

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

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

“ANÁLISIS DE DISCURSO DEL SUPLEMENTO CULTURAL *CARTÓNPIEDRA*”

DAVID ALOMOTO QUINTANILLA

DIRECTOR: DOCTOR SANTIAGO PÁEZ G.

QUITO, 2017

ÍNDICE

Capítulo I: Antecedentes y contexto	4
1. Cultura y periodismo cultural.....	4
2. ¿Cómo conceptualizar la cultura?.....	5
3. Campos sociales. El concepto de <i>habitus</i>	10
4. ¿Qué lugar ocupa el periodismo cultural dentro del campo de la cultura?....	15
5. Industria cultural.....	16
6. Periodismo cultural.....	18
Capítulo II: Marco teórico: conceptos, teorías y definiciones	23
1. Discurso y poder.....	23
1.1. ¿En qué consiste el análisis de discurso?.....	24
1.2. Elementos que envuelven el análisis.....	27
1.3. Unidades de análisis.....	30
1.4. Elementos del discurso periodístico según el análisis de discurso.....	32
1.5. El control por medio del poder.....	35
2. <i>CartónPiedra</i>	37
2.1. Suplemento cultural.....	39
2.2. Línea editorial.....	41
Capitulo III: Análisis y resultados del estudio	43
1.Objeto de estudio.....	43
2. Metodología de análisis.....	44
3. Análisis de resultados.....	47
3.1. Fuentes.....	47
3.2. Géneros periodísticos.....	50

3.3. Noción de cultura	52
3.4. Origen de la información	54
3.5. Procedencia de la información	56
3.6. Temática	59
3.7. Tratamiento de la información	61
3.8. Lenguaje	62
3.8.1. Anglicismos	62
3.8.2. Recursos lingüísticos	63
3.8.2.1. Términos y expresiones	63
3.8.2.2. Figuras gramaticales	64
3.8.2.3. Términos complicados	65
3.9. Referentes mencionados	65
Conclusiones	67
Recomendaciones	71
Referencias bibliográficas	72
Anexos	77

CAPÍTULO I

Antecedentes y contexto

1. Cultura y periodismo cultural

El término “periodismo cultural” hace referencia a una serie de prácticas periodísticas vigentes en la actualidad cuya temática y referente son todo tipo de acontecimientos culturales. Tanto esta práctica como las ideas y formas de pensamiento en las que se fundamenta se muestran de manera múltiple y amplia, por la compleja naturaleza de la palabra “cultura”. Esta noción ha sido conceptualizada desde distintas perspectivas teóricas de las Ciencias Sociales y varias tendencias de pensamiento como un conjunto de ideas en constante cambio y de difícil delimitación. Tanto la antropología como la sociología, la semiótica y la comunicación social han trabajado con este concepto para presentar sus propuestas. En cada caso, el término ha sido tratado con un énfasis determinado de acuerdo con los objetivos de los diferentes autores y tendencias teóricas.

La cultura es fundamental en el campo de la antropología, al punto de que cabe afirmar que esta ciencia existe, básicamente, para estudiarla. En la esencia formal del pensamiento antropológico, la cultura resulta diversa y compleja, pues se refiere a un conjunto de prácticas que varía según las interacciones generadas en distintas sociedades. En las esferas de la semiología y la comunicación, la cultura se establece como el resultado de las prácticas específicas de una comunidad orientadas a generar cosmovisión, fundamentadas en el intercambio de signos y la interacción simbólica que da cuenta de las distintas formas de conducta y pensamiento de los diversos elementos de la sociedad. Por otro lado, en el campo sociológico la cultura se entiende como el resultado de los sistemas de organización social, identificados por ciertas características y funciones concretas, en el amplio espacio de la función intelectual y la cotidianidad de los individuos. Entonces, resulta de suma necesidad cimentar una idea amplia y sostenida de la palabra “cultura”.

En este primer capítulo se considerarán destacados y actuales aportes teóricos sobre los límites de la cultura como objeto de estudio y sus formas de manifestarse. Las opiniones y conceptos utilizados se basan en la corriente de antropólogos y sociólogos como los catedráticos John B. Thompson o Raymond Williams, así como del argentino Néstor García Canclini, quien mira la cultura como un modo de producción social de hechos de sentido y bienes simbólicos. También se toman en cuenta los planteamientos del intelectual francés Pierre Bourdieu, con la *lógica de los campos: habitus y capital*, y de Marvin Harris, con las *teorías sobre la cultura en la era posmoderna*. A estas ideas se unirán estudios contemporáneos, específicamente sobre “periodismo cultural”, como el realizado por Pamela Cruz y Santiago Rosero, titulado *El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador*, y el texto de la Dra. María J. Villa, *Una aproximación teórica al periodismo cultural*.

2. ¿Cómo conceptualizar la cultura?

Este concepto ha sufrido un sinnúmero de modificaciones a través de los años, dependiendo de la ciencia social que la haya fijado como objeto de estudio (antropología) y de las diferentes orientaciones ideológicas de los autores que la hayan tratado. En un intento por disminuir las dificultades que implica esta pluralidad conceptual, resulta útil establecer una delimitación teórica como base. María Villa, Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad de La Laguna – Tenerife, España, en un artículo titulado “Una aproximación teórica al periodismo cultural”, explica que la cultura se puede mirar desde dos posturas: una propuesta desde la corriente de la ilustración u otra, desde la esfera antropológica.

Habría que tener en cuenta dos posturas básicas: una concepción que proviene de la ilustración y que generalmente se aplica 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, menospreciando la capacidad de todos los sectores de “hacer cultura”. Otra línea, que se ocupa de la cultura desde una perspectiva más abarcadora

proviene de la antropología, de la sociología y de la semiótica (...) Así como término amplio fue importante en el desarrollo de la antropología comparada del siglo XIX y alcanzó su mayor desarrollo en el siglo XX, designando una forma de vida completa y diferenciada (Villa, 2000, p. 2).

Según María Villa, la primera línea de comprensión del término cultura demarca y distingue los sistemas simbólicos en relación con los valores de clase que se mantienen hasta hoy en día en la humanidad. Por su parte, la otra postura considera que toda expresión y práctica humana es, de alguna manera, un componente integral de la cultura.

