. Para conseguir ese objetivo, Cartón Piedra y Artes narran lo cultural por medio de los géneros interpretativos y de opinión, ya que posibilitan la reflexión y la narración de los productos simbólicos que componen el mercado cultural. Además, porque facilitan el diálogo entre los diferentes sectores y actores de este campo, los periodistas y el público.

De acuerdo a la forma en la que están establecidos, los suplementos no se manejan desde lo noticioso, pues el tiempo de circulación es más amplio y permite dar proyección a los temas que manejan. No obstante al estar dentro de un periódico, que es un medio masivo y por tanto llega a una gran cantidad de público, los suplementos adecuan el contenido cultural en formatos que puedan ser asimilables para cualquier lector. A continuación se describirá qué tipo de géneros son usados por cada publicación, de acuerdo con la línea editorial que poseen, la información que reciben y el tipo de público al que intentan dirigirse.

#### **Cartón Piedra:**

Fausto Rivera explica que en Cartón Piedra se intenta abordar todos los géneros periodísticos, que se adaptan a la información cultural para comunicar los diversos discursos que se incluyen en el suplemento. Así se aplica desde el ensayo, género que, si bien es más empleado en textos científicos y académicos, ha sido ocupado dentro del Periodismo Cultural

desde el siglo XVIII, para analizar tópicos variados, por medio de recursos estilísticos y literarios que no son admitidos en el lenguaje científico. Según Jorge Ribera en los suplementos culturales se utiliza “*el ensayo especulativo, destinado al asedio de cuestiones culturales abiertas*” (1995: 38) y este es justamente el que se ocupa en Cartón Piedra. Aparte también se da cabida a géneros como la crónica, que según él, es uno de los formatos más accesibles para los diferentes públicos.

De los cuatro ejemplares analizados se pudo constatar que los géneros a los que acude Cartón Piedra son: la crítica, la entrevista, el perfil, la crónica, el ensayo, la biografía y el reportaje. En las 26 notas analizadas se pudo identificar que los géneros más usados fueron: la crítica (6), el ensayo (4) y la entrevista (4). También se ocupó, con menor frecuencia los formatos de: la reseña (3), el perfil (3), la crónica (1) y la biografía (1). La crítica es el género hegemónico ya que es usada para abordar los distintos acontecimientos y personajes que surgen de la literatura, el tópico del que más se habla en el suplemento.

Aparte de estos, también se observó hibridación de géneros (4 notas presentaron combinación entre formatos), lo que según Rodríguez Pastoriza (2006) es muy frecuente en el Periodismo Cultural y también en el periodismo interpretativo, ya que se usan varios mecanismos para dar un tratamiento adecuado al hecho. La combinación se hizo entre la crónica y el ensayo, el perfil y la crítica, la crónica y la crítica y el artículo y la reseña.

Debido a que gran parte del material es construido por escritores, cineastas, críticos y filósofos, el suplemento posee un carnaval de géneros y estilos, que muchas veces se alejan de lo periodístico. Según Rivera, Cartón Piedra está pensado como un espacio en el que se incluyen todas las voces que provienen de la cultura, incluso las rígidas y académicas, ya que éstas, principalmente, no cuentan con un sitio editorial en donde asentarse. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013)

### **Artes:**

En Artes, según Agustín Garcells, se trata de adaptar todo lo que sucede en el campo de las artes y la cultura a un público masivo (que es el de Diario La Hora) y para ello se valen de dos géneros la crónica y la reseña, que son los más fáciles de asimilar y con los que pueden narrar eventos y describir los productos culturales trascendentes. En ocasiones se usa también

el reportaje, pero exclusivamente para la sección *Promotores* en donde se habla de proyectos de gestores culturales, cuyas propuestas o actividades han tenido eco.

Sin embargo, no todos los hechos se pueden ajustar a estos formatos. Por eso en el suplemento también se da cabida para la crítica, la cual es empleada únicamente por los expertos que colaboran en la publicación, para hacer valoraciones de libros y películas. Eventualmente en la sección *Memoria* se suele usar la efeméride para traer del pasado eventos que han tenido trascendencia para el país o la historia universal.

En el análisis que se aplicó cuatro suplementos, en los que se sumaron 14 notas, los géneros más utilizados fueron: la noticia (3), la reseña (3), el perfil (3) y la entrevista (5), siendo esta última el género por preferencia de Artes. A diferencia de lo que afirmó Garcells, no se ubicó a la crónica dentro de los suplementos observados.

#### **3.2.4. Fuentes y origen de la información**

El proceso de obtención de la información en los suplementos culturales requiere de dinámicas diferentes a las que se utiliza en el periodismo tradicional. Debido a la esencia subjetiva que posee el hecho cultural, el proceso investigativo se da a partir de lo legitimado y lo interesante. Es por eso que se suele acudir con frecuencia a fuentes institucionales (privadas y públicas) e industrias culturales desde donde se generan los hechos y se da presencia a los artistas importantes.

A más de ello, la información cultural requiere contextualización para ser comprendida por los lectores, por este motivo, los libros, publicaciones de periódicos o revistas, biografías, artículos de curadores de arte, documentales y otras obras son fuentes a las que acude el periodista o colaborador del suplemento. De esta manera se logra ‘verificar’ el contenido y dar una imagen que se aproxime a lo que el objeto, el personaje o el hecho quieren transmitir a los receptores. Por otro lado, en los suplementos colaboran personalidades del mundo de la cultura, quienes fungen, en muchos de los casos, como sus propias fuentes al momento de construir la información.

### **Cartón Piedra: desde lo público**

Las fuentes que prioriza Cartón Piedra, según su editor, son documentales, como las entrevistas de otros medios, libros, registros históricos, periódicos de ediciones anteriores, perfiles, biografías y directas como personalidades del mundo cultural, eventos culturales a los que asisten quienes elaboran la información, museos, centros de arte y lugares emblemáticos. (Rivera. F, entrevista, 4 de noviembre del 2013) El suplemento intenta evitar tomar como fuentes a las Industrias Culturales, pues según Rivera, estas banalizan la cultura.

Cartón Piedra privilegia a sus colaboradores a quienes se encargan temas que requieren de investigación profunda o información que solo esas personas obtienen de acuerdo con su experticia. De esta manera el suplemento se asegura de la calidad del contenido y obtiene trabajos exclusivos. Según Rodríguez Pastoriza (2006) este mecanismo de obtención de datos, es uno de los más empleados por las publicaciones culturales. También se suele acudir a los *freelancers*, periodistas especializados en temas culturales, como Rodrigo Fresán, periodista argentino o Juan Manuel Granja, escritor ecuatoriano y periodista.

En cuanto al origen de la información Rivera afirma que se intenta acudir a todos los sectores que estén produciendo arte, sin embargo, admitió que se toma como referencia las actividades que organiza el Ministerio de Cultura, ya que es uno de los más importantes promotores de la cultura en el país. Por esta razón se dio cobertura a los personajes y obras que se destacaron en la Feria del Libro Arte y Erotismo de Guayaquil y al lanzamiento del libro *Ecuador y la Guerra Civil Española. La voz de los intelectuales* de Niall Binns, el cual fue auspiciado por la cartera de Estado.

De los cuatro ejemplares analizados se determinó que las fuentes recurrentes a las que acude Cartón Piedra son: obras (14), personajes (8), libros (3) e instituciones (1). Esta tendencia tiene que ver con el hecho de que el trabajo que se hace en el suplemento es más especializado, ya que la información se construye desde una visión, si se quiere, más editorial.

No se hace trabajo de reportería, es decir no solo se cuenta el hecho, sino que se lo analiza y por ello se recurre a fuentes directas, como lo son el objeto y el actor del suceso cultural, con el fin de tener una lectura adecuada de lo que se está tratando. Como afirma Rivera, planteando un ejemplo del estreno de una película, Cartón Piedra a más de ver la obra,

conversa con el director para tener una mirada más profunda del objeto, del que se va a hacer una nota.

En lo que respecta al origen de la información, se evidenció que existe una inclinación hacia lo público (10 notas), es decir, hacia lo generado desde las instituciones de este sector. Existen, dentro de los suplementos analizados, solo 2 notas que provienen de lo privado (empresa o instituciones privadas). Por otro lado, 14 textos, como son de autoría de los colaboradores externos, no encajaron dentro de ninguna de las dos categorías ya que el origen de la información proviene de la investigación independiente.

En lo relacionado con la procedencia de la información se evidenció una suerte de equilibrio entre lo nacional e internacional (14 notas provinieron de hechos nacionales y 12 del extranjero). Esto se debe a que se respeta la línea editorial del medio, la cual tiene como finalidad mostrar al público tanto lo que pasa en el ámbito local como extranjero en cuanto a lo cultural.

### **Artes: desde lo privado**

Las fuentes que se priorizan para construir la información en Artes, según explica Agustín Garcells, son las instituciones, que el medio consideran presentan actividades trascendentes para el ámbito cultural nacional. Entre las que más acuden son el Consejo Nacional de Danza, la Casa de la Cultura Ecuatoriana, al Teatro Malayerba, la Asociación Cultural Humboldt, entre otras. Garcells señala que también se toma en cuenta a los escritores ecuatorianos importantes y a los extranjeros que visitan el país. Esta preferencia se evidenció durante el mes de análisis en el que se colocaron entrevistas de la gran mayoría de autores extranjeros que acudieron al encuentro Quito, Ciudad de Letras.

Aparte de las fuentes mencionadas, el suplemento cuenta con sus colaboradores fijos, quienes aportan con información nueva, interesante y exclusiva. Además tienen en su enfoque a una especie de corresponsal en Nueva York, quien proporciona al medio, primicias de lo que sucede en ese ambiente cultural, uno de los más importantes de la región.

De acuerdo con el análisis de las notas del suplemento se descubrió que las fuentes de las que toma información Artes son: personajes (6), instituciones (4) y agencias de noticias (4). Esto significa que, en primer lugar el suplemento tiende a buscar información en fuentes

directas, ya que son más accesibles y proporcionan datos veraces y en segundo lugar, cuando se trata de personalidades o acontecimientos del extranjero, se opta por la información ya fabricada por las agencias, esto debido a que el ámbito de cobertura de la publicación está más concentrada en lo local.

Por otro lado, Artes publica información que proviene desde lo privado (6 notas). Como se dijo anteriormente, se acude a instituciones que pertenecen a este sector, debido a que son afines a los intereses del medio y, algunas de ellas, son sus clientes. Los textos que provienen de las agencias de prensa (4 notas) no fueron incluidos para esta categorización.

Además este tipo de eventos y personajes están más al alcance de la población, ya que son lugares emblemáticos y conocidos. Con respecto a la procedencia de las notas, 10 de 14 se originaron en lo local. Esta inclinación tiene que ver con la línea editorial tanto del suplemento, como del medio al que pertenece.

### **3.3. Comparación entre Cartón Piedra y Artes**

El despliegue de datos obtenido del análisis realizado a las cuarenta notas de los suplementos (ver anexo 4) y las entrevistas a sus respectivos editores (ver anexos 6 y 7), permitieron conocer los mecanismos que utilizan las publicaciones para construir relatos en torno a lo cultural y difundirlos.

Se pudo determinar que, pese a que ambos suplementos se enfocan en un área especializada, la selección de acontecimientos y tratamiento difiere en varios aspectos, los cuales están ligados a la noción de cultura bajo la que se manejan y a los intereses del medio de comunicación al que pertenecen.

En primer lugar la agenda de ambos medios se elabora en base a un concepto ampliado y diverso de la cultura, elemento, que según García Canclini (2005), es fundamental para adaptarse al campo de la modernidad. Además es un paso importante para conseguir la democratización de lo cultural, que tanto persiguen los medios actualmente. Sin embargo, en las dos publicaciones la idea de lo culto aún permanece, camuflada mediante esa imagen de pluralidad.

En Cartón Piedra se tiende a privilegiar a los hechos, personajes y obras que encajan dentro de la alta cultura como lo vinculado con la literatura contemporánea (con sus diferentes vertientes y autores) y el lenguaje y los acontecimientos que nacen desde el Ministerio de Cultura, como fue el caso de la Feria del Libro Arte y Erotismo de Guayaquil.

En cuanto a los temas y personajes que se profundizaron, Cartón Piedra destacó a: Enrique Vila Matas, uno de los escritores españoles más influyentes en Hispanoamérica, la Feria del libro Arte y Erotismo, cuyo tema central fue la literatura erótica y homoerótica, lo cual fue ilustrado mediante un auto retrato de Egon Schiele, en el que se ve el cuerpo de un hombre semidesnudo; el libro *Ecuador y la Guerra Civil Española. La voz de los intelectuales*, por medio de una ilustración. Finalmente se destacó la celebración de la sexta edición del Congreso Internacional de la Lengua Española (20 al 23 de octubre en Panamá) y la importancia de la traducción, lo que fue ilustrado a través de una pintura en la que se muestra a San Jerónimo leyendo, quien fue traductor y es considerado como el padre de este oficio.

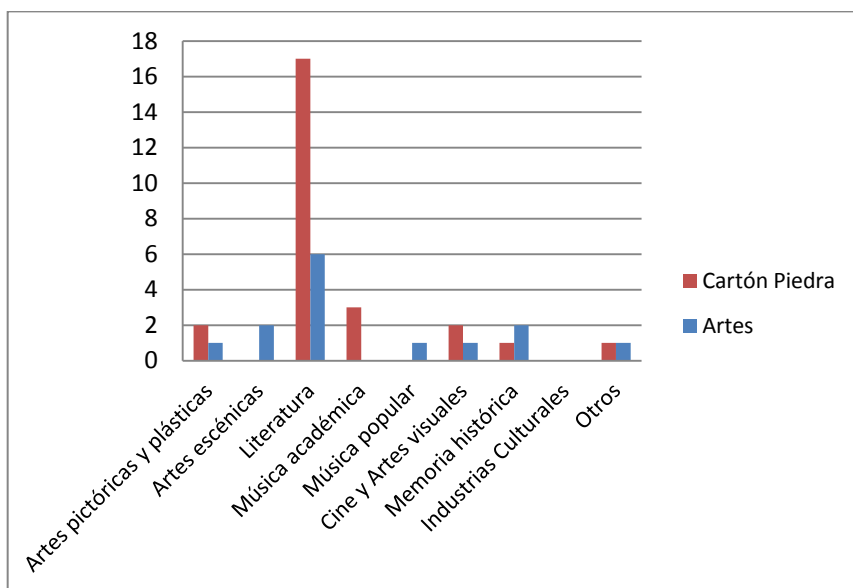
En Artes los tópicos de la agenda están pensados desde lo culto, pero se seleccionan los que encajan dentro de una noción media de cultura, ya que son accesibles (y aprehensibles) para cualquier espectador, como son las obras que se presentan en el Patio de Comedias o en la Casa de la Cultura. Siguiendo esta línea el suplemento puso énfasis en: la escritora cubana Reina María Rodríguez, quien visitó el país para participar en el encuentro Quito, Ciudad de Letras; la fotógrafa Haydée Morejón, por medio de un auto retrato de la artista; al cantautor español Paco de Lucía, quien se presentó en Quito el 26 de octubre y al escritor español Luis García Montero, que estuvo en el país con motivo de la Feria del Libro Arte y Erotismo de Guayaquil.

Los temas centrales de cada uno de los ejemplares analizados se relacionaron con lo coyuntura, a los cuales se les dio una mayor proyección, para evitar que se quede en lo informativo, operación típica en el Periodismo Cultural. Cartón Piedra camufló el sentido de actualidad, mediante la presentación de esos tópicos en la sección Especiales en donde se les dio un tratamiento más profundo y también al representarlos en la portada de manera simbólica, mediante el uso de fotografías, ilustraciones y pinturas (digitalizadas). De esta forma lo que se busca es llamar la atención del lector.

