

EL PERIODISMO CULTURAL EN LA PRENSA ESCRITA Y LA TELEVISIÓN DEL ECUADOR

Pamela J. Cruz

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL)
pcruz@ciespal.net

Santiago Rosero

Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL)
zuckoroseo@gmail.com

Resumen

El objetivo de la investigación "El periodismo cultural en los medios ecuatorianos" fue comprender cómo determinadas representaciones de cultura se construyen en el quehacer periodístico cotidiano. Por medio de dos aproximaciones metodológicas, una de análisis de contenido realizada a una muestra de 10 medios entre impresos y audiovisuales, y otra etnográfica en el departamento de redacción de un diario capitalino, se presenta evidencia de que en el subcampo del periodismo cultural -noción de la sociología reflexiva de Pierre Bourdieu-, la noticia cultural resulta tanto de la interiorización de las lógicas estructurales planteadas por la industria mediática en las dinámicas que desarrollan los periodistas, como de la reproducción de un tratamiento informativo vinculado con las nociones de legitimidad socialmente construida en relación a los acontecimientos culturales. Se demuestra que la producción de noticias culturales es permanente en Ecuador, especialmente en los diarios; sin embargo, hay problemas comunes a la prensa y la televisión: uni-fuentismo, silenciamiento de temas y ausencia de agenda propia¹.

Palabras clave: Periodismo Cultural, representaciones, tratamiento informativo, análisis de contenido, etnografía, Ecuador.

Abstract

The research objective "The cultural journalism in the Ecuadorian media" was to understand how certain cultural representations are constructed in everyday journalistic work. Through two approaches, a content analysis on a sample of 10 print and broadcast media, and other ethnographic in the editorial department of a newspaper, it presents evidence that in the subfield of cultural journalism -a reflexive sociology notion of Pierre Bourdieu-, the news is the result of a culturally internalized structural logics raised by the media industry in the dynamics that develop journalists, and the reproduction of an informative treatment linked to the socially constructed notions of legitimacy in relation to cultural events.

We show that the production of cultural news is permanent in Ecuador, especially in the newspapers; we observe that there are common problems to the press and television: uni-sourcing, the silence of issues and absence of a agenda.

Key words: Cultural journalism, representations, informative treatment, content analysis, ethnography, Ecuador.

Artículo recibido el 15 de diciembre de 2011; sometido a pre-revisión el 3 de enero de 2012; enviado a revisión el 3 de enero de 2012; aceptado el 3 de febrero de 2012; publicado Año 3. Vol. 3. No. 3.

1. Introducción

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

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

La investigación "El periodismo cultural en los medios ecuatorianos", que constituye un aporte del Centro Internacional de Estudios Superiores de Comunicación para América Latina (CIESPAL) y el Ministerio Coordinador de Patrimonio a la producción de conocimiento de periodismo especializado, analizó en varios periodos entre 2008 y 2010 la construcción de la noticia cultural para, a partir de ella, entender cómo los medios de comunicación del país producen determinadas representaciones sobre cultura.

Se consideró al periodismo cultural como un subcampo o campo especializado del campo periodístico, noción que se aborda desde la propuesta teórica de Pierre Bourdieu, asumiéndolo como estructura que condiciona ciertas formas de funcionamiento interno. En este campo, los discursos aparecen como resultado del funcio-

namiento de los capitales con que cuentan los agentes que actúan dentro de él, así como por las relaciones que se establecen con todas las posiciones de poder relacionadas al ejercicio periodístico, mismas que atraviesan lo ideológico, religioso, cultural, moral y comercial. Al respecto, dice Bourdieu: "al igual que el político y el económico, y mucho más que el científico, el artístico, el literario o incluso el jurídico, el campo periodístico está permanentemente sometido a la prueba de los veredictos del mercado, a través de la sanción, directa o indirecta, de los índices de audiencia" (Bourdieu, 1996: 106).

Este autor utiliza la figura del juego como un elemento constitutivo de la dinámica de los campos. Quienes están en juego, dice, son jugadores que se oponen unos a otros en la medida en que coinciden en su creencia en el juego y en lo que se juega. El conjunto de capitales, cartas de juego y demás determinantes inherentes al campo, en este caso periodístico, construyen o desarrollan en el agente (periodista) un *habitus* que encarna un acumulado de nociones dispuestas para la práctica y que le otorgan sentido al "juego".

El *habitus* fue la segunda noción que conceptualmente condujo este trabajo. Fue usado para analizar la forma como el campo periodístico se constituye y se despliega en las dinámicas internas de la producción periodística, así como en la consecuente construcción de representaciones sobre cultura.

A partir de este recorrido conceptual, la pregunta rectora apuntó a: cómo y a qué condicionantes estructurales y de ejercicio profesional responden la construcción de la noticia cultural en la prensa y televisión nacionales y las representaciones sobre cultura que de ese proceso se derivan.