Esta marcada contraposición entre los dos argumentos ha sido parte del discurso social por más de un siglo. La primera idea, que se relaciona con la filosofía de la ilustración, expresa una clara imposición ideológica en la definición de lo que se puede considerar, o no, cultural. Por ello, depende de estructuras ideológicas que se manifiestan en posturas de clase, las cuales son de naturaleza excluyente. Esta perspectiva implica una marcada distinción entre las nociones de “alta cultura” y “buen gusto”, y las de “baja y media cultura” y “mal gusto”. No cabe, pues, ninguna posibilidad de conciliar teóricamente las prácticas consideradas de alta cultura y las formas de expresión social de las clases populares.

El segundo argumento que esgrime la autora considera la cultura como el modo de vida de un pueblo (Villa, 2000, p. 2), lo cual implica que cada actividad humana se puede incrustar en una estructura práctica mayor que le dé sentido, conforme a una visión específica del mundo, lo que unifica la noción de comunidad. Este último pensamiento, a diferencia de la idiosincrasia ilustrada, es incluyente, pero pierde contundencia por su limitado desarrollo ante la amplitud del término y de las culturas.

La antropología estructuralista detalla la cultura como un conjunto de sistemas simbólicos que se vinculan con una jerarquía de expresiones humanas que incluyen: lenguaje, religión, normas que presiden el parentesco, arte, ciencia y hechos económicos. Estos sistemas, para Claude Lévi-Strauss, expresan determinadas constantes de la humanidad y las relaciones simbólicas que se

constituyen entre los elementos que los aceptan. Esta idea se levanta desde una perspectiva extensa de la cultura, en la que toda manifestación simbólica está implicada; toda demostración provocada en el diario vivir puede ser calificada como cultural, puesto que involucra un intercambio de signos y sentidos.

Esta noción, desarrollada por el estructuralismo, tiene su antítesis en el intelectual galés Raymond Williams y, junto a él, el Círculo de Birmingham. En su obra *Palabras clave: Un vocabulario de la cultura y la sociedad* (2003) propone definiciones más restringidas del término.

(La cultura es) (i) el sustantivo independiente y abstracto que designa un proceso general de desarrollo intelectual, espiritual y estético, a partir del S18; (ii) el sustantivo independiente, ya se lo utilice de manera general o específica, que indica un modo de vida determinado, de un pueblo, un período, un grupo o la humanidad en general, a partir de Herder y Klemm. Pero también es preciso que reconozcamos (iii) el sustantivo independiente y abstracto que describe las obras y prácticas de la actividad intelectual y especialmente artística. Con frecuencia, este parece hoy el uso más difundido: cultura es música, literatura, pintura y escultura, teatro y cinematografía (Williams, 2003, p. 91).

Alfredo Dillon, magíster en periodismo y docente en la Universidad Católica Argentina, interpreta estas definiciones en su libro *La construcción periodística del campo cultural* (2011), y sostiene que la cultura tiene un vínculo etimológico entre cultura y cultivo, y por ende entre cultura y raíces.

La primera definición asimila cultura a educación, refinamiento, ilustración, información vasta. Se distingue “cultura” de “civilización”, asimilando la primera con lo espiritual y la segunda con lo material (...) La segunda definición, vinculada con el romanticismo, entiende la cultura ante todo como “cultura nacional”, es decir expresión del *genio* o del espíritu de un pueblo. La cultura, en este sentido, es ante todo expresión de una particularidad, en contra del pensamiento universalista. Podría sostenerse, entonces, que aquí aparece por primera vez la idea de cultura asociada con una tierra y con una comunidad particular (...) Pero sin duda la concepción más restringida es la tercera, que Williams señala como el uso contemporáneo de la palabra. De acuerdo con esta definición, la cultura constituye un campo perfectamente delimitado dentro de la vida social: el de la alta cultura, las letras y las bellas artes. Desde este punto de vista, no abarca toda la vida

social, sino que habría manifestaciones propias de la cultura y otras que no lo son (Dillon, 2011, pp. 18-19).

Los dos enunciados desarrollados en los siglos XVIII y XIX por Williams (2003, p. 91) son menos profundos que el argumento de Lévi-Strauss. Sin embargo, el pensamiento más restringido —y que se mantiene vigente en la actualidad— es el tercero. De acuerdo con este, la cultura constituye un campo perfectamente delimitado dentro de la vida social: el de la alta cultura, las letras y las bellas artes. No abarca todo el entramado social, sino que habría manifestaciones propias de la cultura y otras que no lo son (Dillon, 2011, p. 19). Existen teóricos que replantean la definición de cultura con precisión y profundidad. La Dra. Catalina González escribió el artículo “La revista cultural colombiana” como parte del proyecto de investigación *Periodismo cultural: la revista cultural colombiana* (1993), allí plantea que:

La cultura se define de muchas maneras: como modo de ser de un grupo social, manera de pensar, sentir y creer, saber almacenado (sin dejar por fuera la racionalidad), conducta, historia, legado, normatividad. Como consecuencia, se hace posible pensar en una cultura popular o un arte popular, términos que en la ilustración se contradecían (González, 1993, p. 89).

El sociólogo mexicano Jorge González también presenta una definición que abarca una gran extensión del término cultura. Su enunciación refuerza con cocimientos mucho más aplicables y puntuales los fenómenos simbólicos vigentes. En ellos tiene cabida y se constituye como objeto teórico central la noción de “cultura popular”, y se invalidan las exclusiones traídas por la corriente ilustrada sobre la “alta cultura” como la única y legítima. González define la cultura como:

un modo de organizar el movimiento constante de la vida concreta, mundana y cotidianamente (...) es el principio organizador de la experiencia, mediante ella ordenamos y estructuramos nuestro presente, a partir del sitio que ocupamos en las redes de las relaciones sociales (González, 1990, p. 2).

En esta enunciación aparecen dos importantes elementos de toda cultura: el lugar que los individuos ocupan en el entramado de las relaciones sociales y la cotidianidad con sus distintas prácticas. Estos elementos se establecen en principios de pensamiento y comportamiento tradicionales-compartidos, que se fundamentan en costumbres, instituciones y sistemas simbólicos enraizados en el diario vivir de los miembros de las colectividades.