Artes fue más directo y presentó personajes (en lugar de tendencias o hechos), los cuales provienen de diferentes disciplinas y tuvieron cierta presencia dentro de un marco temporal determinado. Por ejemplo se destacó a Paco de Lucía en la edición del domingo 20, porque este artista se presentó en el Teatro Nacional Sucre el jueves 26. Las portadas de Artes siempre son acompañadas con fotografías de los personajes de cada edición.

Ahora bien, en cuanto a los ámbitos de abordaje, se observó, en las 40 notas analizadas que el tema hegemónico en ambos suplementos fue la literatura (17 notas de Cartón Piedra y 6 de Artes trataron ese tópico). En segundo plano quedaron los ámbitos de las artes pictóricas, la música académica y no comercial, el cine y las artes visuales y la memoria histórica. De lo que menos se habló se las artes plásticas, la música popular y las industrias culturales.

GRÁFICO 1  
TEMAS DE LOS SUPLEMENTOS



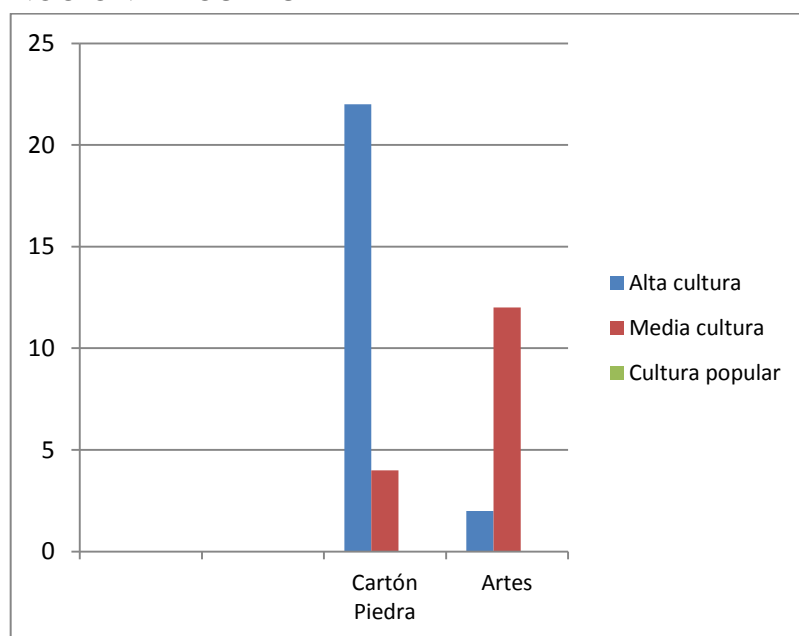
Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes.  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

De acuerdo con estos resultados se pudo establecer que los suplementos orientan a sus públicos a consumir lo generado en el campo de la literatura. De esta forma se presenta un concepto sesgado de lo cultural, ya que se puede interpretar que este campo es únicamente representado por esta disciplina, con lo que se deja de lado a las demás expresiones artísticas y otros ámbitos de la cultura. Si bien en las dos publicaciones se da apertura para todo tipo de autor (independientemente de su estilo narrativo o género) y corriente literaria, se tiende a

privilegiar a los que poseen una amplia carrera o han marcado pautas dentro de la escena cultural (como Almudena Grandes, Reina María Rodríguez, Mario Vargas Llosa o Alice Munro).

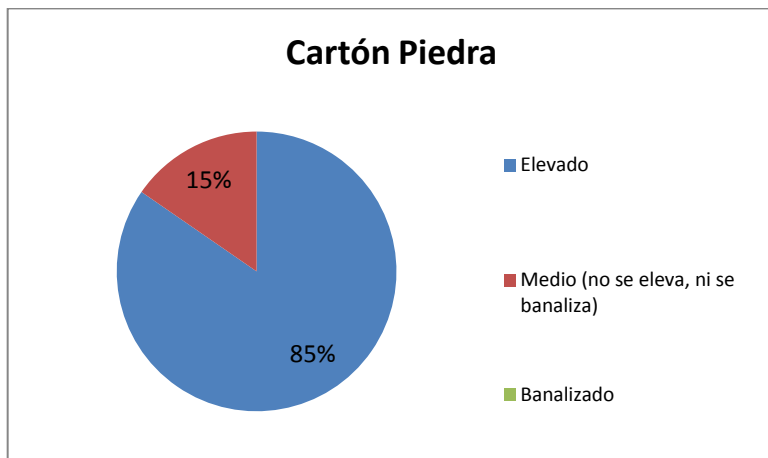
Con relación a los acontecimientos y personajes que se priorizaron durante el mes del análisis, se pudo concluir que Cartón Piedra manipula lo cultural por medio del tratamiento rígido y especializado de los acontecimientos, lo que da a entender que este ámbito es complejo y solo accesible para eruditos; mientras Artes modifica el sentido de la cultura, ‘bajando el nivel’ de los productos culturales con el fin de que sean comprensibles para cualquier persona, cambiando así, el sentido individual y complejo de lo cultural y artístico. Como se puede apreciar en los gráficos es evidente esta distancia entre los dos suplementos en cuanto al manejo de la información del mundo de las artes y la cultura.

GRÁFICO 2  
NOCIÓN DE CULTURA



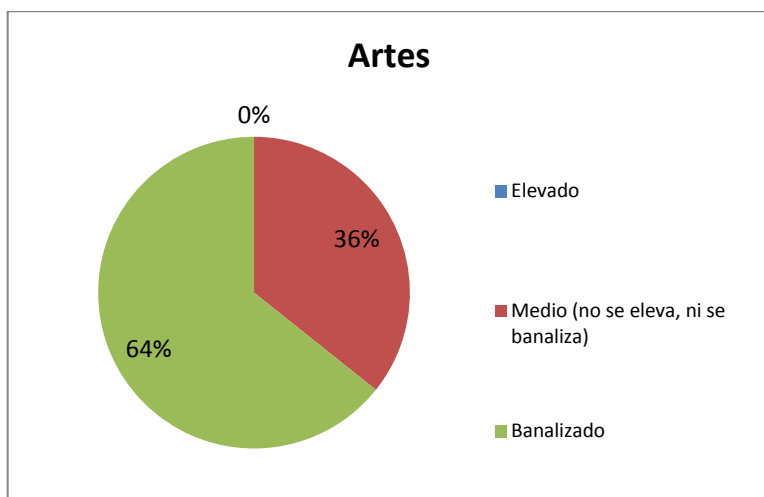
Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes.  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

**GRÁFICO 3**  
**TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**



Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

**GRÁFICO 3.1**  
**TRATAMIENTO DE LA INFORMACIÓN**



Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

A pesar de sus diferencias, ambos suplementos coincidieron en algo. Ninguno de los dos incorporó información relacionada a la cultura popular, es decir, no se dio abordaje a lo vinculado con las costumbres, tradiciones, ritos o el arte generado desde las culturas ancestrales. Como se explicó anteriormente las nociones de alta y media cultura no toman en cuenta a este campo, porque lo consideran como lo bajo o lo vulgar. Los suplementos, a través de las temáticas que abordan, tratan de dar una imagen elitista o refinada de sí mismos, lo cual

ha sido tradicional en las publicaciones que se dedican al periodismo cultural. Tal como señala García Canclini (2005), todavía se deja el abordaje de la cultura popular a las revistas sobre antropología o sociología.

Es así que el concepto de cultura que aplican los suplementos en la elaboración de su agenda de temas es más bien limitado y no amplio como afirman sus respectivos editores. Además tiende a privilegiar lo legitimado, con lo que se mantiene esa imagen ilustrada y elevada de cultura con la que los medios (de élite) continúan trabajando. De esta manera no solo se modifica el gusto de los lectores, sino que también los suplementos se colocan a sí mismos como fuentes hegemónicas del conocimiento cultural. En este sentido se produce el efecto de la Agenda Setting pues los medios manipulan los hábitos de consumo de productos e información relacionada con lo cultural y además su concepción sobre los personajes, obras y acontecimientos que destacan.

En cuanto a las rutinas de producción, los suplementos analizados presentan como elemento común la planificación a largo plazo. Según Ribera (1995) y Rodríguez Pastoriza (2006), esta es una característica insigne de la forma de hacer Periodismo Cultural, ya que, como se mencionó anteriormente, la información cultural puede ser planificada y anticipada, dado que se da cobertura de acuerdo a agendas culturales. Además se toma como referencia fechas importantes para darles profundidad.

Sin embargo existen acontecimientos que implican proyección, que son trascendentes por su valor estético, histórico o simbólico, más que por su permanencia dentro de un marco temporal. A este tipo de temas, ambos suplementos dieron un tratamiento profundo, por lo que fueron asignados a especialistas en el tema o con trayectoria dentro de lo cultural. Así por ejemplo valoraciones de libros y películas fueron realizados por críticos de arte y escritores en *Cartón Piedra* y por literatos y un crítico de cine en *Artes*.

Según Ribera (1995) esta es la forma correcta de hacer periodismo cultural, ya que no todo lo que sucede en este ámbito de la realidad puede ser abordado desde el ojo periodístico, pues requiere un tipo de profundización que únicamente lo pueden dar los expertos en el tema; caso contrario se corre el riesgo de banalizar o mal interpretar el fenómeno cultural. Aunque en el caso de *Artes* no sucede siempre de esta forma, ya que existe un solo redactor a quien se

le delega lo coyuntural y un equipo de colaboradores predefinidos, que aportan con material que nace de su propia investigación e inspiración.

Es así que la selección en los suplementos se lleva a cabo desde el emisor, más que por el mensaje en sí. En este punto se tiende a privilegiar a las llamadas ‘vacas sagradas’ de la información cultural (es decir, autores que conocen de todo y de todos). Sin embargo Cartón Piedra trata de salirse de ese esquema al rotar constantemente a sus colaboradores.

La forma de construir el contenido no dista mucho en ambos suplementos, ya que en los dos casos, se recoge la información de fuentes institucionales (boletines, agendas...), se escoge lo relevante mediante una reunión semanal, por medio de criterios como la ,actualidad y reactualización, la novedad, la disponibilidad, el enfoque y la empresa (este último se dio solo en Artes).

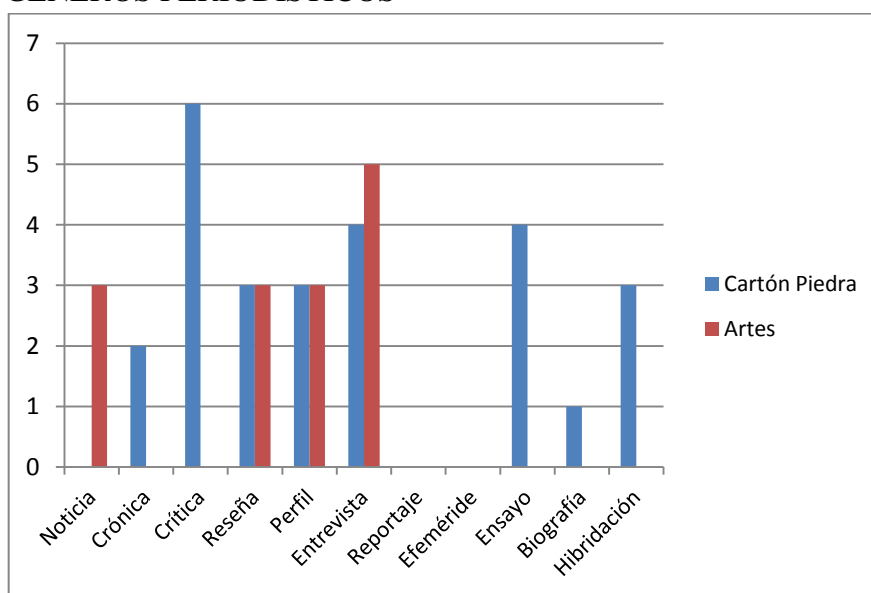
Uno de los elementos clave para seleccionar los acontecimientos fue lo coyuntural. En este aspecto, durante el mes de análisis, se comprobó que las publicaciones coincidieron en algunos hechos, como el homenaje a Alice Munro, Premio Nobel de Literatura y el perfil de Luis García Montero, escritor español, que se encontraba en el país participando en la Feria del Libro Arte y Erotismo de Guayaquil. Dentro de este marco la principal diferencia fue la forma de abordaje que se dio a los hechos, ya que desde Cartón Piedra se trató con mayor análisis y detenimiento la obra de los dos autores, mientras que en Artes presentó una breve descripción de su obra.

Esta distinción se hizo más evidente en el tratamiento que recibió la visita del poeta Luis García Moreno al país. Cartón Piedra hizo una reflexión más profunda sobre la obra del autor, a través del género de la entrevista a profundidad, mientras que Artes presentó, mediante el formato de perfil, un breve recorrido por su obra y su estilo. En ese sentido desde los titulares se confirma la manera en la que se construye la información. En Cartón Piedra la nota lleva el encabezado *Luis García Montero: la espontaneidad no tiene que ver con la sinceridad*, mientras que en Artes se titula *Un poeta comprometido*. Por esta razón se afirma, que pese a las coincidencias en la selección de información, ambas publicaciones se distancian en la construcción de la información.

En síntesis ninguno de los suplementos trabaja con rutinas de producción predefinidas ya que, al ser especializados, el flujo de información es menos acelerado como el de los periódicos y además se requiere de diferentes herramientas para abordar los temas, a veces complejos del diverso y heterogéneo campo de la cultura, en donde, además, no siempre se generan hechos (por eso la planificación se realiza a largo plazo). Gran parte del contenido que los suplementos destacan no encaja en el marco temporal de la actualidad. Además es de carácter subjetivo, simbólico, por lo que merece otro tipo de tratamiento, el cual no se establece de acuerdo a mecanismos rígidos, pero si está influenciado por una línea editorial.

Con relación a la presentación de la información, tanto en Cartón Piedra como en Artes se narra lo cultural desde lo interpretativo. Entre los géneros más ocupados por ambos estuvieron el perfil, la entrevista y la reseña, ya que se dio más prioridad por la descripción de personajes y obras, como se observa en el gráfico. Asimismo se puede evidenciar la variedad de géneros que se ocupan en Cartón Piedra frente a la estandarización de Artes. Esto se debe a que el manejo de la información cultural en el primer suplemento es más especializado y está a cargo de personal que rota constantemente, en cambio Artes mantiene un mismo equipo de colaboradores en cada edición y por ende se conservan los formatos.

**GRÁFICO 4**  
**GÉNEROS PERIODÍSTICOS**



Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes.  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

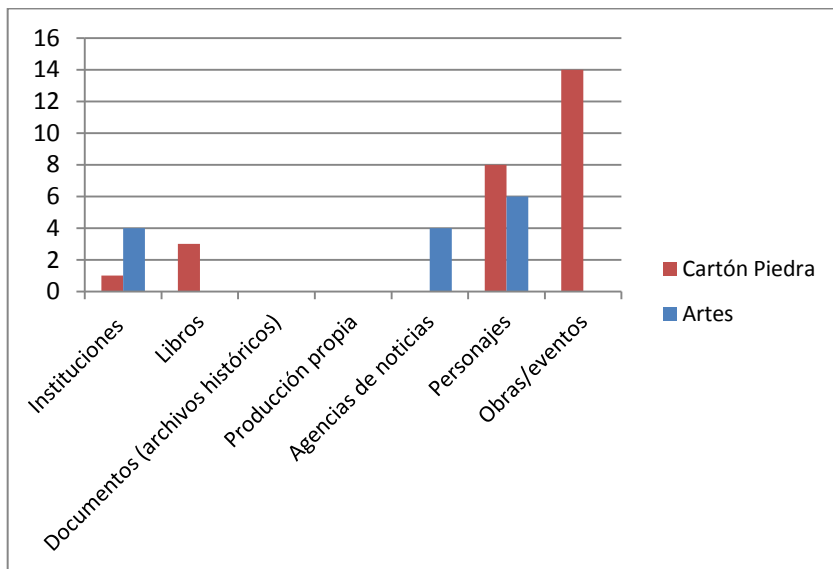
Por otro lado, en la imagen se observa la utilización del género noticia por parte de Artes, el mismo que es inexistente en Cartón Piedra (el cual tiene una columna de pequeñas noticias). Esto se debe a que Artes toma información de agencias de prensa en ese formato, (en especial de la agencia EFE) generalmente cuando se trata de eventos y personajes destacados a nivel internacional.