Las preguntas operativas se centraron en algunas de las nociones que, a juicio de esta investigación, operan con mayor fuerza en la producción noticiosa del campo periodístico: cultura, coyuntura, línea editorial, relacionamiento con las fuentes y establecimiento de agendas al interior de una redacción para que las noticias culturales se construyan de la forma en que se construyen y para que de ellas se deriven unas particulares representaciones sobre cultura.

Para resolver estas inquietudes, se plantearon dos ejercicios metodológicos: un análisis de contenido y una etnografía. Antes de detallarlos, se repasan brevemente los estudios más destaca-

dos que se han realizado alrededor del periodismo cultural, a escalas nacional e internacional.

2. La investigación sobre periodismo cultural

El interés académico por este subcampo periodístico es inexistente en Ecuador. No obstante, desde una perspectiva etnográfica, el trabajo *La construcción de la noticia: corrupción y piponazgo* (2003), de Silvia Rey, evidencia los mecanismos que utilizan los periodistas y medios de comunicación para construir las notas que circulan diariamente. En esa línea, entre otras cuestiones se pregunta: de qué o de quién depende los enfoques que se imprimen en la información, y cuáles son los criterios que definen los temas a ser abordados. El caso de estudio que toma esta autora es uno de carácter político, y, tal como en esta investigación, se enfoca en la producción noticiosa que generó el diario Hoy considerando que se trata de un periódico con énfasis en lo político.

Por otras latitudes, las experiencias son diversas y de variados acercamientos. En relación directa con la investigación aquí desarrollada está el trabajo "¿De qué se constituye el *habitus* en la práctica periodística?" (1995), de Cecilia Cervantes Barba, en el cual se plantea una búsqueda de articulación entre la sociología del periodismo y la sociología reflexiva propuesta por Bourdieu. La entrada metodológica se basa en la categoría *habitus*, misma que resulta ideal en el análisis empírico sobre producción noticiosa ya que ayuda a señalar que la noticia es, en buena medida, producto de las exigencias organizacionales o corporativas de la empresa que la elabora, de tal forma que la práctica periodística adquiere autonomía relativa con respecto a las determinaciones externas provenientes, sobre todo, de los grupos de poder público que actúan como fuentes y que se encuentran organizados de acuerdo con exigencias e intereses propios.

En estrecha cercanía con la noción de cultura que construyen los medios de información masiva, está "Escenario, Butaca y Ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural" (2006), trabajo de Elkin Rubiano en el cual, mediante un análisis de contenido de tipo estadístico -realizado a dos periódicos y dos revistas colombianas-, determina que la práctica profesional del perio-

dismo cultural mantiene una limitada autonomía frente a la lógica económica de las industrias culturales, lo que la reduce a los eventos periódicos que se ofertan en los medios y descuida las posibilidades de entenderla en su dimensión de pluralidad, conflictos y procesos.

Es importante señalar que en esta investigación no se analizaron las industrias culturales, en tanto concepto ni campo, pero ya que al referirnos a los resultados de las dinámicas de producción informativa como productos periodísticos y al plantear un análisis de los medios de comunicación, como organizaciones con una lógica de producción en cierta forma industrial y masiva, se señala que al hablar de productos se tomó en cuenta que la información se maneja como "materia prima" y que es transformada mediante un proceso de producción que implica el paso por cadenas de "montaje", "control de calidad", etcétera, hasta convertirse en el "producto noticia" (Verón, 1987:111). Del trabajo de Rubiano, se recoge aquello que indica que la limitada autonomía de la práctica del periodismo cultural en relación con condicionantes de mercado, la reducen a su aspecto de revisión y oferta factual de los acontecimientos culturales.

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

de sus "productos"; 2) el del contenido; y 3) el de los efectos.

De todos estos trabajos, se adoptaron determinados conceptos que se enfocan en el proceso de construcción de las noticias y en su inclusión dentro de un entramado de sentidos que hacen posible su circulación. Los trabajos que específicamente tratan sobre periodismo cultural sirvieron para delinear un concepto sobre él y para trazar un recorrido histórico de su formación como disciplina especializada del periodismo.

2.1. El periodismo cultural en perspectiva

En esta investigación no se desarrolló un concepto teórico único de periodismo cultural; ya que éste parece no existir con límites claros. Se puso en perspectiva el nivel de desarrollo, la concepción y el tipo de aproximación a la práctica que el periodismo cultural ha alcanzado en nuestra región.

A manera de panorama histórico sobre el periodismo cultural en sus alcances de diversa amplitud, sobresale el recuento que propone Jorge Rivera en su libro *El periodismo cultural* (1995) que registra que, con la aparición de varios periódicos entre los siglos XVII y XVIII, habría de consolidarse la prensa hispanoamericana. Entre esos títulos aparecen la *Gaceta* y el *Mercurio de México*, la *Gaceta de Lima*, el *Diario Erudito*, *Económico y Comercial del Perú*, el *Papel Periódico de Cuba* y el *Primicias de la Cultura de Quito*, asentados en su mayoría en la base iluminista del enriquecimiento a través del cultivo de "las artes y las letras".