Actualmente se toman en cuenta nuevas visiones teóricas, expuestas por sociólogos, antropólogos, etnógrafos, psicólogos, etc., que le han dado un giro al concepto y percepción de la cultura. Uno de ellos es Néstor García Canclini, antropólogo y crítico cultural argentino, quien ha unido su área de estudio con la comunicación, y ha concentrado su mirada en los efectos y resultados de las dinámicas culturales. Según García Canclini, la cultura implica un intercambio de signos que se debe entender en relación con su espacio pragmático, es decir, con los resultados que forman los métodos de producción de sentido de la función cultural.

No pensamos que la cultura sea un conjunto de ideas, de imágenes, de representaciones de la producción social, sino que la cultura misma implica un proceso de producción (...) Ahora bien, ¿producción de qué tipo de fenómenos? Fuimos asimilando cultura con procesos simbólicos y, por lo tanto, hacemos aquí una restricción respecto del otro uso que la antropología ha establecido de la cultura con estructura social o con formación social: la cultura como todo lo hecho por el hombre (García Canclini, 1995, p. 59 en Villa, 2000, p. 2).

La cultura se interpreta como una acumulación de fenómenos de creación de sentido, cuyas raíces epistemológicas y estructurales se van reajustando de forma análoga. Para Néstor García C. no existen disposiciones determinadas sobre cuya base se cimienta la cultura, sino que la propia dinámica, vislumbrada siempre como un fenómeno de creación e intercambio, es, en sí misma, generadora de los principios que rigen esa dinámica cultural.

El antropólogo argentino observa en los intercambios simbólicos —propios de la cultura popular— una muestra de desigualdad que no se basa en una condición de “alta” o “baja” cultura, sino en la creencia de jerarquías sociales, de una

estructura que distancia los sectores dominantes de los subordinados. La separación de las esferas sociales provoca diferencias en la producción de sentidos que se manifiestan en la sociedad. Por tanto, según García Canclini, no existe un foco cultural del cual se derivan las leyes de interacción de producción simbólica. La naturaleza de la elaboración cultural no estaría basada en un orden ya establecido. La cultura no emana de la estructura social general, sino que se establece y regulariza por las propias prácticas y creaciones culturales; dicha noción se replantea estructuralmente gracias a la aparición de manifestaciones que la renuevan y re-expresan.

3. Campos sociales. El concepto de *habitus*

Pierre Bourdieu, destacado representante de la sociología contemporánea, propone una teoría social que comprende el hecho cultural como elemento principal del funcionamiento de la sociedad moderna. Para Bourdieu, la colectividad se comprende como una acumulación de **campos** en la cual obra cierta lógica que se concreta y propaga dentro de ellos por medio del *habitus*. Estos campos definen formas de interiorización que determinan los comportamientos y acciones de los actores que operan en los sectores sociales. Los *habitus* están predestinados a trazar la ideología de los agentes, para conservar la dinámica interna del campo y su viabilidad en el “juego social”.

El sociólogo francés califica la sociedad como una organización de clases que construyen, entre ellas, relaciones de antagonismo y disputa por el capital (tal como lo propuso el marxismo). Este **capital** no es exclusivamente económico, puesto que se lo puede evidenciar en el arte, la cultura, la educación o la religión. En realidad, se han formado capitales culturales, estéticos, simbólicos, etc., los cuales se ponen en juego conforme ciertas estructuras de poder y relaciones de dominación. Por ende, la vida social está configurada por perímetros dentro de los cuales se trazan juegos de poder que se amparan en el *habitus* que adoptan los actores implicados.

La manera en que Pierre Bourdieu dispone las partes constitutivas de la vida social es a través de los campos sociales.

Los campos se presentan como espacios estructurados de posiciones o de puestos cuyas propiedades dependen de su posición en dichos espacios y pueden analizarse en forma independiente de las características de sus ocupantes (en parte determinadas por ellas). Existen “leyes generales de los campos”; campos tan diferentes como el de la política, el de la filosofía o el de la religión tienen leyes de funcionamiento invariables (...) Cada vez que se estudia un nuevo campo, ya sea el de la filosofía del siglo XIX, el de la moda de nuestros días o el de la religión en la Edad Media, se descubren propiedades específicas, propias de un campo en particular, al tiempo que se contribuye al progreso del conocimiento de los mecanismos universales de los campos que se especifican en función de variables secundarias (Bourdieu, 1990, p. 135 en Villa, 2000, p. 3).

Los campos están establecidos por dos nociones: la existencia de un capital (simbólico) común y la lucha por la apropiación (Villa, 2000, p. 3). El campo científico y el artístico han almacenado un capital basado en conocimientos, habilidades y creencias, respecto del cual actúan dos posiciones: (i) personas que obtienen ese capital y (ii) aquellas que quieren poseerlo. Para distinguir la producción individual (una pintura, un ensayo, etc.) se necesita un conocimiento de la historia del campo de producción de dicha obra.

Quienes participan en él tienen un conjunto de intereses comunes, un lenguaje, una “complicidad objetiva que subyace a todos los antagonismos” (...) El hecho de intervenir en la lucha contribuye a la reproducción del juego mediante la creencia en el valor de ese juego. Sobre esa complicidad básica se construyen las posiciones enfrentadas. Quienes dominan el capital acumulado, fundamento del poder o de la autoridad de un campo, tienden a adoptar estrategias de conservación y ortodoxia, en tanto los más desprovistos de capital, recién llegados, prefieren las estrategias de subversión, de herejía (...) Con esta estructura funcionan los campos más autónomos, los habitualmente llamados culturales (la ciencia, la filosofía o el arte) (Bourdieu, 1990, p. 19 en Villa, 2000, p. 3).

Estos están dispuestos de acuerdo con un objetivo principal, el mismo que es parcialmente autónomo y conserva relaciones con otros campos parecidos. Dependiendo de varios factores, los campos se pueden relacionar de una forma

más o menos exacta, pero siempre existirán vínculos importantes entre ellos. María Villa sostiene que:

Bourdieu se centra en las prácticas culturales, describe la estructura de los campos, pero muestra a los sujetos sociales (las clases y los grupos) operando la correlación y complementación entre los campos. Analiza cómo se organiza la diferenciación simbólica entre los “niveles culturales” a través de la elección estética. Amplía, así, a tres los niveles culturales denominándolos “gustos”, expresión que nos lleva a pensar en un aspecto subjetivo de los comportamientos. Distingue el “gusto legítimo”, el “gusto medio” y el “gusto popular” (Villa, 2000, p. 3).