En cuanto a la crítica, que es un género exclusivo del Periodismo Cultural de acuerdo con Ribera (1995), tiene una presencia significativa en ambos medios. Aunque en el gráfico (el cual no incluye a las columnas de expertos) se demuestra que Artes no maneja este formato, suele ser empleado dentro de las secciones *Biblioteca*, *Bambalinas* y *Librero*, que son administradas por especialistas.

Pese a estas semejanzas, debido a la naturaleza de cada suplemento se puede observar que hay una diferencia sustancial entre la variedad de formatos utilizados por Cartón Piedra, el cual debe mantener cierta rigurosidad en la narración de hechos culturales, frente a la modestia de Artes, el cual prefiere ocupar formatos sencillos, según su editor, para no complicar la difusión de la información.

En lo referente a la obtención de información en ambos suplementos se puede afirmar que existe cierta distancia, debido a que en Cartón Piedra se acude a las obras culturales, libros y personajes, ya que se privilegia la profundización, mientras que en Artes se va hacia lo seguro que son las instituciones y los personajes y lugares ya legitimados, pues se hace una labor de cobertura de los hechos, más que de análisis.

GRÁFICO 5.  
FUENTES



Si bien en la mayoría de notas de los suplementos se utilizaron más de una fuente, para el análisis se tomaron en cuenta las más trascendentes o evidentes.

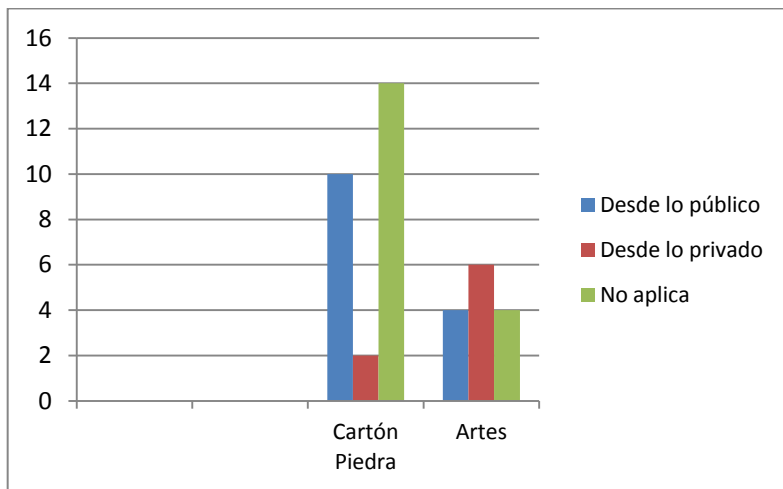
Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes.

Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

No obstante en un punto en el que coinciden las dos publicaciones es en la confianza que depositan en sus respectivos colaboradores, pues saben que van a recibir trabajos de calidad, bien investigados y, sobre todo, originales. Muchos de los trabajos que se colocan en los suplementos suelen ser inéditos, como es el caso de las columnas de Huilo Ruales o Carla Badillo, quienes hacen una especie de relatos sobre un tema en específico.

En lo que tienen que ver con el origen de la información existe una brecha entre ambos suplementos, la cual está relacionada con los medios a los que pertenecen. Así, en Cartón Piedra se dio importancia a los acontecimientos generados desde las instancias públicas (Ministerio de Cultura y entidades que dependen del Estado), mientras que en Artes, a lo originado desde lo privado, en especial desde las empresas que tienen publicidad con Diario La Hora.

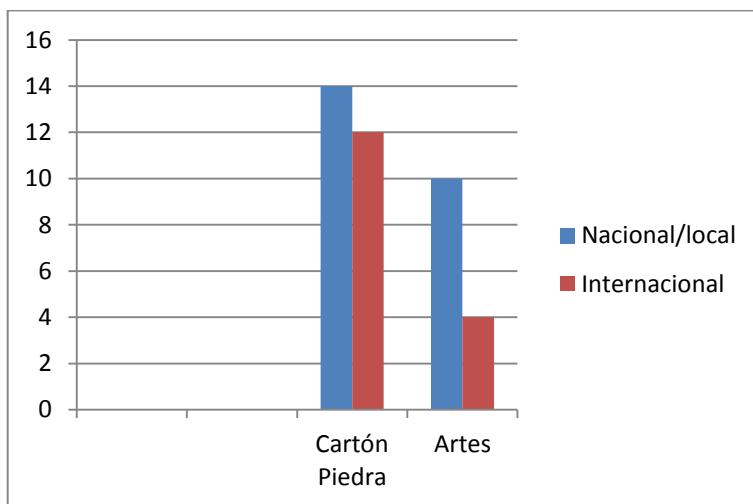
**GRÁFICO 6**  
**ORÍGEN DE LA INFORMACIÓN**



Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes.  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

En cambio en la procedencia de la información se destaca un equilibrio casi perfecto entre lo nacional y lo extranjero en Cartón Piedra, lo cual no se aplica a Artes, en donde se da preferencia a lo local. Esta diferenciación está relacionada con el concepto de diversidad que, según su editor, maneja el suplemento de El Telégrafo, ya que pretende socializar a la población lo que sucede tanto dentro como fuera en lo cultural. En el caso de Artes también tiene que ver con la línea editorial de Diario La Hora.

**GRÁFICO 7**  
**PROCEDENCIA DE LA INFORMACIÓN**



Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes.  
Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

Frente a todo lo explicado se puede resumir que tanto Artes como Cartón Piedra toman al hecho cultural como un objeto simbólico que merece tratamiento especializado para que, tanto sus valores estéticos como sus significaciones, puedan llegar a los lectores, de forma que ellos aprecien el producto como tal. Sin embargo el análisis reflejó que esta intención está atravesada por la línea editorial de cada suplemento, la agenda las rutinas de trabajo, los géneros y las fuentes. Estas herramientas, manejadas de modos muy diferentes en cada publicación, (lo cual se puede ver claramente en la matriz comparativa del Anexo 4) cambiaron el sentido del hecho cultural, el cual, a la final, fue manipulado para adaptarse a los requerimientos del grupo editorial de cada publicación.

TABLA 2  
RESUMEN DEL ANÁLISIS

<b>Variables</b>	<b>Cartón Piedra</b>	<b>Artes</b>
<b>Temática</b>	Literatura, música académica, artes pictóricas	Literatura, artes escénicas y memoria histórica
<b>Géneros</b>	Crítica, entrevista y ensayo	Entrevista, reseña y perfil
<b>Fuentes</b>	Obras, personajes y libros	Obras, instituciones y personajes
<b>Origen de la información</b>	Desde lo público	Desde lo privado
<b>Procedencia</b>	Local e internacional	Local
<b>Acompañamiento</b>	Fotografía	Fotografía
<b>Tratamiento</b>	Elevado	Banalizado
<b>Noción de cultura</b>	Alta cultura	Media cultura

Fuente: Análisis del contenido de los suplementos Cartón Piedra y Artes.

Elaborado por: Andrea Angulo Granda.

### **3.4. Análisis de las representaciones y mediaciones sobre cultura**

Una vez explicada la forma en la que se hace Periodismo Cultural en Cartón Piedra y Artes, es momento de analizar los procesos de mediación, explicados por Martín Serrano (1997) y Martín Barbero (2003), con los que las publicaciones seleccionan el hecho cultural y lo transforman en un producto comunicativo, con lo que imponen un modelo cultural en los receptores. Para ello se tomarán en cuenta las dinámicas que existen entre las matrices

culturales, las lógicas de producción, los formatos industriales y las competencias de recepción, bajo las que se produce la información.

El ejercicio del periodismo cultural, como se explicó en el capítulo anterior, tiende a cobijarse bajo tres formas de representar el campo de las artes y las expresiones: lo alto o culto, lo medio y lo popular. Estas miradas, pensadas desde lo elitista, aún se siguen usando para trabajar el hecho cultural y son, además, herramientas, que usan los medios para mediar la cultura, con sus intereses comerciales e intelectuales, al momento de convertir la realidad en objeto noticioso. Justamente se van a analizar esas nociones de cultura, con el fin de tener una imagen clara de cómo se representa a las obras, personajes e ideas que nacen de la cultura, como se construyen los relatos y si todavía se transmiten a los receptores modelos hegemónicos.

#### **3.4.1. Cartón Piedra: la alta cultura**

Cartón Piedra representa a un modelo cultural configurado desde lo culto, ya que entre los tópicos que más profundiza se encuentran la literatura y las bellas artes. Esto significa una permanencia en el campo de los círculos hegemónicos que dominaban la escena cultural, desde el surgimiento del renacimiento, el cual ya no existe, como asegura Eco (1965).

Asimismo en la elaboración de la agenda se discrimina entre lo que tiene calidad estética y lo que pertenece a la sociedad de masas. Desde esta primera clasificación se evidencia una tendencia elitista que caracterizaba a las revistas culturales del siglo XIX, en donde únicamente se daba cabida a lo ‘bello’. Si bien a través del concepto pluralista de cultura, el suplemento quiere avanzar hacia la modernidad y la integración de las distintas formas de ver la vida, se mantiene rezagada en el terreno de lo culto, pues eleva, cada que es necesario, los acontecimientos que merecen cierto rigor de acuerdo con su naturaleza simbólica.

La visión elevada de la cultura quiere perdurar en el suplemento a través de: la preocupación constante por su divulgación, la incorporación de lo académico, en lo que respecta a los colaboradores, la defensa de los niveles de cultura, más que por la accesibilidad, por la calidad, y la fusión de diferentes campos, lo cual se ve reflejado en la hibridación de géneros y en el abordaje de temas alternativos y tabúes.

A más de ello, como señala Bourdieu (1979), el suplemento intenta configurar el gusto de la misma forma que lo hace la educación, al tratar de dar una especie de cátedra sobre lo que se debe o no consumir, de acuerdo con lo que el poder imponga, representado por el Ministerio de Cultura. Así también se intenta configurar una imagen social con respecto al arte, la cual en este caso está dada por un interés de carácter político, el cual pretende valorizar todo lo que desde la esfera pública se produzca, para que a su vez los receptores desarrollen unos hábitos de consumo en torno a ello.

Bajo esta matriz de cultura Cartón Piedra se ha adentrado en el ejercicio del periodismo cultural, que se ve mediado por la forma en la que se selecciona la información, el tratamiento riguroso que se le da, por la intencionalidad de convertir al lector de periódicos en un ser crítico y finalmente por el deseo de distinción frente a otras publicaciones del mismo tipo. Este conjunto de elementos interactúan para convertir la idea erudita de cultura en un producto. Estas relaciones mediadoras serán explicadas a continuación:

#### **a) Matrices culturales (cultura culta) y los formatos industrializados**

En esta primera interacción Cartón Piedra media el hecho cultural con la adaptación del discurso ilustrado de cultura, al formato de suplemento de un periódico, el cual permite llegar a un mayor número de receptores, debido a que es una plataforma más amigable con el lector (que una revista para la cual estaría pensado el contenido) y porque el medio en el que se transmite es de alcance masivo. Sin embargo este último factor es cuestionable, ya que el público del diario, puede recibir el suplemento, pero no necesariamente lo va a leer o por el contrario puede no leer el periódico, pero sí el suplemento.

A más de ello, el modelo cultural ilustrado que vende Cartón Piedra también se ve mediado por la inclusión de formatos menos rígidos como la reseña, el perfil y la crónica, con el fin de que la información cultural sea de fácil asimilación para el público no especializado, que, en teoría, recibiría al suplemento. Además se trata de innovar mediante la hibridación de géneros, factor que se está empezando a incorporar en el ejercicio del periodismo interpretativo, en especial en el cultural.

Con relación a esto último, el editor de Cartón Piedra asegura que el suplemento no está pensado como una revista rígida, de corte académico, sino como una publicación que sea

accesible para cualquier tipo de lector. Pero que esto no significa que se deje de lado la rigurosidad de sus textos. (Rivera. F, entrevista, 2013). Es por ello que el suplemento mantiene una visión culta de la cultura con la aplicación de nuevas formas narrativas.

A nivel cognitivo la cultura culta permanece en el imaginario de los lectores de Cartón Piedra por medio de la construcción de ídolos y obras míticas que rodean la escena cultural local y extranjera. Al elevar el hecho cultural los colaboradores del suplemento incurren en la creación de figuras icónicas, de acuerdo con sus gustos o conocimientos, pues orientan al público, intencionalmente o no, a mirar el objeto o personaje de la cultura desde su propia interpretación, es decir, no permiten al lector descubrir, por sí mismo, la belleza o calidad del producto simbólico. Si bien muchos de los personajes y productos que se destacan en el suplemento marcan pautas dentro de la cultura contemporánea, con el tratamiento que se les da, se los mitifica aún más. Igualmente el hecho de que se privilegie a estas figuras crea una suerte de estereotipo y un *habitus* en el consumo de cultura.

Esto se pudo evidenciar en la nota *Tomás Ochoa y la retórica del otro* de José Luis Corazón, en la que se hace una exhaustiva interpretación de la muestra *Relatos Transversales* de Tomás Ochoa, artista plástico ecuatoriano. Dentro del texto se utilizan una serie de recursos estilísticos, que más allá de acercar al lector al mensaje de la exposición, marcan una distancia. En pocas ocasiones Corazón se detiene a describir la trayectoria de Ochoa y el concepto de su obra. De esta manera se crea una figura idolatrada del artista, con base en lo que Corazón interpretó de esta exhibición.

Así se configura una visión elitista e idealizada de la cultura, la cual, pese a la modernidad y a la multiplicidad de discursos, permanece gracias a la adaptación de un modelo desgastado, en formas de consumo accesibles y novedosas.

#### **b) Matriz Cultural, Lógicas de Producción y Competencias de Recepción**

Según explica Martín Barbero (2003) la matriz cultural se relaciona doblemente con las lógicas de producción, definidas en Cartón Piedra, desde lo rígido y lo coyuntural y con las competencias de recepción las que recaen, en este caso, en el público ilustrado. Estas dinámicas se interrelacionan de acuerdo con el uso informativo y educativo que los receptores

dan a la publicación y por medio de la institucionalidad que le impone su dependencia con el Ministerio de Cultura.

#### **a. Mediación desde la socialidad**

Cartón Piedra aborda los acontecimientos provenientes de la agenda cultural del Ministerio de Cultura y de la agenda propia que trazan los colaboradores del medio. Después, intencionalmente o no, se les da un tratamiento elevado que agrega al hecho significaciones que cambian su sentido. He aquí un primer nivel de mediación, ya que se escogen acontecimientos en base a un modelo culto, con el fin de que sirvan al público masivo y heterogéneo, al cual pretende llegar la publicación, para que, según Rivera, se acostumbren a asimilar los hechos culturales de este origen.(Rivera.F, entrevista. 4 de noviembre del 2013.)

No obstante este producto también es recibido por un sector ilustrado de lectores, el cual busca la representación o, más bien, la identificación de sus gustos en el contenido que consume. En este aspecto el uso social que se manifiesta es el de la información, más que el de la educación, pues debido a su nivel académico, los receptores no buscan comprender el hecho, sino enriquecer sus conocimientos sobre el mismo y con ello, de cierta forma, alimentar su ego. Además, debido a la apertura de medio, el consumidor de élite puede encontrar un espacio para difundir sus propios aportes al mundo de la cultura.

#### **b. Mediación desde la institucionalidad**

El ejercicio del periodismo cultural desde una mirada culta se justifica, en cierta medida, por la influencia del Ministerio de Cultura, entidad que maneja la misma imagen diversa de lo cultural y que funge como foco de poder (desde lo estatal) ya que delimita lo que se difunde y la forma de hacerlo.

En la relación que existe entre estos entes ocurre un fenómeno interesante, ya que si bien se tiene apertura con todas las expresiones culturales, se prefiere a lo que posea un alto valor estético y simbólico, ya que, en el caso del ministerio tiene como misión orientadora (educadora, si se quiere) con respecto al arte; dirigir a los públicos hacia lo que tiene buena calidad.