Todos estos periódicos, con modalidades propias, fueron delineando las matrices de la prensa latinoamericana así como de muchos proyectos de periodismo cultural que se afirmaron en la región hacia finales del siglo XIX y principios del XX, con revistas como *La Biblioteca*, *Martín Fierro y Sur* (Buenos Aires), *Revista Azul y Cuadernos Americanos* (México), *Revista de América* (Bogotá), *Marcha* (Montevideo) (Rivera, 1995: 49), entre muchas otras².

Para lo que ya en el primer tercio del siglo XX era considerado el fenómeno del periodismo cultural a nivel mundial, la existencia de las llamadas "revistas literarias" plantea algunas cuestiones teóricas y técnicas dignas de considerarse. Para muchos de los autores renombrados que participaban en estos medios, "revista literaria"

es toda publicación "de un grupo, conjunto o cenáculo de intelectuales que buscan, a través de ella, la difusión de su mensaje, libres de objetivos comerciales y al margen del presupuesto oficial" (Rivera, 1995: 56), lo que supone la exclusión de las secciones "literarias" de los diarios y revistas de interés general, y de las publicaciones de carácter universitario o institucional. Cabe aquí una puntualización que, a pesar de esta suerte de consenso, no todas las revistas literarias de entonces carecieron de propósitos comerciales (lo prueban, entre otras, las revistas *Nosotros y Sur*), así como tampoco no todos los proyectos que contaron con apoyo estatal deben ser descartados (Rivera, 2000: 56).

Por otro lado, no todas las "revistas literarias" se limitaron al campo de la literatura sino que prestaron atención al vasto universo de las bellas artes, la filosofía, la historia, la arquitectura, la música, el urbanismo, las ciencias sociales, la política, la economía, el derecho, etc.; por lo tanto, a tales publicaciones, según Rivera, les correspondería la designación de "revistas culturales", como aclaración de que el periodismo cultural que desarrollaban se inscribía dentro de ese panorama latinoamericano interesado por una visión abarcadora y ampliada de la cultura y sus fenómenos (Rivera, 1995). Entre otras, las revistas que fueron parte de esta designación son las clásicas y modelares *Martín Fierro*, *Claridad*, *Nosotros*, *Sur*, *Gaceta Literaria*, *Síntesis* y *Realidad* pero, además de proponer una determinada línea editorial respecto al espectro de cobertura que les interesaba incluir a estos medios pioneros, también se fue definiendo desde un principio el alineamiento con ciertas estéticas, ideologías y doctrinas de grupo.

Tanto las revistas especializadas como los suplementos y secciones culturales de periódicos y de otras revistas de contenido misceláneo, en tanto difusoras de información, se comportaron respondiendo a consignas de reproducción y promoción típicamente endogrupales (Rivera, 1995: 57) y a la construcción de determinadas ideas de cultura que eran gestadas en sus salas de redacción y esparcidas masivamente a manera de representaciones sociales. Así se corrobora que desde que el periodismo cultural empezó a tomar forma en la región, con la apertura a ciertas temáticas y la discriminación de otras, y con sus respectivos tratamientos como productos periodísticos culturales, se fueron moldeando determinadas ideas de cultura que en la sociedad se insertaron a mane-

ra de representaciones cargadas de la legitimidad que el particular oficio de cada medio dedicado a ello supo impregnarle.³

A lo largo de su práctica, el periodismo cultural se ha enfrentado a la disyuntiva de a qué aspectos de los reconocidos como culturales atender. De la somera revisión histórica de sus orígenes, se lo relaciona con el abordaje, en ocasiones diferenciado y en otras intentando tender un puente, de dos grandes espacios de producción de sentidos como continentes, cada uno, de manifestaciones culturales y artísticas distintas.

Por un lado, el periodismo cultural se ajustó a una concepción ilustrada de las manifestaciones artísticas y culturales que restringía su labor al ámbito de las "bellas letras" y las "bellas artes", con la intención de promover la hegemonía de un modelo de cultura especializada y erudita que a la vez daba cuenta de las aspiraciones de poder de determinados grupos sociales (Rivera, 1995: 15). Esta perspectiva, que se perfilaba desde particulares disciplinas y desde una postura ideológica exclusivista, se aplicó y se sigue aplicando para designar a un grupo de personas que detentan el "saber" y el "buen gusto" y que, calificando positiva o negativamente, divide a los grupos en cultos e incultos y menosprecia la capacidad de todos los sectores de "hacer cultura" (Villa, 2000: 2).

A partir de la expansión de las perspectivas de la antropología cultural, el periodismo cultural amplió su radio de enfoque hasta hacerlo más abarcador. Esta concepción "tendría su punto de partida en la vieja definición integradora que propuso E.B. Taylor hacia 1874, cuando hablaba de la cultura como conjunto complejo que incluye conocimiento, creencias, arte, moral, ley, costumbres y otras capacidades y hábitos adquiridos por el hombre como miembro de la sociedad" (Rivera, 1995: 15). No obstante, el periodismo cultural que acuñó esta forma de concebir la cultura y que en su práctica amplió las temáticas de cobertura, fue criticado de inclinarse hacia la vulgarización -entendida como la divulgación masiva e indiscriminada- de una cultura general en su sentido más difuso, apoyada ya no por medios especializados sino por suplementos, revistas de divulgación o colecciones fasciculares-. Se planteaba entonces una polarización entre dos ámbitos de producción de sentidos que, a pesar de las perspectivas aglutinadoras que se propusieron en adelante, sigue considerándose desde algunas posiciones como irreconciliable.