Según el argumento anterior, el sociólogo francés define el “gusto legítimo” como una característica ligada a la estética de la burguesía. Igualmente, establece un nexo entre la producción y el consumo cultural por el pensamiento de clase. En *La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*, el crítico cultural argentino Néstor García Canclini (1990, p.16) legitima los argumentos del intelectual francés. Tomando en cuenta la obra total de este autor, afirma que el mercado de bienes simbólicos incluye, básicamente, tres modos de producción: burgués, medio y popular.

Asimismo, es valioso conocer y, sobre todo, entender la definición de “mercado simbólico”, que, según el representante de la sociología contemporánea, tiene un grado de diferenciación con el mercado económico, aunque los dos manejen la misma lógica. Múltiples fabricantes de un mismo bien o producto entran en competición con el fin de ganar apego con sus consumidores, y así aumentar su poder. En el caso de la producción artística, se busca llegar a un público extenso (de tipo popular) o uno más específico (más fuerte en el área económica e intelectual).

Pierre Bourdieu propone una definición de campo donde reconoce la relación entre la categoría de lo simbólico y la esfera económica.

Llamo campo a un espacio de juego, a un campo de relaciones objetivas entre los individuos o las instituciones que compiten por un juego idéntico. (...) La condición para poder entrar en el campo es reconocer qué es lo que se juega y al mismo tiempo reconocer

los límites que no son posibles transgredir so pena de verse excluido del juego (Bourdieu, 1990, pp. 216-218 en Dillon, 2011, p. 23).

El argumento expuesto por el sociólogo francés pone atención sobre las relaciones de poderío y los vínculos respectivamente constituidos, en los que se intercambia el capital simbólico que se pone en juego en un determinado campo.

A la cultura se la puede tratar como un campo específico; con sus organizaciones y sus maneras de relación únicas. García Canclini aplica la teoría de Bourdieu al área de la cultura y sostiene que se debe mirar al artista en el conjunto de relaciones creado por los agentes que están vinculados, de manera directa, con la creación y circulación de la obra.

Hay que situar al artista y su obra en el sistema de relaciones constituido por los agentes sociales directamente vinculados con la producción y comunicación de la obra. Este sistema de relaciones, que incluye a artistas, editores, marchantes, críticos, público, que determina las condiciones específicas de producción y circulación de sus productos, es el campo cultural (García Canclini, 1990, p. 18 en Dillon, 2011, p. 23).

Esta conjetura, atribuida al sociólogo francés, trae consigo la posibilidad de formar vínculos entre cultura y economía, lo que estimula el intercambio cultural, el consumo y el mercado. Según Bourdieu, en el mercado lo que importa son las tendencias y demandas por parte de los actores más conocidos y opulentos, así como de los menos significativos (marginales o periféricos), porque ellos esperan la oportunidad para compartir su información y sus productos y, con ello, colocarse como sujetos visibles dentro de la atmósfera cultural. Este proceso es posible gracias a la dinámica de los campos. Entonces, los artistas pueden ser oficiales o periféricos; puede haber escritores de *best sellers* o escritores *under*. Se trata de diferentes posiciones en un mismo campo (Dillon, 2011, p. 24).

A lo largo de la historia, el campo científico o el artístico han acumulado un capital (de conocimientos, de habilidades, creencias, etcétera) respecto del cual actúan dos posiciones: la de quienes detentan el capital y la de quienes aspiran a poseerlo (García Canclini, 1990, p. 19 en Dillon, 2011, p. 24).

Como Pierre Bourdieu señala en el capítulo 5, *El mercado de los bienes simbólicos*, de su texto *El sentido social del gusto* (2010), el campo de la producción cultural se divide en dos secciones:

- (i) **Campo de producción restringida.** Ofrece bienes cuya comprensión, propiedad o consumo le adjudican al artista reconocimiento y valores propios de la élite. El valor mercantil de los productos está supeditado a su grado simbólico. Es más restringido y tiene un alto valor de independencia, porque puede formar y desarrollar sus propios criterios de apreciación y elaboración. Sus receptores también son creadores y esto estimula la competencia. Bourdieu proyecta la cultura como una zona política, como un espacio para la confrontación, con actores centrales y marginales, quienes aspiran a entrar en la argolla social.
- (ii) **Campo de gran producción.** También conocido como “producción cultural a escala masiva”. En este campo existe una fuerte influencia de instancias externas, que podrían ser como las de cualquier otro mercado. El trabajo es identificado como mercancía y, por lo tanto, el interés que puede generar es netamente comercial. Estos artículos escasamente forman parte de los valores simbólicos. Su vigencia en el mercado tiene un límite de tiempo y están dirigidos hacia las masas.

A pesar de que estos dos sectores se encuentran en veredas opuestas, encuentran un punto de convergencia en el límite de los conflictos, en el reconocimiento del valor del propio campo. Básicamente, los actores de un determinado campo pueden tener disputas y oponerse al trabajo del otro, pero los dos manejan el mismo lenguaje y las estructuras convencionales para hacer visible el campo, reproduciendo las reglas del juego que lo sostienen.

4. ¿Qué lugar ocupa el periodismo cultural dentro del campo de la cultura?

El valor de la teoría de Pierre Bourdieu se halla en la probabilidad de tomar en cuenta al periodismo como un campo concreto de la estructura social. En su texto *Campo de poder, campo intelectual* (2002), el sociólogo francés responde la pregunta que se plantea en este acápite.

Existe casi siempre, hasta cierto punto, en toda sociedad, una pluralidad de potencias sociales, a veces concurrentes, a veces concertadas, las cuales, en virtud de su poder político o económico o de las garantías institucionales de que disponen, están en condiciones de imponer sus normas culturales a una fracción más o menos amplia del campo intelectual, y que reivindican, *ipso facto*, una legitimidad cultural, sea por los productos culturales fabricados por los demás, sea por las obras y las actitudes culturales que transmiten (Bourdieu, 2002, pp. 31-33).