Inconscientemente Cartón Piedra ha asumido esa misma tarea, ya que, según su editor, lo que se busca es formar públicos críticos frente a las propuestas culturales y artísticas que a diario se presentan en los medios masivos. En este sentido el suplemento, como afirma Umberto Eco (1965) pretende elevar a las masas hacia la cultura superior. Por esta razón tiende a sobreestimar el hecho cultural. Además, el temor a la banalización produce que el suplemento se convierta en una especie de filtro de lo vacío de sentido y se empece por mantener una suerte de rigidez en su contenido.

Sin embargo, esta práctica se convierte en un arma de doble filo, ya que si bien incentiva a los públicos al consumo cultural consciente, por así decir, es un foco de atracción para los “críticos ilustrados”, como los llama Martín Barbero (1996), cuyas propuestas rígidas no tienen otra cabida dentro del campo editorial local, que no sea el suplemento. El fin de todo ello, es mantener una suerte de estatus en el mundo del periodismo cultural y, por supuesto, respetar el lineamiento que soterradamente le impone el Ministerio de Cultura.

Por otro lado en las lógicas de producción también se toman en cuenta las propuestas que envían personas interesadas en contribuir con el medio. Hay que considerar que no todos ellos tienen afinidad con el Gobierno de turno, ni participan de las actividades del ministerio, pero sus aportes encajan con los criterios de calidad, novedad y enfoque que interesan tanto a Cartón Piedra, como a la entidad que lo auspicia.

De esta manera es como la entidad pública logra representar su discurso y ganar la simpatía o aprobación de los lectores recurrentes de Cartón Piedra. Debido a que la cultura es un campo que se presta a múltiples interpretaciones es complejo tratar de descubrir, a simple vista, si el enfoque que tiene el producto comunicativo tiene matices de tendencias políticas. Es por eso que, según explica Martín Serrano (1997), la mediación en lo cultural funciona cuando esta es usada en procesos de dominación. En este caso es empleada por el ministerio para conseguir hegemonía como único (o el más importante) productor y gestor cultural.

### **c) Lógicas de Producción y Formatos Industrializados (tecnicidad) (mediación estructural)**

Las lógicas de producción de Cartón Piedra, como los formatos, están pensadas para trabajar la información de una manera especializada. Para ello se media el acontecimiento

desde el momento en el que se asigna a un experto (y no a los periodistas propios del periódico) la cobertura de un tópico complejo. De esta forma el suplemento busca garantizar la calidad del producto informativo.

En esta dimensión se media la cultura desde lo estructural, pues desde la recolección, la selección hasta la presentación de la información se generan modelos de representación del campo, proceso que es asumido por los lectores del suplemento. De esa forma, como señala Wolf (1987) los receptores emulan la forma de construir conocimiento que posee el medio. Así, el mensaje que se comunica es que el arte y demás elementos de la cultura deben ser asumidos como objetos de contemplación, cuyo sentido es descrito por medio de un lenguaje complejo, erudito, únicamente alcanzable para intelectuales.

Cartón Piedra forma parte de un medio público, al ser un suplemento o más bien un producto derivado de diario El Telégrafo y por ende de la imprenta Editogran, no tiene autonomía tanto en el aspecto económico como administrativo (se comparten directivos y personal). En cuanto a lo ideológico, si bien Fausto Rivera afirma que no hay ninguna preferencia por alguna forma de pensamiento en particular, se puede evidenciar la afinidad con el Gobierno, que caracteriza al rotativo guayaquileño pues en la sección editorial se destaca la labor del Ministerio de Cultura como gestor cultural.

En cuanto a la competencia comunicativa, el suplemento reta al lector, por decirlo de alguna forma, a adentrarse en el hecho cultural por medio de dos vías: la primera la selección de temas fuertes y su abordaje profundo y meditado y la segunda la presentación de la información en formatos pensados justamente para la reflexión, como el ensayo.

En el texto del ejemplar del 27 de octubre del 2013, *Traduttore, traditore (1). Desde San Jerónimo hasta el chupé de pescado* escrito por Javier Lara Santos se hace un análisis de la complejidad que invade al mundo de la interpretación de ciertas expresiones de idiomas nativos que no son traducibles. En este caso la información se presenta a través de un estilo más académico, que permite plantear una perspectiva crítica acerca de los ambiguos caminos del lenguaje y cómo ello puede convertir a un traductor en un “traidor”. Para hacer este tipo de cavilación el ensayo resulta el género idóneo, pues permite al autor expresar su posición sobre las dificultades que encarna la traducción de textos, a través de argumentos. Además a lo largo

del escrito se observan las varias referencias bibliográficas que el autor usó para sustentar sus afirmaciones. De esta forma se dan abordaje a tópicos, no necesariamente periodísticos, pero que llaman la atención de ciertos sectores de la población.

De acuerdo con lo descrito, la praxis comunicativa del suplemento media lo cultural a través del tratamiento altamente técnico y específico que se le da a la información. La tecnicidad que se utiliza en la construcción de relatos está pensada para conservar el sentido único y contemplativo del objeto cultural. La cantidad de tecnicismos usados en los textos, se suman al hecho de que la mayoría de los colaboradores del suplemento no escriben para un público masivo, sino para sí mismos, lo cual convierte a la nota en algo único, pero también en algo difícilmente digerible.

Clara muestra de ello son los tópicos que se abordan en la sección de Especiales del suplemento. En los cuatro ejemplares que se analizaron se evidenció que se dio un abordaje riguroso a los temas, específicamente en el de la edición del 13 de octubre del 2013, sobre el erotismo en la literatura ecuatoriana. Los dos textos que formaron parte de la sección mencionada fueron redactados por los escritores, Luis Carlos Mussó y Raúl Serrano Sánchez. El primer autor manejó el contenido a través del ensayo, pues se expuso a la literatura homoerótica, como una forma de disidencia del mundo de las letras, a través del análisis del libro *La astillada sombra de Sodoma* una compilación de poemas ecuatorianos sobre esa temática. El segundo redactor presentó una visión crítica hacia los estereotipos que se han creado sobre los homosexuales dentro de la literatura nacional, en donde son vistos como seres condenados que deben purgar sus culpas. Para ello tomó como base el libro *Cuerpo adentro: las metáforas del clóset* una compilación del Ministerio de Cultura y Patrimonio.

En ambos textos se trabaja con el tema del homoerotismo mediante la interpretación, técnica de los libros analizados. Se utilizan términos narratológicos para explicar la naturaleza de las obras. Además se acude frecuentemente a referencias bibliográficas, que permiten ampliar y fundamentar la reflexión que se hace sobre los simbolismos de las obras descritas.

De acuerdo con ello, se da un carácter de editorial y alternativo, ya que puede entrar cualquier tipo de material, independientemente del tema bajo la única condición de que sea de

buena calidad. No existe un proceso de acercamiento del producto simbólico al público en general.

En cuanto a la parte tecnológica, no hay mucho que decir, ya que la plataforma en la cual viaja la información es el papel, que pasa por el proceso de impresión que atraviesa cualquier publicación de prensa escrita. Si bien Cartón Piedra está en la web, no va más allá de un archivo PDF descargable, que tiene el mismo contenido que el material impreso.

#### **d) Competencias de Recepción y Formatos industrializados (ritualidad)**

La labor de Cartón Piedra consiste en la difusión cultural a un público heterogéneo que todos los domingos acude al suplemento en búsqueda de contenido que enriquezca su conocimiento sobre el arte y los movimientos que allí se generan.

La actividad mediadora de Cartón Piedra con relación a las competencias de consumo y los formatos funciona en base a cátedra (se indica cómo se debe mirar lo cultural) que intenta dar la publicación, por medio del uso de géneros en los que prima el análisis cultural y literario. De igual manera se produce desde el uso social que el medio propone que se dé al producto comunicativo (de instrucción). Estas dos variables están atravesadas por la dimensión de la ritualidad, que es la que propicia que los hábitos de producción y de consumo se produzcan en base a un sentido culto del campo cultural.

De acuerdo con ello, Cartón Piedra utiliza los géneros ‘duros’ para transmitir acontecimientos o compartir la vida de personajes que no pueden traducirse a un lenguaje sencillo o contarse en pocas palabras, como fue el caso de los temas que se abordaron en la sección Especiales. Por otro lado ocuparon formatos más fáciles de trabajar como el perfil y la reseña para narrar los sucesos, que no tenían, para el medio, mucha trascendencia; como fue el caso de la nota *Siete claves del estilo de Meneses*, de Andrés Cárdenas o la reseña de la película *La tristeza de Jasmine* de Marco Pareja. En cuanto a la hibridación de géneros, estos tienen la finalidad de aportar con innovación al suplemento, con el fin de alejarlo del formato de las revistas academicistas y de consolidarlo como una publicación moderna y alternativa.

Más allá de la complejidad del tema, la razón que justifica la utilización de los géneros tiene que ver con la importancia que el suplemento le dé a un tema; así, si es algo que requiere

la atención del lector vendrá en ensayo o en entrevista a profundidad. A esto se añade el empleo de fotografía e ilustración, ya que cuando se trata de un tópico fuerte se tiende a colocar ambos recursos gráficos. Por otra parte, este factor depende además de cómo el colaborador percibió el acontecimiento y cómo lo quiere transmitir al lector. Bajo esta mecánica se inscribe una forma de ver la cultura y en el receptor una guía para distinguir entre lo elevado y lo medio; es decir, se modifica el gusto.

En el terreno de las competencias de consumo, interpretan el material elevado del suplemento de dos formas: como fuente de conocimiento y como instrumento educativo. En cuanto a la primera función, el lector ilustrado se acerca a la publicación con el fin de ampliar su sapiencia en temas culturales (información), para hallar textos que calcen con sus gustos (entretenimiento) y para representarse de alguna manera. Con relación a la segunda función, el receptor de nivel medio, que quiere parecer intelectual, leerá la publicación con la intención de aprender cuáles son las tendencias y los artistas en boga en el mundo de las artes; qué es lo que debe leer, ver o escuchar para refinar sus gustos y a qué eventos acudir para enriquecer su espíritu.

Así, el leer *Cartón Piedra* todos los domingos, o en el transcurso de la semana conecta, de manera culta, a los receptores con los temas que al grupo editorial y al Ministerio de Cultura le interesa que conozcan. De esta forma se construye una imagen sesgada de este campo, en la que se deja de lado las expresiones de la cultura popular y se mantienen los espacios tradicionales de los productos culturales.

A todo esto se puede deducir que en *Cartón Piedra* no se conecta al lector con el mundo de la cultura y por tanto no hay un verdadero trabajo de mediación. Al tratar de forma rígida al hecho cultural, independientemente del campo que provenga, lo que se consigue es el alejamiento del receptor. La información es colocada en un lugar demasiado elevado, únicamente accesible para el lector que posea determinadas herramientas cognitivas. Así el suplemento sigue conservando la imagen intelectualizada que se le ha dado a la cultura.

### **3.4.2. Artes: la cultura media**

El hecho cultural en Artes es visto desde una perspectiva culta de la cultura, ya que se tiende a seleccionar los acontecimientos que forman parte del universo de lo legitimado y lo

que brilla por su calidad estética. Además se acude frecuentemente a las agendas de instituciones privadas que son importantes focos de gestión cultural dentro de Quito y sus alrededores, principalmente, debido a la línea editorial que se comparte con Diario La Hora.

Pese a ello, Artes no puede definirse como una publicación de ese estilo, ya que transforma el acontecimiento desde la mirada del *midcult*, nivel cultural que, según explica Umberto Eco (1965), está compuesto por hechos que simulan ser de élite, pero no ofrecen más que una falsa experiencia sobre lo culto; es decir difundir la cultura superior de manera condensada. El hecho de que se escoja solamente lo emblemático demuestra que lo elevado en Artes no es más que un espejismo, ya que la verdadera publicación de este estilo tomaría lo rebuscado, lo que está lejos de los ojos de lo común para destacar.

La banalización del objeto simbólico tiene como consecuencia la pérdida del valor contemplativo. Esta es una modalidad burguesa de ver la cultura, ya que se fija la mirada en lo estéticamente bello, más allá del contenido. En el caso del suplemento esa visión se configura en base al interés mercantil que se maneja desde el grupo de poder del medio, representado por Francisco Vivanco y Editorial Minotauro, ya que, según el editor, Agustín Garcells, se sugiere que la información que se coloca no sea demasiado elevada (para que sea mejor consumida por el público objetivo del rotativo) y, por otro lado, se trata de privilegiar lo que se genera desde las empresas culturales que tienen una vinculación comercial con el diario. Al trabajar bajo esa perspectiva se incide en el modo de operación de la Industria Cultural, en donde habita todo lo que no necesita ser pensado, sino simplemente ser visto o leído.

Por otro lado al considerar dentro de sus páginas lo bello y lo trascendente se trata de configurar un sentido de buen gusto en los receptores. Con ello se impone una figura del consumo ostentativo, la cual, como explica Bourdieu (1979) obliga a ver un objeto de arte y darle valor. Así el arte deja de ser un lugar inhóspito y empieza a cobrar sentido desde lo banal y desde lo estereotípico.

En cuanto al ingreso a la modernidad, Artes va quedándose en el camino, ya que entre sus páginas se continúa reproduciendo el modelo culto de cultura, por medio de la reafirmación constante de lo que es bueno y lo que no. Además porque, como señala García Canclini (1989) se intenta dar un sentido al arte, siendo que este no puede ser descifrado de

manera sencilla y menos en una carilla de suplemento. No hay un desplazamiento entre los varios ámbitos de la escena cultural, sino que se continúa encasillando a las expresiones en las mismas categorizaciones de siempre y se sigue encargando el tratamiento de temas complejos a personajes reconocidos, quienes no varían su discurso. Aunque hay un leve intento de modernización en el concepto ampliado e inclusivo que se maneja, todavía se atiende a los mismos sectores, como son la literatura, la danza, el teatro, la pintura y el cine.

Bajo esta mecánica se media la cultura, entre dinámicas que tratan, por sobre todo, de conservar ese sentimiento romántico del arte y de tratar de encaminar a los públicos al consumo de los productos de este campo. En las líneas siguientes se describirá cómo se da el proceso de mediación entre las diferentes dimensiones del proceso comunicativo que Artes aplica para hacer periodismo cultural.

#### **a) Matriz Cultural y Formatos Industrializados**

En esta dimensión Artes transforma el hecho cultural en base a la idea de lo que ‘vale la pena’ consumir. Para difundir esta visión al grupo de receptores que leen diario La Hora, el suplemento utiliza dos géneros básicos: la reseña y el perfil, pues estos condensan de mejor manera toda la carga simbólica de los productos y eventos que destacan. Además se acude a la noticia para describir los acontecimientos que se producen en el marco cultural internacional.

A más de ello, hay que considerar que Artes debe adecuar los sucesos más importantes que se generan de acuerdo con la periodicidad del suplemento, en ocho carillas, las cuales también están repartidas para las columnas que ocupan los colaboradores. Debido a esta limitación espacial no se puede hacer uso de formatos que amplíen o mediten más profundamente el suceso. Por eso se tiende a la compactación de la información.

Al manejar como referente cultural lo legitimado, Artes construye una idea estereotipada de este ámbito, ya que a nivel cognitivo reitera las mismas figuras intelectuales y los lugares comunes en donde se desarrolla la actividad cultural. Y esto lo hace a través de los géneros que los receptores, en general, suelen identificar dentro del periodismo especializado. Se sabe que para hablar de una película se maneja el formato de crítica o reseña en donde se eleva o se destruye a la obra. Esto sucede particularmente en la sección *Bambalinas* del suplemento, en donde, en lugar de valorar la calidad estética del filme se juzga la obra de

acuerdo con ‘lo bueno’ y ‘lo malo’, según la interpretación de Ricardo Segreda, encargado del apartado. De esta manera se repite la idea que el público tiene del arte y la forma de presentación en cuanto a las valoraciones.