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

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

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

3. Metodología

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

Del 27 de septiembre al 10 de octubre de

2010, que comprende una semana típica de publicaciones (del 10 al 16 de octubre), periodo de dinámicas corrientes en el acontecer cultural local, y una semana atípica de publicaciones (del 4 al 10 de octubre), porque se lanzó la campaña nacional contra el tráfico ilegal de bienes patrimoniales, se analizaron los cinco diarios privados y el uno público, y los telediaros de dos canales privados, el del canal público y uno de un canal a cargo del Estado, para conocer el tratamiento periodístico dado a dicha campaña nacional. En total, se analizaron 1.448 notas informativas de prensa -incluidas 14 columnas de opinión y 2 análisis-, y 90 notas informativas de televisión.

Lo anterior se complementó con tres estudios de caso: uno sobre la producción cultural en el medio público, uno sobre patrimonio y uno sobre la línea editorial en prensa. En el análisis de contenido y los tres casos de estudio, la unidad de análisis fue los distintos textos periodísticos impresos (incluidas fotos e infografías) individualizados y enmarcados por un título publicados en la portada y contraportada, las secciones y suplementos culturales, de espectáculos y cine de diarios, y las notas televisivas difundidos en los bloques televisivos, en todos los géneros informativos e interpretativos: noticia, nota breve, foto y texto, entrevista, crónica, reportaje, solo infografía/dibujos, etc. Se consideraron, además, piezas periodísticas de opinión.

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

El otro segmento de acercamiento metodológico fue una etnografía que se desarrolló durante mes y medio, entre 2008 y 2009, en la sala de redacción de la sección cultural del periódico El Comercio, y por medio del cual se exploró el proceso de producción de las noticias culturales que cotidianamente se generan. Se consideró a esta sección como objeto de estudio pues, antes de cualquier apreciación acerca de la calidad de sus contenidos, es la que aceptó ser observada en el marco de esta investigación. Este acercamiento permitió la realización de una descripción del proceso de construcción de la noticia cultural.

4. Resultados generales del análisis de contenido⁴

El ejercicio metodológico realizado a seis periódicos y cuatro telediaros nacionales, durante 14 días, reveló que la producción de notas culturales en prensa escrita supera ampliamente a la de los medios audiovisuales. Solo una (0,06%) de las notas de prensa trató la entrada en vigencia del formulario de declaratoria de no transportar bienes patrimoniales fuera del Ecuador mientras que ninguna de las unidades de análisis abordó la campaña en contra del tráfico ilícito de bienes patrimoniales. Eso evidencia un total desinterés sobre el tema de patrimonio, entendido por Calvo Hernández (1998), como una nueva forma de periodismo cultural.

4.1. Unidades de análisis, según medio de comunicación (n=1.538)

Tabla 1: Unidades de análisis

Medio	Nº Notas
HOY	100
EL COMERCIO	166
EL TELEGRAFO	125
LA HORA	282
EXPRESO	481
EL UNIVERSO	294
ECUADOR TV	20
GAMA TV	25
ECUAVISA	27
TELEAMAZONAS	18
TOTAL	1538
Diaros	1448
Telediaros	90

Fuente: elaboración propia.

La producción cultural es permanente en los diarios mientras que depende de la coyuntura en los telediaros. El viernes 1 de octubre y el lunes 4 de octubre, por ejemplo, se dio prioridad a la información política alrededor de la sublevación policial en los noticieros matutinos y vespertinos de ECTV, Teleamazonas, Ecuavisa y GamaTV. No hubo información cultural en esos días.

Tabla 2: Unidades análisis telediarios

Diario/Sección	HOY	EL COMERCIO	EL TELEGRAFO	LA HORA	EXPRESO	EL UNIVERSO
Portada	2	8	3	7	23	25
Contraportada	0	1	0	15	0	0
Cultura	22	85	72	80	0	74
Espectáculos	69	20	27	0	2	22
Farándula	1	0	3	0	0	0
Opinión/Editorial	0	0	0	0	2	3
Otra	6	52	20	180	454	170
TOTAL	100	166	125	282	481	294

Fuente: Elaboración propia

En prensa, los diarios privados son los de mayor producción cultural, por su número frente a El Telégrafo, el primer diario público del país desde 2008. Pero en televisión, los canales privados (Ecuavisa y Telemazonas) y los públicos o administrados por el Estado (EcuadorTV y GamaTV) están produciendo notas culturales de forma equitativa, aunque eso no signifique necesariamente que lo cultural tenga la misma dimensión y jerarquía en los telediarios analizados.