El periodismo cultural puede considerarse como un sector que es desarrollado por personajes sociales que realizan determinados *habitus*, con el objetivo de mantener la lógica general. Estos actores pueden establecer y perfilar su espacio de acción, su manera de relacionarse entre el campo cultural y el periodístico, y de qué forma se instituirán las conexiones con otros sectores sociales. Lo lograrán al legitimar sus prácticas y por medio de distintas formas de capital —simbólico y cultural—.

En la pluralidad de potencias sociales se localizan los productos del sector del periodismo cultural, que no examinan ni exponen el campo cultural desde afuera sino que se agregan a él y mantienen intereses en las tiendas simbólicas que lo definen.

Con base en la teoría de Bourdieu, el pensador francés más representativo de la sociología contemporánea, se pueden desarrollar conceptos base y, con ello, delimitar la producción de contenidos y los mensajes que circulan, en este caso, en el suplemento cultural del diario *El Telégrafo: CartónPiedra*.

5. Industria cultural

Dentro del concepto de industrias culturales, se afirma que la idea de cultura se extiende más allá de la esfera elitista, pues también caben la cultura popular y la cultura masiva. El término hace referencia a dos sectores. Uno de ellos es el campo de la economía, puesto que se maneja la producción en serie y los parámetros de consumo; y el otro, el campo de la cultura, porque el valor de los productos no puede medirse solo en términos de costos de producción, sino también en función de parámetros como la originalidad y la creatividad, entre otros. Aquí cabe mencionar el problema que plantea Raymond Williams (2000), uno de los padres de los estudios culturales británicos, sobre la caracterización de arte y cultura. Atribuir la cultura a la alta cultura (artes y letras) supone dejar fuera lo popular y lo masivo; y es ahí donde las industrias culturales entran en competencia.

Theodor Adorno y Max Horkheimer (1998), miembros de la Escuela de Frankfurt, “desarrollaron” la industria cultural entre 1930 y 1940; años en los que tuvieron que vivir —y escapar— del genocidio nazi. El concepto nace con una visión pesimista, pues ambos fueron testigos de cómo el nacional socialismo utilizaba productos cinematográficos y radiales para promocionar su régimen. Los dos filósofos alemanes relacionaron la industria cultural con la falta de pensamiento y calidad artística, la homogeneización y la masificación.

Inevitablemente, cada manifestación particular de la industria cultural hace de los hombres aquello en lo que dicha industria en su totalidad los ha convertido ya. Y todos los agentes de esta, desde el productor hasta las asociaciones femeninas, velan para que el proceso de la reproducción simple del espíritu no lleve en modo alguno a una reproducción ampliada (...) La identidad de la especie prohíbe la identidad de los casos individuales. La industria cultural ha realizado malignamente al hombre como ser genérico. Cada uno es sólo aquello en virtud de lo cual puede sustituir a cualquier otro: fungible, un ejemplar. Él mismo, en cuanto individuo, es lo absolutamente sustituible, la pura nada, y eso justamente es lo que empieza a experimentar tan pronto como, con el tiempo, llega a perder la semejanza (Adorno y Horkheimer, 1998, pp. 172-191).

Los representantes de la escuela frankfurtiana consideraron que la industria cultural fue un elemento empleado por el fascismo, para derogar y pulverizar el pensar de las comunidades, exterminar las individualidades y levantar una sociedad idéntica cuya principal función fuera la producción. Al parecer, los filósofos alemanes se anticiparon al pensamiento crítico sobre la globalización y entendieron la industria cultural como una especie de máquina infernal que todo lo nivela, todo lo iguala. Su triunfo es la imposición de la mezcla indiferenciada de lo alto y lo bajo, lo valioso y lo despreciable (Dillon, 2011, p. 21). Todos estos argumentos referentes a la industria cultural mantienen una inclinación pesimista debido, en parte, al contexto en que fueron creados y expuestos.

Sin embargo, conforme al avance de la sociedad en el tiempo, se formularon nuevas posturas que disuelven dichos argumentos. Ramón Zallo Elguezabal, doctor en Ciencias de la Información, por ejemplo, en su libro *El mercado de la cultura* (1992) menciona que la Escuela de Frankfurt (1923) no entendió el vínculo que la cultura industrializada iba a establecer con la cultura popular, ni el hilo de continuidad existente entre las culturas tradicional e industrial, el mismo que ha permitido que rasgos centrales de las mercancías culturales tradicionales —tales como la unicidad, creación, renovación, autonomía— perduraran en la cultura industrializada, aunque con cambios cualitativos (Zallo, 1992, p. 11).

Tanto la cosmovisión de Adorno y Horkheimer como las ideas de Ramón Zallo sobre la industria cultural presentan nociones totalmente opuestas. La primera excluye el vínculo entre lo popular y culto con lo masivo, y niega la oportunidad que representa el *boom* tecnológico para la difusión de nuevas formas de expresión artística; sin mencionar la disputa que provoca la democratización de la cultura, cobijada por la industria cultural y rechazada por las élites. Intentando formar un concepto que ayude a todo tipo de expresión cultural, Ramón Zallo (1992) propone tener en cuenta las “advertencias” de la corriente frankfurtiana pero plantea una versión más justa y menos calificativa de las industrias culturales. El resultado de este ejercicio es:

Un conjunto de ramas, segmentos y actividades auxiliares industriales productoras y distribuidoras de mercancías con contenidos simbólicos, concebidas por un trabajo creativo, organizadas por un capital que se valoriza y destinadas finalmente a los mercados de consumo, con una función de reproducción ideológica y social (Zallo, 1992, p. 9).

Las industrias culturales pueden tener un alto impacto en la economía nacional. En países como Estados Unidos, por ejemplo, las películas realizadas en Hollywood representan una fuente significativa de ingresos para la nación. Así, la industria cultural constituye un importante sector de exportación, por delante de las industrias pesada, militar y aeronáutica (Dillon, 2001, p. 22). El impacto de las industrias culturales es innegable, la sacudida que provocan es una realidad teniendo en cuenta que hay más concurrencia de audiencia en un cine que en un museo o en el lanzamiento de una novela o un libro de poesía. Sin embargo, es importante anotar que las industrias culturales no son una simple herramienta utilizada por los conglomerados sociales para crear estereotipos, determinar modos de vida y engendrar íconos sociales basados en personas u objetos. Estas industrias van más allá de un uso superficial, pues generan empleo e ingresos y son medios para armonizar las aspiraciones e inquietudes ciudadanas — incluyendo las manifestaciones culturales marginadas y fuera del espacio público—, para que la creatividad y la producción tomen forma y sean una esfera importante dentro de una nueva economía.