Por otro lado, cabe mencionar que Artes está pensado como una guía y agenda de consumo cultural, cuya real intención está en democratizar la cultura. Esta tarea, que ha sido asumida desde el Estado y también desde los medios de comunicación, tiene la misión de poner en las manos de la gente aquellos objetos que por siglos han permanecido bajo el cuidado de las élites. Así, el suplemento contribuye mediante el procesamiento de la información cultural en formatos para su fácil comprensión. La labor que en este sentido ejerce la publicación se puede emular a lo que hacen las aves madre con sus polluelos.

Si bien lo positivo de este mecanismo es el acceso directo que el sujeto puede tener al objeto cultural, es problema radica en la banalización que sufre el producto. El error aquí tiene que ver con tratar al arte y la cultura como si fuera cualquier tipo de información, que se puede resumir o adaptar según las preferencias del medio y del público. De esta manera se convierte al contenido, en un producto de la *midcult*, que no es más que un leve reflejo de lo culto, y es digerible por el receptor común.

## **b) Matriz Cultural, Lógicas de Producción y Competencias de Recepción**

El proceso de mediación en este punto se produce desde que Artes delimita el concepto de cultura en su línea editorial, la cual, a su vez, se refleja en la elaboración de la agenda temática, en donde son incluidos los hechos que van de acuerdo con las preferencias del equipo editorial y los intereses comerciales del grupo Vivanco; este último también sugiere la forma de abordar el acontecimiento. Finalmente el modelo cultural es presentado como producto sencillo a receptores de nivel medio, quienes encontrarán en él una suerte de guía de consumo.

### **a. Mediación desde la socialidad**

Artes construye la información sobre cultura a partir de una agenda temática pensada para educar al público, según lo señala el editor del suplemento. En este sentido se escogen los temas y hechos que orienten a la gente acerca de las tendencias actuales (es decir las cosas que

las personas deberían saber). Así por ejemplo se destacó en la nota del ejemplar del 13 de octubre del 2013, la obra de Haydée Morejón, fotógrafa local, que estaba exponiendo su obra en el Centro de Arte Contemporáneo, durante ese periodo de tiempo. El equipo editorial consideró que el trabajo de esta artista era bueno y por eso lo difundió. De esta forma se construyen íconos culturales y lugares emblemáticos, configurar o direccionar el gusto de los lectores hacia lo que tenga la validación del medio.

Por esta vía se busca que el lector de La Hora se conecte con la cultura y, más importante, que apruebe lo que el suplemento reconoce como artístico, es decir, cree una identidad intelectual, si se quiere, con el contenido de la publicación. Para ponerlo de otra forma, se pretende construir públicos ‘cultos’ que sepan reconocer las buenas propuestas, en especial las que provienen de la escena local. De esa forma se ejerce cierta dominación en cuanto al campo de lo simbólico y también de lo económico, ya que se insita al consumo de lo que producen los clientes del diario.

El producto comunicativo que ofrece Artes sirve para que los públicos medios construyan una imagen básica del arte. Así se consigue una suerte de identificación, no tanto con el ámbito de lo simbólico *per se*, sino con la proximidad que el lector puede tener con el acontecimiento, ya que el suplemento destaca hechos locales, que están al alcance de cualquier público.

Debido a la falta de *expertise* de un público masivo, heterogéneo y fácilmente impresionable, como describe Adorno a la sociedad de masas, el contenido será asumido, en primera instancia como una guía o agenda cultural y, en segunda como un espacio para sentirse inteligentes, por ponerlo de una forma. Como el suplemento emite contenido ya procesado, el lector medio fácilmente puede nutrirse de la última tendencia artística, sin la necesidad de ir a un museo. Así se disminuye la cualidad contemplativa y reflexiva del arte y se convierte a los receptores en meros consumidores.

#### **b. Mediación desde la institucionalidad**

Las rutinas productivas y la visión de cultura de Artes son mediadas por la lógica administrativa del grupo Vivanco, cuyo objetivo es obtener lucro y reconocimiento, a través

de la actividad mediática. Bajo este criterio se justifica que el medio persiga únicamente los acontecimientos y personajes emblemáticos del arte.

En general el ámbito de lo artístico, que no tenga que ver con el espectáculo, es tomado por las empresas mediáticas, como algo que no genera excedentes. Esto debido a que se lo concibe como complejo, abstracto, difícil de entender. Además, como menciona Rodríguez Pastoriza (2006) se suele dar a la cultura un espacio reducido en los periódicos, ya que no es considerado como algo trascendente, a diferencia de la política. Esta misma concepción se traslada al suplemento, ya que, como afirma su editor, cada vez se va reduciendo la cantidad de hojas y su representatividad. Por esta razón cuenta con un solo redactor y colaboradores que trabajan gratis para el medio.

Debido a la visión comercial del grupo de poder, Artes ve mermada su actividad periodística, pues, de forma soterrada, se impone una agenda y fuentes informativas, que guardan afinidad del tipo económica con el medio. Así por ejemplo, como ya se dijo, se dará prioridad a lo que se genere desde el Teatro del CCI o la Alianza Francesa. Con ello se deja de lado a las nuevas producciones, que no siempre nacen desde las élites, a las corrientes alternativas de arte y al complejo entramado de la cultura popular.

Lo curioso en esta discriminación desde lo institucional de los hechos es el desfase que se crea entre la política de inclusión a lo local, frente al desplazamiento de lo popular. Justamente si La Hora es un diario con diferentes ediciones a lo largo del país, en donde existe una amplia diversidad cultural, es extraño que no se incluya el conjunto de expresiones y costumbres no solo que provienen desde lo ancestral, sino también desde lo cotidiano. La razón principal para esta situación es que lo anteriormente descrito no cabe dentro de los intereses del grupo de poder. Así se vende un modelo cultural hegemónico que tiene como centro Quito y lo que aquí se genera.

La construcción del mensaje está tan estrechamente ligada al poder, que se sugiere la banalización del acontecimiento. En la entrevista al editor de la publicación al suplemento se observó que desde los propietarios del medio se traza el tratamiento banal y modesto que recibe la información cultural. La motivación para este proceder tiene relación con las competencias de consumo, ya que si el suplemento es elevado, el público medio no lo va a

leer, porque, según el diario, simplemente no lo va comprender. A más de que subestima al lector, se convierte a la cultura en un objeto para las masas.

*c) Lógicas de Producción y Formatos Industrializados (tecnicidad) (mediación estructural)*

Artes ha establecido un proceso de producción de la información pensado para acercar a los públicos a los hechos que se desarrollan en la escena del arte local y contemporáneo. A su vez, las rutinas de trabajo están atravesadas por la estructura que impone la empresa mediática a la que se debe el suplemento (fuentes, criterios de noticiabilidad, equipo de trabajo...). Así el relato cultural en Artes se construye a partir de una idea banal de la cultura y con técnicas que permitan afianzar ese concepto.

Al ser parte de Editorial Minotauro y un apéndice de Diario La Hora, Artes no posee independencia en cuanto a lo administrativo y a lo económico. Por esta razón debe sujetarse a los criterios bajo los cuales se elabora la información. Debido a su carácter especializado tiene cierta libertad en cuanto al tratamiento de los acontecimientos, ya que, según el editor del suplemento, los directivos del medio reconocen que lo cultural no puede ser trabajado desde lo informativo.

No obstante como el periódico es manejado por Francisco Vivanco, presidente nacional del directorio de Diario La Hora, hay tópicos y formas de abordaje que no cuadran con su visión acerca del funcionamiento del suplemento. Como confesó Agustín Garcells, Vivanco, ocasionalmente, sugiere que no se eleve tal o cual acontecimiento, porque el público del periódico podría no entender de lo que se está hablando. Esto refleja una suerte de desinterés en cuanto a la cultura, pues al ser un campo que no incide en la vida cotidiana, no merece una profundización.

De acuerdo con ello, existe una limitación en cuanto a la competencia comunicativa de Artes, ya que en primer lugar se reducen recursos y espacio para el tratamiento de los hechos culturales, por eso las fuentes se comparten con la sección Cultura del periódico, hay un solo redactor y colaboradores voluntarios. En segundo lugar, se establecen formatos orientados hacia lo periodístico para transmitir el mensaje cultural. De esa forma el producto que se crea no es muy profundo.

Eso lleva al análisis de la dimensión de tecnicidad, que media la transformación del hecho cultural en noticia. Las rutinas productivas del suplemento son modestas, pero mantienen rigidez, pues si bien no hay mucha complejidad en cuanto a la selección y tratamiento de los temas, hay fuentes institucionales a las que no se deja de acudir y colaboradores fijos, cuyas columnas y discursos se han mantenido por tradición.

En cuanto a las destrezas discursivas, se acude a un lenguaje sencillo y directo para describir los estilos de los personajes y las obras. Según Garcells “*en Artes tratamos de combinar un estilo ameno, pero lo más preciso posible, es decir, técnico pero en un sentido que se entienda*”. (Garcells. A, entrevista, 2013). Por ese motivo se acude a géneros como la reseña, el perfil y la entrevista (pregunta/respuesta), formatos manejados por periodistas no especializados en la cultura y permiten tener un concepto claro del hecho. Así la función de Artes es colocar el arte en un embudo, para obtener únicamente lo importante.

La labor de los colaboradores, por otro lado, es la de sintetizar su conocimiento en formatos simples para que así su mensaje pueda llegar a más receptores. Además quienes se acercan a la crítica de arte (sección del *Librero, Biblioteca y Bambalinas*) tienden a resumir y dar una valoración fatua de un objeto cultural, a través del género de la reseña. En este aspecto la técnica se desvanece en el sentido medio con el que se mira a la cultura.

En el ámbito tecnológico no hay innovación, ya que la información se transmite por medio de lo impreso. En Internet, la publicación está incluida dentro del portal web de diario La Hora, como una pestaña, en donde existe el mismo contenido que en la versión de papel, aunque, en la sección *Galería* suelen incluirse las imágenes de exposiciones.

Estructuralmente, los modelos de producción de Artes son diseñados para ver la cultura simplemente como un evento, al que se puede resumir en dos o tres ideas y se deja de lado todo el entramado simbólico y social de ese acontecimiento. Igualmente se repiten las formas establecidas en las que los medios no especializados (las secciones de cultura de los periódicos) tratan el tema.

#### **d) Competencias de Recepción y Formatos Industrializados (ritualidad)**

El discurso cultural de Artes tiene la finalidad de inducir a los lectores hacia el consumo de productos que los acerquen al ámbito de lo simbólico. Como la cultura ha sido concebida como un lugar destinado únicamente para las élites, el suplemento intenta lograr la conexión a través del empleo de géneros y formas narrativas simples. Con este recurso, la publicación consigue transformarse en mediadora entre lo culto y la masa.

Mediante el uso de los tres o cuatro formatos que Artes ha establecido, se sugiere una mirada limitada del fenómeno cultural. Así, por ejemplo se empleó la reseña para introducir al receptor a la obra de teatro *La Venadita*, de la cual solo se dijo que trataba de la historia de una curandera cuyos poderes los adquirió de manera divina. De manera similar se ocupó ese formato para hablar de tramas de libros, en la sección *Biblioteca*. En cuanto al perfil, este fue empleado para señalar de forma breve los rasgos principales de la personalidad y la obra de artistas, como fue el caso de la fotógrafa Haydée Morejon, la cuentista Alice Munro y el músico Paco de Lucía. La entrevista se ocupó, en cambio, para dar a conocer el estilo literario de los escritores que visitaron el país con motivo del encuentro Quito, Ciudad de Letras.

Ahora bien, ¿qué hace el receptor con la información presentada por el suplemento? Debido a que se trata de lectores de nivel medio, que reciben datos sin mucho cuestionamiento, como sí lo haría un lector erudito, se asume la información del suplemento de dos maneras: como una fuente de información y como una guía de consumo cultural. En cuanto a la primera vía el lector consumirá Artes, simplemente como un espacio en el que puede enterarse de lo que sucede en el ámbito artístico.

En una segunda instancia si el suplemento llega a las manos de un lector burgués, que aspira a pertenecer al círculo de los ilustrados, tomará el contenido del medio como un aporte a su construcción intelectual. De esta manera, asume a la publicación como una guía de consumo cultural, pues tendrá un encuentro con lo legitimado, lo emblemático y con lo que las instituciones gestoras de cultura están produciendo. Con ello vivirá la experiencia de la alta cultura, a través de la ilusión que le permiten los objetos presentados desde la perspectiva media de Artes.

Debido a la homogenización en el tratamiento de los diferentes sucesos de la cultura que privilegia Artes, se puede decir, que no hay un verdadero trabajo de mediación, ya que no se establecen en concreto “reglas de juego”, como afirma Martín Barbero (2003) para mirar el arte. El producto ofrecido es tan sencillo que no hay una vinculación entre lo simbólico del hecho y la competencia del receptor.

En síntesis, ambos suplementos no dan un adecuado tratamiento a la cultura, ya que la elevan o la banalizan con el fin de acercar a los lectores a un tipo de modelo cultural construido desde la óptica institucional que rige a ambas publicaciones. Por tanto, no hay evidencia de un verdadero trabajo de mediación cultural, ya que no se representan ni los actores, ni los acontecimientos, ni los espacios con los que los receptores se identifican, sino únicamente los que provienen de los círculos hegemónicos de producción cultural.

Tanto Cartón Piedra como Artes incurren en un error muy común entre las publicaciones de difusión cultural, que es tratar de dar lecciones sobre las obras, las formas de expresión y la vida de los artistas. Según Jesús Martín Barbero los medios de comunicación no están para dar clases, ya que su función básica radica en el informar (1991: 29). Además el filósofo señala que uno de los fallos de los *mass media* al momento de comunicar cultura es colocarla como algo suave, ágil y corto, que es lo hace Artes o como lo que él llama “cultura ladrillo”, es decir un tipo de cultura rígida, incomprensible, que es lo que caracteriza a Cartón Piedra. Es también por esta forma polarizada de ver la cultura, que se afirma que los dos suplementos no realizan un verdadero trabajo de periodismo cultural.

Para poner solución a este dilema, Martín Barbero (1991) plantea lo siguiente: los medios deben tratar a la cultura ligada a la vida cotidiana, de esa manera se deja de acudir a los focos hegemónicos culturales (como lo clásico o lo vanguardista), y se deja de luchar por lo auténtico; los medios deben empezar a construir un discurso cultural autónomo, para evitar que el campo de la cultura se tiña por los intereses de grupos de poder y que se convierta en mercancía y finalmente propone fomentar espacios de diálogo y debate entre todos los sectores culturales.

## CONCLUSIONES

Este estudio se realizó con el interés de determinar si se hace un verdadero ejercicio del periodismo cultural en los suplementos especializados, Cartón Piedra del diario el Telégrafo y Artes del periódico La Hora, mediante el análisis de la construcción de la información en ambas publicaciones. Para ello se aplicaron las teorías de la mediación, de la Agenda Setting y de conceptos de Periodismo Cultural y cultura.

De este modo se determinó que si bien Cartón Piedra como Artes hacen Periodismo Cultural desde el concepto de difusión de los acontecimientos que se dan en las diferentes disciplinas que rodean al campo cultural, no ejercen adecuadamente esta rama de la profesión, pues reproducen una imagen elevada de la cultura que incluye únicamente a los bienes culturales que están legitimados por los círculos ilustrados.

Así los dos suplementos median el hecho cultural desde el modelo hegemónico de la alta cultura, pues destacan aquellos acontecimientos, lugares y personajes, que han marcado pautas dentro del ámbito en el que se desempeñan, por su buena calidad estética y alto valor simbólico. Sin embargo ambas publicaciones intentan alejarse de ese concepto a través del manejo de una noción diversa e inclusiva de la cultura, que en Cartón Piedra se manifiesta en la variedad de temas y enfoques que se le da a la información y en Artes a través la inclusión de acontecimientos que provienen tanto de lo privado, como de lo estatal. No obstante, en el análisis se comprobó que las dos privilegian los lugares comunes de la cultura culta, como son los campos de las bellas letras y las bellas artes, y dejan de lado a las nuevas formas expresivas, a los autores alternativos y a la cultura popular.