En términos generales, se evidenció que los temas culturales forman parte de la agenda informativa de prensa y televisión que, no obstante, tienen un diferente grado de interés sobre esa temática. Si bien lo cultural tiene poca presencia en el bloque inicial de los telediarios y una presencia poco destacada en las portadas impresas, que son los espacios donde se ubica la información más importante del día, se podría decir que lo cultural convoca más a la prensa porque ha institucionalizado secciones y suplementos culturales.

4.2. Ubicación de las unidades de análisis en diarios y telediarios

De forma excepcional, la designación de Mario Vargas Llosa como nobel de Literatura o las fiestas de independencia de Guayaquil tuvieron un lugar prominente en las "primeras planas" de prensa y televisión. El hecho de que ambos acontecimientos, considerados como grandes sucesos culturales (Rodríguez, 2006), hayan ocupado los espacios principales de los diarios y los noticieros develó las semejanzas existentes entre las agendas informativas de la prensa y la televisión.

Casi la mitad de las notas culturales impresas (44%) fue clasificada como "otras", según la variable de jerarquía de la unidad de análisis en la sección. Esto evidencia que lo cultural es una información ornamental en la prensa frente a notas de apertura, secundaria o terciaria sobre otras temáticas. En cuanto a los telediarios, lo cultural es una información interna del programa. El análisis evidenció que los temas culturales no fueron

Tabla 3: Unidades análisis periódicos

Telediario/Sección	ECUADOR TV	GAMA TV	ECUAVISA	TELEAMAZONAS	TOTAL
Titulares	0	2	1	2	5
Cultura	20	3	5	6	34
Farándula	0	17	17	4	38
Gente	0	0	0	0	0
Otra	0	3	4	6	13
TOTAL	20	25	27	18	90

Fuente: Elaboración propia

presentados en el primer bloque sino que fueron transmitidos en los bloques intermedios o en el bloque final.

Según la muestra, el formato que más se utiliza para las notas culturales en prensa es el más pequeño, 1/32 de página. Una de cada cuatro notas culturales es un "corto". En el caso de la televisión, la situación de la dimensión mejora porque el mayor número de notas culturales se difunde entre 61 y 120 segundos, no obstante, ese resultado no implica necesariamente mayor número de fuentes y mayor información para contextualizar un hecho cultural.

En cuanto a características de la información, el 58% de quienes participan en la cobertura periodística no son identificados en los diarios, a diferencia de los telediarios en los cuales el 61% de las notas incluyen el nombre del reportero o realizador. Cabe mencionar que el único diario que no mostró un porcentaje superior a la mitad de notas anónimas (43,2%) fue El Telégrafo.

En la prensa se visibilizó que el 57% de notas referentes a cultura fue de origen nacional. La tendencia se repitió en televisión, pues el 63% de notas se clasificó como nacional. De las notas internacionales, la mayoría correspondió a las agencias AFP, EFE y AP. Ecuador TV fue el único medio que no presentó notas internacionales.

Los temas que más publicaciones presentaron fueron Cine, Chévere y la agenda de actividades culturales diaria. Estos representaron el 32%. Luego se ubicaron "otros" (22%), "espectáculos" (10%), "televisión" (9%), "artes plásticas y visuales" (8,6%), "literatura" (8%), "artes escénicas" (5%), "música" (4,9%), "patrimonio" (0,4%) y "tráfico ilícito de bienes patrimoniales" (0,6%). La poca cobertura a los temas patrimoniales fue similar en los telediarios.

En la prensa, las notas culturales más frecuentes correspondieron al género informativo (85%). De estas el 36% fueron noticias, el 34%, cortos; el 26%, notas breves; el 3%, perfiles; el 1% fotonoticias, el 0,1, informes; y el 0,1%, infografías. A los géneros interpretativos le correspondió el 8,3% y el 1,1% de las unidades de análisis se clasificó como opinión.

El género informativo, en los telediarios, fue también el más recurrente (65%). En orden descendente, siguieron notas del género interpretativo (20%), notas de opinión (2%) y clasificadas como "otras" (13%).

Con respecto a la coherencia entre titular y contenido de las notas publicadas por los medios impresos analizados, el 58,4% fueron calificadas como "coherentes", el 35,8% como "más o menos coherentes" y el 2,7% como notas "no coherentes".

Tabla 4: Temas periódicos

Diario/Tema	HOY	EL COMER- CIO	EL TELE- GRAFO	LA HORA	EXPRESO	UNIVERSO	TOTAL
Patrimonio	0	0	0	2	3	2	7
Tráfico ilícito de B.P	0	1	0	0	1	0	2
Artes plásticas y visuales	3	18	9	10	56	29	125
Música académica	5	9	13	9	10	25	71
Artes escénicas	8	19	10	7	24	8	76
Cine + Chévere	31	36	25	129	141	102	464
Televisión	42	4	5	28	23	25	127
Literatura	0	19	24	20	26	27	116
Espectáculos	6	35	17	36	16	31	141
Otro	5	25	22	41	181	45	319
TOTAL	100	166	125	282	481	294	1448

Fuente: Elaboración propia

En prensa, casi la mitad de las notas culturales (47%) no cuenta con fuentes de información claramente identificadas. El 44% dispone de al menos una fuente, el 5% presenta dos fuentes, el 2,4% tiene tres fuentes, el 0,5% sitúa cuatro fuentes y el 1,5% cuenta con cinco o más fuentes. En televisión el 40% de las unidades de análisis citaron por lo menos una fuente. Las fuentes secundarias y los artistas fueron las voces más consultadas por diarios y telediarios.