6. Periodismo cultural

Se ha pretendido trazar una línea de reflexión sobre la relación entre los términos “cultura” e “ilustración”. Dicha corriente del pensamiento está constituida por discursos y determinados acontecimientos, los cuales están restringidos por ideas relacionadas con las “bellas artes”, “las bellas letras” (Rivera, 1995, p. 19). De acuerdo con esta idea, el periodismo cultural ha impulsado y legitimado una forma de entender la cultura como un campo erudito, coqueteando con estratos que se adjudican el poder social y económico. Según la doctora María J. Villa (2000), esta manera absolutista y elitista de entender la cultura direccionó el periodismo

cultural hacia un público objetivo dueño del “buen gusto” y el conocimiento, lo que promovió la diferenciación de la gente entre “cultos” e “incultos”, e impidió que estos últimos pudieran tener y hacer cultura. Este conocimiento relativo y tradicional de cultura, movido por la antropología estructural, planteó un incremento y una profundización del término, lo cual originó un cambio en el enfoque del periodismo cultural.

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, p. 15 en Cruz y Rosero, 2012, p. 187).

Este hecho colocó al periodista cultural en un espacio diferente para laborar. Su gran objetivo se tornó hacia abarcar temas antes aislados por tener el rótulo de “cultura popular”. A la par que el periodismo cultural crecía, tenía que resistir los embates ocasionados por el conflicto que presentaba la oposición entre las dos formas de comprensión de las prácticas simbólicas. Pamela Cruz y Santiago Rosero (2012) explican que, con el pasar de los años, el periodismo cultural amplió las temáticas de cobertura.

(El periodismo cultural) fue criticado por 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 (Cruz y Rosero, 2012, p. 187).

La complejidad que significa el tratamiento o cobertura de las distintas expresiones y manifestaciones culturales obscurece la tarea del área periodística, puesto que delimitar los alcances y métodos en la elaboración y difusión de la cultura implica una dificultad enorme. Así que el periodismo cultural se convierte en un elemento impreciso y de duro manejo desde una perspectiva teórica. Pese a la complicación, se han desarrollado opiniones y conceptos que intentan determinar (con la mayor precisión posible) las características cognitivas y prácticas del periodismo cultural, así como sus objetivos. Por ejemplo, el periodista e investigador argentino Jorge Rivera propone una definición donde se juntan las nociones teóricas ligadas a su condición de posibilidad (campo, *habitus*, capitales) con 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, p. 19 en Cruz y Rosero, 2012, p. 187).

Hoy por hoy, la sociedad realiza un sinnúmero de actividades que varían en sus expresiones y formas, y la conceptualización de cultura se mantiene en discusión. El ejercicio del periodismo cultural enfrenta dificultades que tienen que ver, principalmente, con la reconstrucción de sus conocimientos y objetivos, el acrecentamiento del grado de importancia dentro del campo periodístico, y su relación con el público receptor. El artículo “Tres crisis en una: el periodista cultural” de Esteban Hernández (2009) —incorporado por la Asociación de Revistas Culturales de España (A.R.C.E.)— considera que dicho campo debe afrontar dos problemas. El primero tiene que ver con el modelo unidireccional que maneja el periodismo cultural con sus lectores. Allí, el periodista posee la ventaja de la información y la opinión, lo que provoca que el destinatario deba asumir como verdades sus declaraciones y no tenga derecho a expresar un punto de vista a favor o en contra de ese discurso.

Como afirma Nacho Fernández, director/editor de *www.literaturas.com*, “La crítica ha muerto porque no es capaz ni de marcar ni de detectar tendencias. La forma de dar la información y las fuentes ha cambiado: la comunicación es distinta desde la llegada de Internet. Es cierto que el papel de prescriptor que tenía el crítico jugaba a favor de su trabajo. Eran la elite informada, le llegaban las novedades, las “exclusivas”, los adelantos editoriales (...) su poder era el medio donde trabajaba y su trono el mensaje en una sola dirección” (Hernández, 2009, p. 1).

Desde esta perspectiva, las antiguas nociones de periodismo dejan de lado el potencial comunicativo que ofrecen las nuevas tecnologías de la información, que permiten al internauta intercambiar conocimientos y datos de manera permanente. Esteban Hernández sostiene que el constante envío y recepción de información es la delgada línea que separa el periodismo caduco del actual.

(...) la llegada de las nuevas tecnologías posibilita que el lector busque y participe, reciba y aporte. Y esa será la línea que separe el pasado del futuro, los viejos y los nuevos circuitos. Así, el crítico ya no formará más parte de un conglomerado de poder que pontifica a través de los medios de masas y que impone sus gustos a una audiencia que, como carece de acceso a la información, se ve dominada por la oferta. El modelo contemporáneo, el que proponen los partidarios de lo digital, es horizontal: el antiguo crítico, un participante más de las redes, se sitúa en una igualdad de condiciones que hace posible la conversación, ofreciendo así una información no impositiva (Hernández, 2009, p. 2).

Las recientes formas de relacionarse e intercambiar mensajes es, por la naturaleza de los nuevos medios, **horizontal**. El principio de este método consiste en poner en igualdad de condiciones tanto al emisor como al receptor, con respecto a la información. El articulista, comentarista, corresponsal, cronista, director, editor, informador, redactor, reportero, etc. de algún medio no tiene la atribución simbólica o los medios para que su razonamiento u opinión sean una verdad irrefutable. Hernández hace referencia a Javier Jiménez y Manuel Gil, quienes sostienen que la actual fase de la revolución de Internet ha propiciado la primacía de la “relación” y la “interacción” sobre la información plana (Hernández, 2009). Entonces, el oficio periodístico ha pasado de ser netamente prescriptivo a

ser una tarea de interacción y relación con distintas agrupaciones. El periodista tiene un contacto personal e inmediato con sus lectores.