En ambos casos esta perspectiva elitista de la cultura está atravesada por la institucionalidad de las entidades que los representan. En el caso de Cartón Piedra, desde el Ministerio de Cultura, se impone una visión ambigua, que va desde la flexibilidad en cuanto a la diversidad de voces y acontecimientos, hacia la rigidez en lo referente al tratamiento de la información. Esto último se debe al propósito de la organización de forjarse como la única y más importante gestora cultural. En cambio en Artes se inscribe una noción de cultura elevada influenciada por lo local y lo legitimado, que corresponde a la línea editorial de Diario La

Hora (impuesta por el grupo Vivanco). Por eso se abarcan los hechos generados en instituciones de prestigio, y en las industrias culturales nacionales. Así lo cultural, en ambos suplementos está manipulado de acuerdo con los intereses de cada grupo de poder.

La visión culta de la cultura que manejan ambos suplementos también se hizo evidente en el proceso de selección de la información y la elaboración de la agenda informativa. Así las dos publicaciones acudieron, durante el periodo de análisis, a fuentes legitimadas como lo son el Ministerio de Cultura, en el caso de Cartón Piedra y las instituciones culturales privadas como el Teatro Malayerba o el Patio de Comidas, en Artes. Esto es una práctica común del periodismo cultural, ya que son este tipo de organizaciones quienes proporcionan material útil para realizar la actividad periodística.

En cuanto a las rutinas de trabajo, ambos suplementos se manejan bajo modos de producción flexibles, ya que circulan una vez por semana. Las dos publicaciones trabajan bajo una planificación semanal a largo plazo, en la que se incluyen acontecimientos de acuerdo con la periodicidad del medio. En lo referente a la elaboración de la información, en los dos suplementos se delega a los colaboradores del medio, que son especialistas en el área cultural, los temas fuertes de cada emisión, con el fin de preservar la calidad del contenido. Mientras que los hechos coyunturales son cubiertos por el equipo de periodistas de cada medio, en el caso de Artes es solo uno.

Dentro del Periodismo Cultural es usual que se confíe el trabajo más complejo a expertos, ya que de este modo la información recibe un manejo adecuado. Sin embargo hay que agregar que esta modalidad mantiene la vigencia de un modelo cultural culto, pues, durante el análisis se constató que la información elaborada por especialistas, elevó el hecho cultural, ya que en lugar de interpretar los lenguajes y símbolos de los acontecimientos, para la comprensión del público, se los ubicó en lugares solamente accesibles para lectores especializados.

Pese a estas semejanzas, en cuanto al tratamiento hay un distanciamiento. En Cartón Piedra, a razón al concepto de pluralidad, se acude a una amplia gama de géneros e incluso se trabaja desde la hibridación de formatos. Sin embargo se prefiere presentar la información por medio de formatos rígidos, como ensayos, para los temas fuertes, crítica para la valoración de

obras y entrevista a profundidad, para hablar de la trayectoria de un personaje importante. La finalidad de esa rigurosidad es evitar la banalidad, que caracteriza al resto de publicaciones, para legitimarse como el único suplemento que hace un verdadero ejercicio del Periodismo Cultural.

Por otro lado en Artes se da un fenómeno interesante, ya que si bien se escogen los hechos bajo una mirada elitista, se los trabaja desde la media cultura, es decir, se ‘traducen’ los lenguajes complejos de los objetos culturales destacados por medio de géneros como la reseña, el perfil y la entrevista (pregunta/respuesta), para la comprensión del lector no especializado. El fin es consolidarse como una guía cultural para el consumidor de nivel medio, que es también quien lee Diario La Hora.

En conclusión, la difusión de cultura en Cartón Piedra y Artes no encaja dentro de la labor del Periodismo Cultural, puesto que no da una interpretación adecuada a los hechos culturales. Aunque las dos publicaciones se acercan, en cuestiones de forma al ejercicio de esta rama de la profesión, transmiten contenido con base en un modelo cultural elevado, que tiene la finalidad de preservar los valores y símbolos de los sectores culturales cultos.

En el estudio se comprobó que representar a la cultura como un campo únicamente penetrable por los intelectuales coloca a los suplementos como medios de educación, más que de información. De esta manera inciden, soterradamente, en la configuración de la imagen sobre lo cultural que tienen los públicos y les imponen conductas de consumo. Esta es otra de las razones por las que no se ejerce correctamente el periodismo cultural en los suplementos analizados, pues su propósito sería el de comunicar a los públicos sobre las tendencias y personajes que están dando de qué hablar en todos los ámbitos de la cultura, mas no influenciarlos para que acudan a los bienes culturales que están de acuerdo con los intereses de las instituciones que los representan. Así, ninguno de los dos cumple la tarea de comunicar al público la esencia del objeto cultural, ni la identificación, por parte del lector, con su discurso simbólico.

Esta investigación ha demostrado que el ejercicio del Periodismo Cultural en los suplementos culturales todavía sigue rondando por los territorios de los círculos ilustrados, para quienes este campo de la realidad era solo accesible para las minorías académicas. Hoy

en día con el Internet, los públicos tienen acceso directo hacia todo tipo de conocimiento. Por eso es vital que los directivos y colaboradores de estos ejemplares actualicen esa visión elitista de la cultura y converjan con las nuevas voces y corrientes culturales y artísticas que diariamente conviven con la sociedad.

## RECOMENDACIONES

En la era postmoderna en la que vivimos es casi imposible conservar, al estilo de los románticos ilustrados, un modelo cultural hegemónico, debido a la multiplicidad de discursos con los que se convive. Como apunta Umberto Eco, difundir cultura desde una perspectiva apocalíptica simplemente provocaría el desgaste del mensaje y, además, que el público se alejara cada vez más del universo artístico y cultural.

Sin embargo, si los editores de las publicaciones especializadas se enfocaran en la elaboración de un discurso basado en un lineamiento integrador y plural, se dejaría de ver a la cultura como el campo de lo abstracto y se lo empezaría a incorporar dentro de la cotidianidad. De esa forma se crearía una conexión más personal y menos academicista del los receptores con el arte y las expresiones culturales.

La cultura es un ámbito que está presente en varios aspectos de la realidad, desde el mundo sublime de las artes, hasta los hábitos diarios que las personas realizan. Los medios especializados deberían intentar vincular lo cultural, desde esas prácticas, que parecerían insignificantes al ojo ilustrado, pero que comunican comportamientos. De esta manera los lectores no se sentirían intimidados por la solemnidad que implica la expresión cultural, sino identificados con el discurso cultural.

Para conseguir ello, en primer lugar, los editores de suplementos deberían voltear la mirada de los teatros hacia el arte callejero, de las grandes sinfónicas a los conciertos de rock alternativo, de los museos a las paredes de las calles, es decir, a todo ese conjunto de expresiones que vienen de la colectividad, y no de un grupo de intelectuales reconocidos. Del mismo modo se daría voz a las personalidades, que no pertenecen necesariamente a lo académico, ni a la élite, pero que crean bienes simbólicos o hacen gestión cultural. En ese sentido se realizaría una verdadera democratización de la cultura, ya que se pondría al alcance de todo público los objetos culturales que están a su alrededor.

No obstante esto no significa dejar de lado lo que sucede en el mundo de lo consagrado, sino, en palabras de Néstor García Canclini, hibridar las varias vertientes de la cultura, con el fin de ingresar al escenario de la modernidad, que hoy en día, está atravesado

por el internet y el desarrollo de la tecnología, en donde pululan los discursos culturales alternativos.

Con el fin de conseguir ese diálogo entre las diferentes experiencias de lo cultural, también se debería dar cabida a géneros periodísticos más flexibles, y es justamente el campo del Periodismo Cultural el terreno perfecto para experimentar con los formatos de difusión de información; por ejemplo se podría dar más espacio para la entrevista de ficción, o a la hibridación de géneros de la que habla Rodríguez Pastoriza (2006). Bajo esta dinámica se podría dar una mejor interpretación y una lectura menos pesada al contenido cultural.

En ese sentido los medios especializados, además, se enfocarían únicamente en la difusión de lo que sucede en lo cultural y dejarían, para la academia, la alfabetización de los públicos en lo que respecta a la comprensión del contenido simbólico de los productos artísticos o corrientes filosóficas.

En síntesis, de acuerdo con el análisis ejecutado en esta investigación, se han planteado estas recomendaciones con el fin de brindar un aporte al, aún, inexplorado, campo del Periodismo Cultural, el cual no solo debe estar ligado a la visión culta de la cultura, sino abrirse hacia la diversidad de discursos y prácticas que nacen en el heterogéneo y complejo ámbito de las expresiones artísticas, sociales y culturales.

## BIBLIOGRAFÍA

Adorno, T. (1997). La Industria Cultural. En Barbero, J. M & Silva, A. (Comp.) *Proyectar la Comunicación*. Colombia, Bogotá: Editores Tercer Mundo.

Amoruso, N. (2008). *Una revisión al análisis de Theodor Adorno sobre el Jazz*. En Revista A Parte Rei N° 55. Recuperado de: <http://serbal.pntic.mec.es/AParteRei/amoruso55.pdf> Acceso: (24 de octubre del 2013)

Bourdieu, P. (1998). *La distinción criterios y bases sociales del gusto*. España, Madrid: Taurus

Cervantes. Barba, C. (1995). *¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística?* En Comunicación y Sociedad (DECS, Universidad de Guadalajara), núm. 24. Recuperado de: [http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/24\\_1995/97-125.pdf](http://www.publicaciones.cucsh.udg.mx/ppperiod/comsoc/pdf/24_1995/97-125.pdf)

Cruz & Rosero (2012) *El periodismo cultural en los medios ecuatorianos*. Ecuador, Quito: Editorial Quipus. CIESPAL.

Eco, U. (1965). *Apocalípticos e Integrados*. España, Barcelona: Anagrama.

Eco, U. (2010, 16 de agosto) *Alta, media y baja cultura*. Revista Ñ. Recuperado de: [http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2010/08/16/\\_-02207363.htm](http://edant.revistaenie.clarin.com/notas/2010/08/16/_-02207363.htm) Acceso: (12 de octubre del 2013)

García Canclini, N. (1990) *Culturas Híbridas*. México, México: Editorial Grijalbo.

García Canclini, N. (1990/2005) *Culturas Híbridas (18ª Reimpresión)*. México, México: Editorial Grijalbo.

López, M. (1995). *Cómo se fabrican las noticias*. Argentina, Buenos Aires: Paidós.

Martín Barbero, J. (1991). *Periodismo y Cultura*. Colombia, Bogotá: Tercer Mundo Editores.

Martín Barbero, J. (1996). *Pre – textos: conversaciones sobre las comunicaciones y sus contextos*. Colombia, Cali: Universidad del Valle.

Martín Barbero, J. (2003). *De los medios a las mediaciones*. Colombia, Bogotá: Convenio Andrés Bello.

Martín Serrano, M. (1997). La Mediación de los Medios. En Barbero, J. M & Silva, A. (Comp.) *Proyectar la Comunicación*. Colombia, Bogotá: Editores Tercer Mundo.

Martín Serrano, M. (2004). *La producción social de comunicación*. España, Madrid: Alianza Editorial

Martínez Albertos, J. (1998). *Curso general de redacción periodística*. España, Madrid: Paraninfo

Pita González, A. (s.f.). *Las revistas culturales como fuente de estudio de redes intelectuales*. Recuperado de:

[http://www.cialc.unam.mx/Revistas\\_literarias\\_y\\_culturales/PDF/Articulos/Las\\_revistas\\_culturales\\_como\\_fuente\\_de\\_estudio\\_de\\_redes\\_intelectuales.pdf](http://www.cialc.unam.mx/Revistas_literarias_y_culturales/PDF/Articulos/Las_revistas_culturales_como_fuente_de_estudio_de_redes_intelectuales.pdf) Acceso: (27 de septiembre del 2013)

Ribera, J. (1995). *El Periodismo Cultural*. Argentina, Buenos Aires: Paídos.

Rodríguez Pastoriza, F. (2006). *Periodismo Cultural*. España, Madrid: Editorial Síntesis.

Rosero, S. (2012). *La construcción mediática de representaciones sobre cultura, sobre el periodismo cultural y su producción noticiosa* (Tesis inédita de maestría). FLACSO – Sede Ecuador.

Tassi, R. J. (2007). *Teoría de la Agenda*. Recuperado de:  
<http://es.scribd.com/doc/284445/TEORIA-DE-LA-AGENDA> Acceso: (17 de octubre del 2013)

Villa, M. (1998). *Una aproximación teórica al periodismo cultural*. En Revista Latina de Comunicación Social N°6. Recuperado de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/83mjv.htm> Acceso: (25 de septiembre del 2013)

Villa, M. (2000). *Una aproximación teórica al periodismo cultural*. En Revista Latina de Comunicación Social N°35. Recuperado de:  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm> Acceso: (25 de septiembre del 2013)

Wolf, M. (1987). *La investigación de la comunicación de masas*. Argentina, Buenos Aires: Paidós.

## **ANEXOS**

### **Anexo 1**

#### **Guía de codificación de los suplementos Artes y Cartón Piedra**

Nº unidad de análisis:

Suplemento:

Fecha:

Nº de nota:

Sección/pestaña:

Titular:

Autor:

Tema:

Género:

Fuente:

Procedencia:

Origen:

Tratamiento:

Noción de cultura:

Acompañamiento:



# Anexo 3

## MATRIZ 2

### CODIFICACIÓN DE VARIABLES DE ARTES

Fecha	Nº de Art. T1	Suplemento	Ámbito de abstracción														Género											Fuentes						Procesados			Origen			Tratamiento			Noción de cultura																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																																					
			A1	A2	A3	A4	A5	A6	A7	A8	A9	G1	G2	G3	G4	G5	G6	G7	G8	G9	G10	G11	F1	F2	F3	F4	F5	F6	F7	F8	F9	F10	F11	F12	F13	F14	F15	F16	F17	F18	F19	F20	P1	P2	P3	P4	P5	O1	O2	O3	O4	O5	O6	O7	O8	O9	O10	O11	O12	O13	O14	O15	O16	O17	O18	O19	O20	T1	T2	T3	T4	T5	T6	T7	T8	T9	T10	T11	T12	T13	T14	T15	T16	T17	T18	T19	T20	N1	N2	N3	N4	N5	N6	N7	N8	N9	N10	N11	N12	N13	N14	N15	N16	N17	N18	N19	N20	N21	N22	N23	N24	N25	N26	N27	N28	N29	N30	N31	N32	N33	N34	N35	N36	N37	N38	N39	N40	N41	N42	N43	N44	N45	N46	N47	N48	N49	N50	N51	N52	N53	N54	N55	N56	N57	N58	N59	N60	N61	N62	N63	N64	N65	N66	N67	N68	N69	N70	N71	N72	N73	N74	N75	N76	N77	N78	N79	N80	N81	N82	N83	N84	N85	N86	N87	N88	N89	N90	N91	N92	N93	N94	N95	N96	N97	N98	N99	N100	N101	N102	N103	N104	N105	N106	N107	N108	N109	N110	N111	N112	N113	N114	N115	N116	N117	N118	N119	N120	N121	N122	N123	N124	N125	N126	N127	N128	N129	N130	N131	N132	N133	N134	N135	N136	N137	N138	N139	N140	N141	N142	N143	N144	N145	N146	N147	N148	N149	N150	N151	N152	N153	N154	N155	N156	N157	N158	N159	N160	N161	N162	N163	N164	N165	N166	N167	N168	N169	N170	N171	N172	N173	N174	N175	N176	N177	N178	N179	N180	N181	N182	N183	N184	N185	N186	N187	N188	N189	N190	N191	N192	N193	N194	N195	N196	N197	N198	N199	N200	N201	N202	N203	N204	N205	N206	N207	N208	N209	N210	N211	N212	N213	N214	N215	N216	N217	N218	N219	N220	N221	N222	N223	N224	N225	N226	N227	N228	N229	N230	N231	N232	N233	N234	N235	N236	N237	N238	N239	N240	N241	N242	N243	N244	N245	N246	N247	N248	N249	N250	N251	N252	N253	N254	N255	N256	N257	N258	N259	N260	N261	N262	N263	N264	N265	N266	N267	N268	N269	N270	N271	N272	N273	N274	N275	N276	N277	N278	N279	N280	N281	N282	N283	N284	N285	N286	N287	N288	N289	N290	N291	N292	N293	N294	N295	N296	N297	N298	N299	N300	N301	N302	N303	N304	N305	N306	N307	N308	N309	N310	N311	N312	N313	N314	N315	N316	N317	N318	N319	N320	N321	N322	N323	N324	N325	N326	N327	N328	N329	N330	N331	N332	N333	N334	N335	N336	N337	N338	N339	N340	N341	N342	N343	N344	N345	N346	N347	N348	N349	N350	N351	N352	N353	N354	N355	N356	N357	N358	N359	N360	N361	N362	N363	N364	N365	N366	N367	N368	N369	N370	N371	N372	N373	N374	N375	N376	N377	N378	N379	N380	N381	N382	N383	N384	N385	N386	N387	N388	N389	N390	N391	N392	N393	N394	N395	N396	N397	N398	N399	N400	N401	N402	N403	N404	N405	N406	N407	N408	N409	N410	N411	N412	N413	N414	N415	N416	N417	N418	N419	N420	N421	N422	N423	N424	N425	N426	N427	N428	N429	N430	N431	N432	N433	N434	N435	N436	N437	N438	N439	N440	N441	N442	N443	N444	N445	N446	N447	N448	N449	N450	N451	N452	N453	N454	N455	N456	N457	N458	N459	N460	N461	N462	N463	N464	N465	N466	N467	N468	N469	N470	N471	N472	N473	N474	N475	N476	N477	N478	N479	N480	N481	N482	N483	N484	N485	N486	N487	N488	N489	N490	N491	N492	N493	N494	N495	N496	N497	N498	N499	N500	N501	N502	N503	N504	N505	N506	N507	N508	N509	N510	N511	N512	N513	N514	N515	N516	N517	N518	N519	N520	N521	N522	N523	N524	N525	N526	N527	N528	N529	N530	N531	N532	N533	N534	N535	N536	N537	N538	N539	N540	N541	N542	N543	N544	N545	N546	N547	N548	N549	N550	N551	N552	N553	N554	N555	N556	N557	N558	N559	N560	N561	N562	N563	N564	N565	N566	N567	N568	N569	N570	N571	N572	N573	N574	N575	N576	N577	N578	N579	N580	N581	N582	N583	N584	N585	N586	N587	N588	N589	N590	N591	N592	N593	N594	N595	N596	N597	N598	N599	N600	N601	N602	N603	N604	N605	N606	N607	N608	N609	N610	N611	N612	N613	N614	N615	N616	N617	N618	N619	N620	N621	N622	N623	N624	N625	N626	N627	N628	N629	N630	N631	N632	N633	N634	N635	N636	N637	N638	N639	N640	N641	N642	N643	N644	N645	N646	N647	N648	N649	N650	N651	N652	N653	N654	N655	N656	N657	N658	N659	N660	N661	N662	N663	N664	N665	N666	N667	N668	N669	N670	N671	N672	N673	N674	N675	N676	N677	N678	N679	N680	N681	N682	N683	N684	N685	N686	N687	N688	N689	N690	N691	N692	N693	N694	N695	N696	N697	N698	N699	N700	N701	N702	N703	N704	N705	N706	N707	N708	N709	N710	N711	N712	N713	N714	N715	N716	N717	N718	N719	N720	N721	N722	N723	N724	N725	N726	N727	N728	N729	N730	N731	N732	N733	N734	N735	N736	N737	N738	N739	N740	N741	N742	N743	N744	N745	N746	N747	N748	N749	N750	N751	N752	N753	N754	N755	N756	N757	N758	N759	N760	N761	N762	N763	N764	N765	N766	N767	N768	N769	N770	N771	N772	N773	N774	N775	N776	N777	N778	N779	N780	N781	N782	N783	N784	N785	N786	N787	N788	N789	N790	N791	N792	N793	N794	N795	N796	N797	N798	N799	N800	N801	N802	N803	N804	N805	N806	N807	N808	N809	N810	N811	N812	N813	N814	N815	N816	N817	N818	N819	N820	N821	N822	N823	N824	N825	N826	N827	N828	N829	N830	N831	N832	N833	N834	N835	N836	N837	N838	N839	N840	N841	N842	N843	N844	N845	N846	N847	N848	N849	N850	N851	N852	N853	N854	N855	N856	N857	N858	N859	N860	N861	N862	N863	N864	N865	N866	N867	N868	N869	N870	N871	N872	N873	N874	N875	N876	N877	N878	N879	N880	N881	N882	N883	N884	N885	N886	N887	N888	N889	N890	N891	N892	N893	N894	N895	N896	N897	N898	N899	N900	N901	N902	N903	N904	N905	N906	N907	N908	N909	N910	N911	N912	N913	N914	N915	N916	N917	N918	N919	N920	N921	N922	N923	N924	N925	N926	N927	N928	N929	N930	N931	N932	N933	N934	N935	N936	N937	N938	N939	N940	N941	N942	N943	N944	N945	N946	N947	N948	N949	N950	N951	N952	N953	N954	N955	N956	N957	N958	N959	N960	N961	N962	N963	N964	N965	N966	N967	N968	N969	N970	N971	N972	N973	N974	N975	N976	N977	N978	N979	N980	N981	N982	N983	N984	N985	N986	N987	N988	N989	N990	N991	N992	N993	N994	N995	N996	N997	N998	N999	N1000	N1001	N1002	N1003	N1004	N1005	N1006	N1007	N1008	N1009	N1010	N1011	N1012	N1013	N1014	N1015	N1016	N1017	N1018	N1019	N1020	N1021	N1022	N1023	N1024	N1025	N1026	N1027	N1028	N1029	N1030	N1031	N1032	N1033	N1034	N1035	N1036	N1037	N1038	N1039	N1040	N1041	N1042	N1043	N1044	N1045	N1046	N1047	N1048	N1049	N1050	N1051	N1052	N1053	N1054	N1055	N1056	N1057	N1058	N1059	N1060	N1061	N1062	N1063	N1064	N1065	N1066	N1067	N1068	N1069	N1070	N1071	N1072	N1073	N1074	N1075	N1076	N1077	N1078	N1079	N1080	N1081	N1082	N1083	N1084	N1085	N1086	N1087	N1088	N1089	N1090	N1091	N1092	N1093	N1094	N1095	N1096	N1097	N1098	N1099	N1100	N1101	N1102	N1103	N1104	N1105	N1106	N1107	N1108	N1109	N1110	N1111	N1112	N1113	N1114	N1115	N1116	N1117	N1118	N1119	N1120	N1121	N1122	N1123	N1124	N1125	N1126	N1127	N1128	N1129	N1130	N1131	N1132	N1133	N1134	N1135	N1136	N1137	N1138	N1139	N1140	N1141	N1142	N1143	N1144	N1145	N1146	N1147	N1148	N1149	N1150	N1151	N1152	N1153	N1154	N1155	N1156	N1157	N1158	N1159	N1160	N1161	N1162	N1163	N1164	N1165	N1166	N1167	N1168	N1169	N1170	N1171	N1172	N1173	N1174	N1175	N1176	N1177	N1178	N1179	N1180	N1181	N1182	N1183	N1184	N1185	N1186	N1187	N1188	N1189	N1190	N1191	N1192	N1193	N1194	N1195	N1196	N1197	N1198	N1199	N1200	N1201	N1202	N1203	N1204	N1205	N1206	N1207	N1208	N1209	N1210	N1211	N1212	N1213	N1214	N1215	N1216	N1217	N1218	N1219	N1220	N1221	N1222	N1223	N1224	N1225	N1226	N1227	N1228	N1229	N1230	N1231	N1232	N1233	N1234	N1235	N1236	N1237	N1238	N1239	N1240	N1241	N1242	N1243	N1244	N1245	N1246	N1247	N1248	N1249	N1250	N1251	N1252	N1253	N1254	N1255	N1256	N1257	N1258	N1259	N1260	N1261	N1262	N1263	N1264	N1265	N1266	N1267	N1268	N1269	N1270	N1271	N1272	N1273	N1274	N1275	N1276	N1277	N1278	N1279	N1280	N1281	N1282	N1283	N1284	N1285	N1286	N1287	N1288	N1289	N1290	N1291	N1292	N1293	N1294	N1295	N1296	N1297	N1298	N1299	N1300	N1301	N1302	N1303	N1304	N1305	N1306	N1307	N1308	N1309	N1310	N1311	N1312	N1313	N1314	N1315	N1316	N1317	N1318	N1319	N1320	N1321	N1322	N1323	N1324	N1325	N1326	N1327	N1328	N1329	N1330	N1331	N1332	N1333	N1334	N1335	N1336	N1337	N1338	N1339	N1340	N1341	N1342	N1343	N1344	N1345	N1346	N1347	N1348	N1349	N1350	N1351	N1352	N1353	N1354	N1355	N1356	N1357	N1358	N1359	N1360	N1361	N1362	N1363	N1364	N1365	N1366	N1367	N1368	N1369	N1370	N1371	N1372	N1373	N1374	N1375	N1376	N1377	N1378	N1379	N1380	N1381	N1382	N1383	N1384	N1385	N1386	N1387	N1388	N1389	N1390	N1391	N1392	N1393	N1394	N1395	N1396	N1397	N1398	N1399	N1400	N1401



## Anexo 5

### Tabulación del análisis de las variables de los suplementos **Cartón Piedra** y **Artes**

#### 1. Tema/ámbito de abordaje

<b>Temas</b>	<b>Cartón Piedra</b>	<b>Artes</b>
Artes pictóricas y plásticas	2	1
Artes escénicas		2
Literatura	17	6
Música académica/no comercial	3	
Música popular		1
Cine y Artes visuales	2	1
Memoria histórica	1	2
Industrias Culturales		
Otros	1	1
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

#### 2. Género

<b>Géneros</b>	<b>Cartón Piedra</b>	<b>Artes</b>
Noticia		3
Crónica	2	
Crítica	6	
Reseña	3	3
Perfil	3	3
Entrevista	4	5
Reportaje		
Efeméride		
Ensayo	4	
Biografía	1	
Hibridación	3	
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

### 3. Fuentes

Fuentes	Cartón Piedra	Artes
Instituciones	1	4
Libros	3	
Documentos (archivos históricos)		
Producción propia		
Agencias de noticias		4
Personajes (artistas)	8	6
Obras/eventos (películas, libros...)	14	
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

#### 3.1 Origen de la información

Origen	Cartón Piedra	Artes
Desde lo público	10	4
Desde lo privado	2	6
No aplica	14	4
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

### 4. Acompañamiento

Acompañamiento	Cartón Piedra	Artes
Fotografía	18	14
Ilustración	5	
Fotografía e ilustración	3	
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

### 5. Tratamiento de la información

Tratamiento de la información	Cartón Piedra	Artes
Elevado	22	
Medio (no se eleva, ni se banaliza)	4	5
Banalizado		9
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

### 6. Procedencia

Procedencia	Cartón Piedra	Artes
Nacional/local	14	10
Internacional	12	4
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

## 7. Noción de cultura

<b>Noción de cultura</b>	<b>Cartón Piedra</b>	<b>Artes</b>
Alta cultura	22	2
Media cultura	4	12
Cultura popular		
<b>Total de notas (sin columnas)</b>	<b>26</b>	<b>14</b>

## Anexo 6

### Entrevista a Fausto Rivera, editor del suplemento Cartón Piedra

#### 1. ¿Qué noción de cultura se maneja dentro de Cartón Piedra?

Manejamos la cultura como un concepto ampliado en el sentido de que tratamos de vincular todo lo que está pasando en el mundo de las artes pero en sus diferentes disciplinas: literarias, escénicas, musicales, teatrales, visuales, plásticas... Esas son las clásicas. Lo que nosotros queremos hacer seguir ampliando más hemos llegado al campo de la arquitectura, del diseño gráfico, el cine también. Hemos incursionado en un espacio que va relacionado con lo político, en lo referente a políticas públicas culturales.

Existe la economía cultural, temas de diseño, que tiene que ver con la creatividad, está la vinculación entre el arte y la naturaleza, arte para la transformación social. Eso es lo rico de la cultura, que es un entretejido social, simbólico, que dialoga con todo. Entonces nuestra visión sobre la cultura es la que logre condensar todo lo que está pasando en ese entramado social y simbólico, que está fuera de las lógicas superficiales de la vida.

#### 2. ¿Cómo se puede definir el trabajo que realiza Cartón Piedra: difusión cultural, crítica cultural, ensayo...?

Somos un suplemento de cultura, de un diario, que sale semanalmente todos los domingos. Como pertenece a un periódico, no debe tener un formato de una revista rígida, academicista, sino de un suplemento cultural que sea accesible para todo el mundo. Eso no significa que dejemos a un lado el rigor. Nosotros tenemos ensayos pesados, porque tenemos que atender a diferentes públicos que están leyendo el suplemento. Sin embargo tenemos temas que más bien están trabajados en los géneros de crónica, de perfil, de entrevista, formatos que de alguna manera son accesibles para todos.

Por otro lado, cuando llegan al suplemento temas duros, que no tienen otro espacio en el entorno editorial para publicarse, tenemos que habilitar ese espacio. Porque de alguna manera, se podría decir, que Cartón Piedra es el único suplemento cultural en el que no se mezclan categorías como el espectáculo, la cual es bastante superficial, porque se queda en el hecho noticioso. Nosotros vamos más allá. Por ejemplo, en otras publicaciones publican una nota sobre la película que recién se estrenó, pero le dan un tratamiento noticioso. Nosotros en cambio, entrevistamos al director, a los actores, hacemos crítica de lo que está pasando. En resumen nuestra labor es incluir tanto los temas rígidos, como los más periodísticos, de esa manera hacemos periodismo cultural.

### **3. ¿Cuál es la línea editorial de Cartón Piedra?**

La línea editorial es bastante diversa; trata de abarcar todo sin ningún tipo de censura, ya que en el ámbito cultural hay gente disidente con relación a la política, que tiene una posición negativa con relación a la forma de hacer política en general, y a veces esas posturas incomodan. Sin embargo ahora están surgiendo espacios para la crítica a través del arte, espacios que necesitan ser difundidos y para eso está el suplemento. Entonces por eso decimos que Cartón Piedra es inclusivo. Además trata de condensar no solo lo que está pasando aquí en el entorno cultural nacional, sino en el extranjero.

#### **a. ¿La línea editorial del suplemento está relacionada con la del medio al que pertenece?**

El periodismo aunque es intencional tiene que mantener márgenes de objetividad, es decir, tiene que dar un espacio a los grupos sociales o a los acontecimientos que lo requieren, de acuerdo a lo que está pasando en el marco de coyuntura. Entonces nosotros nos manejamos bajo esos criterios, no ideológicamente, porque varias personas, de diferente postura, han publicado aquí. Por eso es que hacemos un periodismo intencional en este suplemento, tratamos de incluir temas que incomoden, como lo relacionado con la sexualidad, el campo de las ciencias políticas, la filosofía, a los temas de género, la representación del cuerpo, los homosexuales, etc. Aunque sabemos que a mucha gente no le va a gustar es necesario incluir esos temas, porque se están dando en la literatura, las artes visuales y otras. En consecuencia la línea editorial se va por ese lado, es diversa, sin ataduras, ni consignas.