En relación al tratamiento de la información como producto o como proceso, la prensa mostró datos de que un 89% de las unidades analizadas fue un producto, lo que significa que hay información más coyuntural e inmediateista que explicativa, contra un 7,4% de información como proceso. En los telediarios la tendencia ocupó un 86,6% de notas como producto y apenas un 3,3% de información como proceso.

En relación con las representaciones de cultura en la prensa y la televisión, se registró que en los diarios el 53% de las notas correspondió a actividades culturales mediadas por la tecnología, un 29% fue respecto de las "bellas artes" o "la cultura de élite" y apenas un 0,69% estuvo relacionado con lo cotidiano. Por su parte en la televisión, el 41% de las informaciones estuvo relacionado con la "cultura masiva", un 28,8% transmitió una idea de "cultura popular" y un 21,1% de "cultura culta", respecto de lo patrimonial un 5,5%; por lo que se puede interpretar que la información cultural está asentada en la televisión y prensa del país,

sobre lo cual se potencia una representación de cultura masiva más que las nociones de cultura de élite o cultura popular.

4.3. Resultados de la etnografía

El estudio de caso en la sección Cultura de diario El Comercio se realizó en dos momentos claramente definidos. El primero: durante 15 días de junio de 2008; el segundo: durante un mes entre enero y febrero de 2009. Partiendo de una guía de preguntas previamente diseñada y agrupada en secciones temáticas, se ejecutaron entrevistas a profundidad a todos los integrantes de la sección Cultura de diario El Comercio. En total se entrevistaron a ocho personas.

El hecho de que cada día de la semana estuvo destinado a un tema específico de portada de la sección Cultura, condicionó, en cierta manera, la importancia que se le dio al resto de temas. Desde esta lógica se eliminó la jerarquización de temas por calidad o trascendencia, debido a que se respetó un orden establecido que ya no existe.

El proceso que pasó un tema, desde que fue propuesto por el periodista en la reunión semanal de la sección Cultura hasta que aprobó el editor de la sección, y más tarde, en reunión de editores, el editor general, fue claramente horizontal-ascendente. En el transcurso, las directrices del tema, al igual que los espacios, variaron de acuerdo a las perspectivas que los editores acordaron. En última instancia dependió de la reunión

Tabla 5: Temas telediarios

Telediario/Tema	ECUADOR TV	GAMA TV	ECUAVISA	TELEAMAZONAS	TOTAL
Patrimonio	7	4	2	0	13
Tráfico ilícito de B.P	0	0	0	0	0
Artes plásticas y visua	0	2	3	0	5
Música académica	5	2	4	2	13
Artes escénicas	1	0	0	0	1
Cine + Chévere	4	4	5	3	16
Televisión	0	2	4	0	6
Literatura	0	2	1	6	9
Espectáculos	2	9	6	4	21
Otro	1	0	2	3	6
TOTAL	20	25	27	18	90

Fuente: Elaboración propia

general el tratamiento que se le dio a determinado tema, al igual que su publicación.

Al igual que los periodistas defendieron sus propuestas en las reuniones internas de Cultura, el editor de la sección protegió los temas en la reunión general que se realiza todos los días y cuenta con la presencia del editor general, el editor de información, el de fotografía, el de diseño, el de infografía, el de Internet, y, en ocasiones ante el subdirector o la directora del periódico.

El espacio designado para la sección Cultura, más allá de la trascendencia y la jerarquización de contenidos, dependió de dos variables: los espacios de publicidad comercializados y lo ocurrido en el acontecer deportivo, pues la sección Deportes compartió con Cultura el mismo cuaderillo y es una sección "más popular y comercial", de acuerdo a uno de los entrevistados (PF, entrevista, 2009).

Las noticias que ocuparon la portada del diario fueron escogidas según las coyunturas y el "impacto y la calidad que tengan las fotos que las van a acompañar" (PF, entrevista, 2009). Con respecto a Cultura, fue frecuente que se escoja algún espectáculo que ya se ha presentado o que se lo está anunciando, como la noticia destacada. Dicha noticia por lo general ocupó el espacio más pequeño disponible en la esquina superior izquierda de la primera página.

En el tercer filtro, cuando las notas estuvieron impresas a color y fueron revisadas por el editor general o de información, las noticias pudieron ser desaprobadas dependiendo de alguna característica restrictiva que tiene que ver con la forma en la que El Comercio concibe la cultura y las nociones asociadas a la misma.