Si esta idea se concreta y se pone en práctica, es importante reformular el perfil del periodista cultural y su labor “tradicional”, porque el mundo contemporáneo ha desarrollado enormemente la capacidad de intercambiar conocimiento sin necesidad del comunicador, quien, en épocas anteriores, cumplía el papel de mediador de la información. Para Nacho Fernández, editor de *www.literaturas.com*, el problema que afronta el periodista que se consagra al campo cultural es su reinención para estar a la altura de las nuevas exigencias del público.

La industria cultural no necesita periodistas culturales. Necesita buenos gestores y activistas culturales que avancen propuestas, que reflexionen o que provoquen. La industria cultural necesita innovadores culturales y personas que empoderen las obras y trabajos de los que no pueden estar en los medios de masas y en la mesa de novedades (Hernández, 2009, p. 2).

En conclusión, las ideas de la corriente ilustrada se contraponen y resisten a creer que la cultura puede ser, como sostiene María Villa, el modo de vida de un pueblo. Sin embargo, teóricos como Néstor García Canclini o Catherine Walsh han seguido la tendencia menos excluyente, han logrado captar la atención de más de uno y ponen en duda los conceptos desarrollados en la Europa del siglo XVIII. Asimismo, ha aparecido una noción que sobrepasa la órbita elitista: la industria cultural. Esta situación abre campo para la cultura popular y masiva, y, de paso, le da una mano al periodismo cultural, que busca una renovación en medio de un *boom* tecnológico que permite que los receptores accedan a la información sin necesidad de mediadores. En todo caso, el comunicador que se dedique a la rama cultural debe encontrar soluciones interactivas para mantenerse vigente en un mundo heterogéneo y que evoluciona con gran rapidez en sus concepciones.

CAPÍTULO II

Marco teórico: conceptos, teorías y definiciones

1. Discurso y poder

Estudiar los diferentes discursos que se desarrollan y propagan socialmente es uno de los grandes propósitos de las Ciencias Sociales. El tema tiene una estrecha e importante relación tanto con el campo cognitivo, como con el valor teórico-práctico que han conseguido los estudios del discurso, en el marco de lo que se conoce como el **giro lingüístico**¹. Por esta razón, el **análisis de discurso** (AD) se presenta como una herramienta eficaz para la investigación.

Ciencias como la etnografía, la lingüística, la psicología, la semiótica o la sociología mantienen un constante roce con el lenguaje, utilizado en sus múltiples formas (entrevistas, ensayos, libros, etc.). En todas ellas, las maneras de analizar los textos se han convertido en un tema central debido a dos manifiestos. Primero, por la popularidad que ha adquirido el concepto de discurso y, también, debido a que los estudiosos del tema han despertado su curiosidad ante el hecho de que hay contenidos que necesitan ser correctamente leídos e interpretados.

Este surgimiento incrementa la necesidad de un análisis porque el lenguaje muestra pero también deforma y encubre; los signos no son totalmente nítidos. La palabra puede emitir de forma directa lo que el emisor piensa y, asimismo, puede servir para expresar algo de manera sutil. En definitiva, el lenguaje no es puro. Esta “cortina” bosqueja una problemática de carácter semiológico, es decir, la relación entre los signos y sus referentes. Ferdinand de Saussure, lingüista suizo, descarta este conflicto en *Curso de lingüística general* (1945), cuando prefiere mantener el término en su esencia; pero Roland Barthes (1971) lo reemplaza.

Dicha irrefutable opacidad del lenguaje abre un cuestionamiento para los seguidores de la corriente tradicional *saussuriana*, quienes lo califican como un

¹ Podríamos decir, con toda precisión, que el giro lingüístico se nos presenta como la insubordinación o la insurrección del lenguaje frente a la razón, del significante frente al significado (López, 2011, p. 194).

código netamente claro. La “teoría de la relevancia”, propuesta por Dan Sperber y Deidre Wilson, manifiesta que ya no basta explicar la comunicación humana como un proceso de codificación y decodificación, pues esta tiene un componente fuertemente inferencial (Grice, 1975 y Sperber y Wilson, 1994 en Santander, 2011, p. 208). Según lo planteado, importa más la consecuencia que los signos provocan que el significado literal de ellos. Las palabras significan mucho más de lo que dicen.

Es importante desarrollar una idea clara y sostenida del análisis de discurso, puesto que el lector podrá emparejar este término con el capítulo anterior y, así, le dará la razón al redactor al designarlo como una “herramienta” exacta para esta investigación. Este segundo capítulo recopila aportes teóricos actuales y destacados sobre el análisis de discurso y su vínculo con la persuasión y la autoridad. Las opiniones y conceptos empleados tendrán sustento en el lingüista neerlandés Teun van Dijk, quien estudia el discurso del poder y la fijación cognitiva de las creencias. A esas ideas se unirán las de distintos trabajos como *Introducción al análisis del discurso* (2005), de Vicente Manzano Arrondo (investigador de comportamiento humano); *Por qué y cómo hacer análisis de discurso* (2011), del doctor Pedro Santander (docente de la Escuela de Periodismo de la Pontificia Universidad Católica de Valparaíso-Chile); o *Las cosas del decir. Manual de análisis de discurso* (2002), texto que realizaron en conjunto Helena Calsamiglia Blancáfort (doctora en Filología Románica) y Amparo Tusón Valls (doctora en Antropología Lingüística y Cultural).

1.1. ¿En qué consiste el análisis de discurso?

El discurso es una mezcla entre el diario vivir y el lenguaje, porque se da en un contexto determinado y con una alta carga cultural e ideológica. Es más que una colección de frases, porque emite significados y encamina el comportamiento social a partir de asuntos de carácter generalizado o definido. Según Vicente Manzano (2005), investigador del comportamiento humano, se puede considerar como discurso desde un artículo de revista de 200 a 300 palabras, hasta una colección de libros o películas.

Un discurso es tanto esa colección de acciones unificantes o uniformadoras con respecto a una forma concreta (que puede ser muy compleja) de entender las cosas y de actuar con respecto a ellas, como cada una de las unidades más concretas, pero con sentido completo, que se elaboran desde esa versión amplia (...) un libro concreto de ese "paquete amplio" es un discurso, como lo son unas declaraciones de un líder político en una rueda de prensa o una lección de un profesor en una clase universitaria (Manzano, 2005, p. 2).