### **4. ¿Cuáles son los temas y personajes culturales que el editor y el equipo de trabajo consideran importantes para incluir en el suplemento?**

Tratamos de darle espacio a lo visual, a través de archivos fotográficos, portafolios. En lo que tiene que ver con los personajes y temas, no podemos dejar de lado lo que está pasando coyunturalmente en el país; pero también hay temas que se pueden ir trabajando de lado de lo actual, como crónicas de la ciudad. En este momento, estamos empeñados en construir una suerte de memoria literaria de Quito. Entonces vemos a una persona que tenga afinidad con estos temas y le encargamos escribir sobre ello.

A más de ello estamos pendiente de las fechas, de darles una re significación diferente, como es el caso del día de los difuntos. Lo típico que se escucha es que es un ritual hacia los muertos, donde van a visitarles y etcétera, pero detrás de eso hay unas prácticas rituales simbólicas bastante ricas, que no están siendo visibilizadas. Entonces nosotros cuando nos planteamos un tema, que es de coyuntura intentamos darle un tratamiento desde un ángulo que no se lo ha abordado. Por otro lado, en el suplemento no tenemos temas específicos, ni se hace un tipo de jerarquización.

**a. ¿Cómo se da el proceso de selección de contenido?**

Todos los lunes nos reunimos con el director del diario, Orlando Pérez. Yo (Fausto Rivera) planifico los temas para cubrir durante toda la semana, los que van rozando lo coyuntural y los que tienen proyección, junto con la coordinadora de Cartón Piedra, Mariana Alvear, y le proponemos a Orlando. Los temas que tienen relación con lo coyuntural y con las conmemoraciones se van seleccionando semanalmente en grupo. En general se privilegia lo coyuntural, porque se puede tener acceso, al hecho en sí, a los actores o personajes a los que no se puede dejar pasar.

**b. ¿Cómo se configura la agenda temática?**

Se configura en base a lo diverso, no solo tener un sello local, sino internacional también, con el fin de ir equilibrando esos dos mundos, ya que en lo exterior da señales de lo que se está dando en lo cultural, que bien se puede incorporar o compartir en el país, para fomentar el debate. Aparte Cartón Piedra si se sujeta a una agenda, porque tenemos las herramientas para saber qué es lo que va a pasar.

Nosotros lo que hacemos también es publicar los eventos o las políticas culturales que se están dando y con ello, lo que se quiere lograr, es que se pueda llegar a la autoridad, para que se apliquen ese tipo de cosas en territorio nacional. Además tratamos de acercar lo que sucede en el extranjero a las personas de aquí, que no pueden acceder a ese mundo. **Nosotros somos una especie de mediadores entre la realidad y el público.**

**c. ¿Están establecidas rutinas productivas dentro de la sala de redacción de Cartón Piedra?**

Dentro del suplemento se cuenta con una serie de colaboradores, que los vamos definiendo cada semana, de acuerdo a las experticias de cada uno y de acuerdo al tema que se tenga. **Aquí se da una prioridad a la especialización de la gente.** Por otro lado cuando nosotros tenemos la capacidad de cubrir un tema, a partir de nuestras capacidades, lo hacemos. No se da un trabajo noticioso o periodístico, sino algo más crítico, reflexivo.

**5. ¿Cómo se jerarquiza la información dentro del suplemento, bajo qué criterios?**

Se jerarquiza según la calidad de los textos, pero más allá de eso, se define previamente cuáles van a ser los temas centrales. No queremos meternos en una camisa de fuerza, lo que hacemos son especiales, de acuerdo a lo que le guste al equipo y de acuerdo a lo que ha demandado el tema.

## **6. ¿Cuáles son los géneros que se utilizan en Cartón Piedra?**

Nosotros tratamos de aplicar todos los géneros periodísticos que existen, como el ensayo, la reseña, perfiles, entrevistas, crónicas, y una serie de otros géneros que son híbridos.

## **7. ¿Cómo está conformado el equipo de trabajo de Cartón Piedra?**

Está el director, el editor de suplementos, la coordinadora, un equipo periodístico que se comparte de la sección de Cultura del El Telégrafo, un equipo de fotógrafos también de El Telégrafo, de diseñadores.

El equipo – los redactores – se elige a través de las experticias. Se define de acuerdo al tema, y a la especialidad de un redactor en dicho tema. También hay gente que nos escribe, diciendo que tiene un trabajo y quisiera publicarlo en el suplemento. En ese caso lo que hacemos es pedir que nos envíen un texto y nosotros lo valoramos, de acuerdo a la forma en cómo se desarrolla el tema. Tratamos de hacerlo diverso, que cada semana escriba gente diferente, pero como tenemos un nivel de exigencia alto, solo lo mejor tiene que entrar. Por eso suelen aparecer los mismos nombres, porque escriben bien.

## **8. ¿Cuál es el público objetivo de Cartón Piedra?**

Todos. De alguna manera tenemos temas rígidos que no pueden ser para todos, porque necesitan especialización, eso no significa que esa persona no pueda coger un libro para investigar más, complementarse. Pero no está discriminado para científicos sociales, para escritores, poetas, artistas contemporáneos, sino para el público en general.

Si bien el lenguaje es complejo, no quiere decir que el público no pueda coger un diccionario o un libro para entender mejor el contenido. Es decir, no hay que subestimar al público, porque se da cuenta de lo que se está escribiendo, en ese sentido, nosotros no bajamos el nivel, porque el suplemento tiene que servir como un complemento para que, si te gustó un tema que leíste ahí, tú lo profundices aparte.

Nosotros somos parte de un limitado sector del periodismo cultural ecuatoriano.

### **a. ¿Se eleva al hecho cultural?**

Tratamos de ponerlo en otro lugar. Por muchos años el periodismo cultural ha estado secuestrado por la farándula y el espectáculo, en donde no se ha profundizado el hecho cultural, no hay un análisis, una postura crítica, sobre qué es lo que se está representando. Nosotros tuvimos que enfrentarnos con ese déficit, y no por ello vamos a abordar lo cultural de una manera simple, tranquila, sino desde una fuerza en la rigurosidad del trabajo.

Nuestro objetivo es hacer, al hecho cultural mucho más alto, nosotros queremos ser los intermediarios entre quien le interese y entre lo que está pasando. La labor de Cartón Piedra es

tratar de hacer a lo cultural algo llamativo, pero sin perder la rigurosidad, sin banalizar el acontecimiento.

**9. ¿Qué tipo de fuentes prioriza Cartón Piedra?**

Entrevistas, libros, registros históricos, periódicos anteriores, perfiles, biografías, el evento cultural y los lugares. No se toma en cuenta a las Industrias Culturales, en donde se banaliza la cultura

**10. Al ser un producto auspiciado por el Ministerio de Cultura, ¿cuál es el nexo que existe con el ministerio en la propuesta editorial y cultural?**

El Ministerio de Cultura es parte del entorno cultural ecuatoriano, por eso no se lo puede dejar pasar. El ministerio de cultura no dispone las líneas de lo que hay que hacer. El Estado no crea el arte, son los individuos y lo único que hace es facilitar que se haga eso a través de recursos, de espacios, lo que sea. Simplemente es el facilitador. Con el renacimiento del Ministerio de Cultura se ha abierto un nuevo territorio que atender.

## **Anexo 7**

### **Entrevista a Agustín Garcells, editor del suplemento Artes**

#### **1. ¿Qué noción de cultura se maneja dentro del suplemento Artes?**

En Artes se maneja hechos culturales de todo tipo, tanto danza, música, artes plásticas, literatura, incluso se publican crónicas de viaje, críticas de libros y de cine. Además hacemos crítica teatral. En cuanto a los temas tratamos de ser bastante abarcadores.

Artes no es una publicación de coyuntura en el sentido que, como sale una vez a la semana, no es algo informativo, sino que se trata de dar una visión amplia de los hechos, una valoración de las grandes obras que se presentan. Nosotros no anunciamos la obra como tal, porque para eso está el periódico (La Hora) lo que abordamos es cómo es esa obra, cómo se ha reflejado, qué éxito tiene y qué proyecciones puede tener.

#### **2. ¿Cómo se da el tratamiento del hecho cultural en Artes?**

El tratamiento tiene que ver con cuestiones de estética, es decir, de que la gente comprenda qué es lo mejor, qué es lo más rescatable. No decimos que es lo que deben ver, sino que damos las pautas. Eso es lo que perseguimos, modestamente; y que los grandes acontecimientos culturales del país no queden fuera, porque esa es la memoria del país. Para ello tratamos de manejar un lenguaje que sea lo más sencillo posible, tratamos de alejarnos de los tecnicismos, pero hay momentos en los que debemos ser un poco técnicos, porque comprendemos también que el público que va al teatro, le gusta ese arte y por tanto maneja algunos términos.

Entonces tratamos de combinar un lenguaje ameno, pero lo más preciso posible, es decir, técnico, pero en un sentido en el que se entienda. No podemos aspirar a hablarles solo a los que saben de teatro o a los que conocen la literatura y los que saben de cine, para eso existen otras publicaciones más especializadas. Artes es una publicación semanal que va dentro de un periódico y por eso tenemos que llegar a un público más amplio.

#### **3. ¿Cómo se puede definir el trabajo que realiza Artes?**

Ante todo Artes hace difusión de cultura. También se intenta educar al público, orientarlo hacia las nuevas tendencias y hacia las buenas tendencias, que a nuestro juicio proponemos, también hacia lo novedoso. Aunque en este sentido, no podemos ser tan pretenciosos y decirle a la gente lo que deben o lo que no deben ver, no es ese el sentido. Lo que tratamos es, en esa vertiente, dar una orientación al público. En eso somos bastante modestos.

#### **4. ¿Cuál es la línea editorial de Artes?**

Es una línea editorial, que tiene que ver con el reflejar los hechos más trascendentes, que consideramos que valen la pena, que consideramos que fijen pautas dentro de la cultura

nacional. Nosotros no nos casamos con instituciones, incluso la publicidad que existe en las páginas de Artes es poca, es decir, no hay ningún tipo de compromiso en ese sentido.

Ahora, la línea editorial del suplemento está relacionada en parte, con la que maneja el diario La Hora, ya que se comparte el equipo periodístico con la sección de Cultura del periódico.

**5. ¿Cuáles son los temas y personajes culturales que el editor y el equipo de trabajo consideran importantes para incluir en el suplemento?**

Hay lugares emblemáticos, que no se los puede obviar, es decir, lo que exhibe por ejemplo el grupo Malayerba, que es importante, ya que sienta pautas, lo que exhibe la Asociación Humboldt, porque es un lugar en donde se colocan cosas que valen la pena, El Teatro del CCI, que aparte de que es cliente del diario, tiene buenas propuestas.

En general nos enfocamos en las cosas más trascendentes, quizás erramos o dejamos algo que valía la pena y no lo cubrimos, pero no somos perfectos en eso, ya que contamos con un equipo reducido, que no se da abasto para todos los hechos culturales que se generan y eso nos limita un poco.

También tratamos de llegar a las provincias, ya que como La Hora es el único medio en Ecuador, que tiene réplicas en otras zonas del país, tratamos de que el hecho, aunque se genere en Quito, puedan ser referenciales para las otras provincias. Muy pocas veces contamos con trabajos de provincias, porque allí no se enfocan mucho en el área cultural. De todas maneras, La Hora de Quito que mayormente se construye en base a lo que sucede en la ciudad, nosotros pensamos, que como es la capital le interesa a los demás lugares del país. Cuando difundimos un acontecimiento, que, por ejemplo, se va a dar en El Teatro del CCI, ponemos entre paréntesis la dirección, porque sabemos que nos puede estar leyendo un lector de Loja, por decir.

**a. ¿Cómo se da el proceso de selección de contenido?**

El proceso no es muy complicado. Yo me reúno con Damián, el redactor, los jueves y en unos quince minutos pasamos revista a los temas que creemos fundamentales en la semana siguiente a la de la edición. Después escogemos los hechos que valen la pena cubrir, en los que están involucrados personajes o lugares de trascendencia, siempre procurando que haya información sobre literatura, teatro, danza o artes plásticas.

**b. ¿Cómo se configura la agenda temática?**

En base a la calidad y la trascendencia del hecho, bajo esos parámetros nos medimos.

**c. ¿Están establecidas rutinas productivas dentro de la sala de redacción de Artes?**

María José C. cubre todo lo que sucede en el día a día, y Damián de la Torre acude a esos eventos y le da una proyección, que es lo duradero de lo cotidiano, lo que queda registrado en la memoria.

**6. ¿Existe algún tipo de influencia por parte de Diario La Hora (o del grupo Vivanco), en la propuesta editorial de Artes?**

No. El dueño del periódico (Francisco Vivanco), a veces nos da unas sugerencias, pero él no traza la línea temática. La línea la traza el editor del área de Cultura, y en algunas ocasiones se consulta a la editora general, sobre la información que se recibe, pero la línea es configurada por los que hacemos Cultura.

**7. ¿Bajo qué géneros periodísticos se presenta la información y cómo se los establece?**

Los géneros que manejamos en el suplemento básicamente son: la reseña, tanto de cine como de libros, también usamos el reportaje, porque tenemos una página que se llama “Promotores” en la que se ubican grupos de personas que sencillamente son eso, promueven la cultura durante mucho tiempo y merecen que su trabajo se resalte; hacemos crónicas de viaje también y valoración de las obras artísticas. Así nos vamos manejando, básicamente con la crónica y la reseña, ya que en lo que respecta a géneros informativos no utilizamos en el suplemento, porque sale una vez a la semana.

**8. ¿Cómo está conformado el equipo de trabajo de Artes?**

El equipo está conformado por el editor (Agustín Garcells), un redactor (Damián de la Torre, que es quien va a los eventos y escribe las reseñas), y una redactora de los temas coyunturales diarios, que es María José C. Aparte de ellos contamos con colaboradores en lo que es cine, en donde está Ricardo Segreda, quien hace crítica de películas; en la sección de memoria contamos con Germán Rodas, especialista en el tema de Historia y miembro de la Academia Nacional de Historia y en lo que respecta a la crítica de libros contamos con Oswaldo Paz y Miño.

Además tenemos la colaboración de María Helena Barrera, que es una escritora magnífica, amiga nuestra, que ganó el Premio Aurelio Espinosa Pólit. Ella escribe para la sección “Silabas” y ocasionalmente para “Memoria”, depende del tema que nos envía. Ella escribe también para “Galería”, porque ella se mueve entre las salas de exposición más importantes de Nueva York, donde reside, y gracias a ella hemos tenido primicias de los grandes museos.

También contamos Edgar Freire Rubio, que hace crónicas sobre libros, hace sus guiños a la política también, aunque estamos regulando eso, debido a la Ley de Comunicación. Él escribe la sección llamada “Librero”, en donde hace crítica de todos los libros que le llegan, ya que él es un referente de los libreros de Quito y todas las personas le envían sus publicaciones, para que las publique. Entonces lo que hace es mencionar algunas obras y hacer comentarios críticos sobre ellas.

Estos colaboradores, generalmente envían sus trabajos y no cobran por ellos, por el amor que le tienen a la cultura y al suplemento. Ellos han venido aportando desde hace varios años. Por tradición, son personas ya establecidas, con suficiente prestigio y amor a la profesión y los hemos mantenido. Eso no quiere decir que en algún momento tengamos una publicación de otra firma, pero nos vamos por las personas que están ya fijas.

### **9. ¿Cuál es el público objetivo de Artes?**

Nosotros tenemos que tener conciencia que es un suplemento que circula junto a un periódico, y si está dentro de un periódico, hay que tomar en cuenta que no es un público de élites; es un público de clase media, aunque tenemos un grupo elitista, en cuanto a escritores, pintores, que nos siguen. Pero nosotros tratamos de ir a un público de clase media.

### **10. ¿Qué tipo de fuentes prioriza Artes?**

Las instituciones. Vamos a las instituciones que consideramos que vale la pena lo que están haciendo; como por ejemplo el Consejo Nacional de Danza, la Casa de la Cultura, por todo lo que irradia, los grupos de teatro como Malayerba. Por el lado de los escritores, siempre estamos pendientes de lo que están publicando y cuanto escritor extranjero visita el país, Artes lo muestra.