El criterio de coyuntura puede ser un factor clave con respecto al rechazo o aprobación de un determinado tema en las reuniones de planificación que se realizan una vez por semana. Por este motivo, reporteros y editores de la sección Cultura se inclinaron con mayor frecuencia hacia temas de la agenda diaria dejando de lado temas que no dispusieron de este criterio cayendo en la autocensura.

Los integrantes de la sección analizada entendieron por cultura a las formas de vida, costumbres y comportamientos que se comparten dentro de un determinado grupo social. Sin embargo, asumieron, desde el cargo que ocupan (periodistas), a la cultura como el conjunto de expresiones artísticas que van de acuerdo a la cate-

gorización de cultura que ha realizado el periódico previamente.

Con respecto a las expresiones artísticas que los periodistas de Cultura consideraban para su sección, se visualizó un debate que se centra entre las manifestaciones de la alta cultura y las culturas populares. Luego de un proceso en el que han participado varios editores, el editor hasta abril de 2010 promovió que se trate a la cultura popular como un tema importante en la sección. No obstante, los testimonios de algunos periodistas de la misma sección advirtieron que la cultura popular ocupa espacios reducidos frente a las bellas artes, que se llevan espacios privilegiados. Esto se evidenció en el hecho de que de las siete portadas de la sección sólo dos estuvieron relacionadas con la cultura popular (Patrimonio y Espectáculos).

Los periodistas de Cultura concuerdan en que El Comercio está dirigido a un público de nivel socioeconómico medio - alto. Por ello, el tratamiento de la información cultural tuvo la forma, por un lado, de una sección clasificada por disciplinas artísticas para cada día de la semana, donde privilegia la alta cultura y, por otro, la de una agenda actualizada que reunió la oferta local.

Se evidenció que existe cierta divergencia entre los integrantes de la sección con respecto a la consideración de un público lector en la propuesta de temas. Por una parte, hubo la percepción de que el periódico está dirigido a una clase media-alta educada que demanda saber sobre acontecimientos culturales, y, por otro, hubo periodistas que no estuvieron de acuerdo en que existe un solo tipo de público y más bien tratan de proponer temas que aporten al debate.

Los espacios fueron destinados por el editor, de acuerdo a una lógica que respondió a la trayectoria del artista. De acuerdo a esta lógica, si es un artista conocido que ya ha hecho varios trabajos merece más espacio que un artista joven que empieza su producción.

Entre los integrantes de Cultura no hubo consenso acerca de la línea editorial que maneja la sección. El editor habló de una línea claramente definida que intenta abordar la mayor cantidad de temas para enriquecer el debate, mientras por otro lado hubo periodistas que expresaron que no hay una sola línea editorial sino varias.

El enfoque de coyuntura no fue el mismo que el de otras secciones como Judicial, Economía, Editorial, etc. Por ello, fue difícil que una noti-

cia cambie la planificación previamente diseñada. Las fuentes de información de las que se nutrieron los periodistas de la sección Cultura fueron prácticamente dos: los boletines de prensa, que llegan desde diferentes instituciones, y las que el periodista crea mediante su interacción con la escena artística. Según un periodista de Cultura, por lo menos el 60% de las fuentes utilizadas fueron institucionales.

La posibilidad de los periodistas de armar una agenda de contenidos alejada de las convocatorias institucionales se basó en el "olfato periodístico" y en el interés que pusieron en lo menos visible del acontecer cultural, para a ello extraerle el potencial informativo y noticiable.

5. Conclusiones y recomendaciones

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

Desde la perspectiva del análisis de contenido, ejercicio metodológico que se aplicó a un total de 1.902 notas impresas y audiovisuales correspondientes al análisis general y a los tres estudios de caso, la producción cultural es permanente en Ecuador. Sin embargo, está marcada por agenda mediática coyuntural que, en la mayoría de veces, no da cuenta de que la cultura no puede reducirse solo a lo estético, lo masivo o lo popular.

La cultura es una dimensión transversal de la vida cotidiana; por eso, el análisis de las notas no se restringió a las secciones culturales de los seis periódicos que formaron parte de la muestra, ni a bloques específicos de los telediarios estudiados. Abarcó segmentos diversos.

Se demostró que la cultura no es un "tema fuerte" de la agenda mediática; sin embargo, más allá de los "grandes hechos culturales" en primera plana, como las efemérides o los premios Nobel de Literatura, los otros acontecimientos culturales, aunque fragmentados, permiten entender lo que está sucediendo en el país: la lucha por un espacio de lo nacional -sean producciones de cine o de música- frente a lo internacional, o los nexos vigentes de los migrantes con Ecuador a través

de exposiciones fotográficas y pictóricas, o la presencia de la diversidad cultural en el discurso mestizo, indígena y afroecuatoriano de obras de danza y de teatro.

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

La producción más investigativa de lo cultural, ya no solo como registro de exposiciones, espectáculos o presentaciones de libros, está prácticamente ausente en el país. Eso se evidencia en el uso de noticias y notas breves.

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

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

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

Bibliografía

- Augé, M. (2007). *El oficio del antropólogo*. Barcelona: Gedisa.
- Appadurai, A. (2001). *La modernidad desbordada*. Buenos Aires: Trilce.
- Ayala, A. y Calvache, M. (2009). *Percepción sobre los medios públicos en Ecuador*. Informe. Quito: CIESPAL.
- Barbero, J.M. (1995). *Pre-textos: conversaciones sobre la comunicación y sus contextos*. Bogotá: Ediciones Universidad del Valle.
- Benjamin, W. (1973). *La obra de arte en la época de su reproductibilidad técnica*. Traducción de Jesús Aguirre. Madrid: Taurus.
- Bourdieu, P. & Wacquant, L. (2005). *Una invitación a la sociología reflexiva*. Buenos Aires: Siglo XXI Editores.
- Bourdieu, P. (1990). *Sociología y Cultura*. Buenos Aires: Grijalbo S. A.
- Bourdieu, P. (1998). *Sobre la televisión*. 2da. Edición. Barcelona: Anagrama.
- Bourdieu, P. (2000). *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*. Madrid: Taurus.
- Calvo, M. (1998). Periodismo cultural, conceptos y problemas. En *Revista Chasqui*, (63).
- Cervantes, C. (1995). ¿De qué se constituye el habitus en la práctica periodística? *Revista Comunicación y sociedad* (24) 97-125.
- Champagne, P. (1998). La doble dependencia. Algunas observaciones sobre las relaciones entre los campos político, económico y periodístico, en G. Gauthier, A. Gosselin y J. Mouchou (compiladores). *Comunicación y política*. Barcelona: Gedisa.
- CIESPAL y Ministerio Coordinador de Patrimonio. (2010). El periodismo cultural en los medios ecuatorianos. Informe preliminar. Disponible en: <http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/619-el-periodismo-cultural-en-los-media-ecuatorianos-informe-de-investigacion.html>.
- Díaz, M. (s/f). El análisis de contenido como técnica de investigación de la comunicación social. Universidad Complutense de Madrid. Disponible en <http://www.robertexto.com/archivo14/analisis.htm>
- García, N. (1999). *La globalización imaginada*. Buenos Aires: Paidós.
- Marcus, G. (1995). Ethnography in/of the World System: The Emergence of Multisited Ethnography. En *Annual Review of Anthropology* (24) 95-117.
- Martínez, C. (1998). La vigencia del marxismo en la antropología: una entrevista a William Roseberry. En *Revista Ecuador Debate* (47) 165-178.
- Rey, Silvia. (2003). *La construcción de la noticia: corrupción y piponazgo*, Quito, Abya-Yala. Quito: Universidad Andina Simón Bolívar. Disponible en <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=31600509>.
- Rivera, J. (1995). *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Rincón, O. (2006). *Narrativas Mediáticas (O cómo se cuenta la sociedad del entretenimiento)*. Buenos Aires: Gedisa.
- Rodríguez, F. (2006). *Periodismo Cultural*. Madrid: Síntesis.
- Roshco, B. (1975). *Newsmaking*. Chicago: University of Chicago Press.
- Rubiano, E. (2006). Escenario, butaca y ticket: el mercado de la cultura en el periodismo cultural. *Revista Tabula Rasa*, julio-diciembre (5) 129-150.
- Thompson, J. (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Valencia, G. (2007). *El círculo modernista ecuatoriano, crítica y poesía*. Quito: Abya-Yala y Universidad Andina Simón Bolívar.
- Verón, E. (1987). *Construir el acontecimiento*. Buenos Aires: Gedisa.
- Villa, M. (2000): Una aproximación teórica al periodismo cultural. *Revista Latina de Comunicación Social*, 35 / Extra Argentina. Recuperado el 5 de marzo de 2011 de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/Argentina2000/09villa.htm>

Notas

- 1 Síntesis de la ponencia presentada en el Encuentro nacional de investigadores de la comunicación, que se realizó en junio de 2011 en Quito.
- 2 Es importante señalar que esta investigación no planteó una diferenciación entre el trabajo periodístico cultural desarrollado por revistas y el llevado por periódicos o suplementos, sino que indagó en cómo el periodismo cultural, en tanto subcampo productor de sentidos, se fue configurando en la región a partir del apareamiento y proceso de maduración de algunas publicaciones –los intereses que las fueron fortaleciendo y las lógicas que guiaron su trabajo–.
- 3 En Ecuador, entre 1895 y 1930 se registra un gru-

po de importantes revistas literarias que reflejan la actividad del círculo literario modernista. En ellas aparecen contribuciones poéticas, pero también ensayos críticos de, entre otros, Arturo Borja, Ernesto Noboa Caamaño, Augusto Arias, Gonzalo Zaldumbide, Jorge Carrera Andrade y Francisco Guarderas. Algunas de las revistas de la época son Letras, Apolo, Caricatura, Frivolidades y América,

cuyos contenidos muestran su aproximación a la lectura de revistas de otras latitudes y reflejan los cambios culturales de su época (Valencia Sala, 2007: 14).

- 4 En esta sección, no se han incorporado los resultados de los tres estudios de caso, por cuestiones de espacio.