Dentro de la práctica social, el discurso es complejo y heterogéneo (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 16). La primera característica se debe a los diferentes modos de organización con que puede expresarse; además de los muchos niveles que entran en su construcción. Se lo enlaza con lo complejo por las modalidades en que se concreta (escrita, icónica u oral). La segunda se encuentra regularizada por códigos, costumbres y principios de índole textual y cultural, que encaminan a la gente a producir discursos lógicos, acordes a cada acción comunicativa. Esta acción se entiende como un proceso interactivo complicado que envuelve a la interpretación de intenciones expresadas verbal y no verbalmente, de forma directa o ambigua.

Todos los ámbitos de la vida social, tanto los públicos como los privados, generan prácticas discursivas que, a la vez, los hacen posibles. La vida académica, la sanidad, las relaciones laborales, los medios de comunicación de masas, la vida familiar, la justicia, el comercio, la administración, por poner sólo algunos ejemplos, son ámbitos que difícilmente se pueden imaginar sin el uso de la palabra: la conversación, el libro, la instancia, la receta, el prospecto, la entrevista, las negociaciones, la conferencia, el examen, el juicio, las facturas, las transacciones comerciales... (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 16).

Los discursos se fabrican, defienden y propagan gracias al apoyo y participación de agentes que, a veces sin ser conscientes, intervienen y trabajan para dicha causa. Debido a la necesidad de ahondar en el conocimiento del lenguaje y sus componentes, disciplinas sociales como la antropología, la etnografía, la historia, la lingüística y la psicología incursionan en el AD, disciplina que surge entre 1960 y 1970.

En la actualidad, esta asignatura de las ciencias humanas y sociales atraviesa un proceso de expansión. Se trata de un campo de estudio que va adquiriendo forma

y se va aplicando a todo tipo de contextos. Es habitual que los analistas se configuren como personas que asumen la responsabilidad de denunciar el efecto que pueden producir los discursos, de hacer explícitos sus componentes, y de poner en conocimiento de las personas que la realidad se levanta a partir de los mismos, puesto que se establecen como un instrumento efectivo para modelar el actuar, pensar y sentir de la colectividad. Para Omer Silva (2002), magíster en Lingüística, el análisis crítico del discurso no solo implica analizar y descubrir los elementos característicos de algún enunciado; en este caso, el objetivo del investigador es intervenir y enfrentarse al discurso como objeto de dominio,

(...) asumir una posición con el fin de descubrir, desmitificar y, al mismo tiempo, “desafiar” una posición o dominación mediante un análisis crítico del discurso opuesto. Así, en lugar de centrarse en la disciplina y sus teorías o paradigmas lo hace en la relevancia de una situación problemática o crucial. El trabajo de un analista crítico está orientado por un “problema” más que por un marco teórico; su análisis, su descripción de un fenómeno como la formulación de una teoría juegan un rol en la medida que permita una mejor comprensión crítica de la “desigualdad social” basada en, por ejemplo, origen, género, clase, religión, lengua, u otro criterio que pueda definir las diferencias humanas. Su fin último no es ser puramente científico, sino también político y social, es decir, con tendencia al “cambio”. Es justamente en este sentido que la orientación social se transforma en “crítica”. Quienes se mueven en esta senda ven el AD como una tarea moral y política con responsabilidad académica (Silva, 2002, p. 4).

Abordar este tipo de temas significa adentrarse en el esqueleto de las relaciones sociales, de identidades y conflictos; tratar de razonar sobre la manera de expresarse de distintos grupos culturales en un momento determinado y con características establecidas. La lingüística se pone al servicio de la cimentación social, junto con componentes como la oralidad o la escritura; los elementos cognitivos, gramaticales y sociales confluyen en uno solo en la creación de discursos. Tal como lo expresaron Helena Calsamiglia y Amparo Tusón (2002), las lenguas viven en el discurso y a través de él. Y el discurso (los discursos) nos convierten en seres sociales y nos caracterizan como tales.

1.2. Elementos que envuelven el análisis

El discurso origina realidad; por lo tanto, en un análisis se involucra el descubrimiento de su funcionalidad y los elementos característicos del mismo. Para lograr un estudio claro se necesita, primero, identificar los componentes que rodean al discurso, esos elementos que hacen comprensible su contenido, su comercio y su efecto. Según Vicente Manzano (2005), las características a tomar en cuenta son: contexto, asunto o tema, agentes y pacientes implicados, y productos.

- **Contexto.** Todo discurso se desarrolla en un contexto determinado, lo que permite su comprensión. Los elementos temporales, geográficos, socioculturales y psicológicos son piezas que engranan entre sí para formarlo. El primer y segundo factor cobran importancia debido a la curiosidad del investigador por estar al tanto de características importantes en cada lapso, para analizar al discurso desde su inicio. El tiempo y lugar son la parte “física” del contexto. La parte social y cultural del contexto es primordial para entender el discurso, porque estos últimos no solo crean contenidos, sino que se elaboran con el propósito de cambiar a la colectividad o de oponerse a ellos, defendiendo el estatus del grupo. Por último, debido a que el discurso se podría tomar como una forma determinada de comportamiento, el campo psicológico se adhiere al contexto porque es necesario conocer cómo cada individuo toma sus decisiones, sus métodos de educación y su escala de valores.
- **Asunto o tema.** El asunto lleva un grado de complejidad porque se fundamenta en la objetividad del investigador, término que es difícil de practicar al pie de la letra puesto que cada individuo mantiene una postura particular sobre algún tópico. La armonía se consigue cuando se conoce acerca de la persona o el evento. Esto obliga a que el interesado haga una indagación previa del tema, descartando lo falso y fundamentándose en lo concreto. Todos estos aspectos deben ser investigados: de qué va el tema, cómo se justifica, qué papel se le asigna al grupo ideológico, que pronóstico

se realiza, qué medidas se proponen, en qué aspectos se centran las críticas, qué se presenta como positivo y qué como negativo (Manzano, 2005, p. 12).

- **Agentes y pacientes implicados.** Los dos “tipos” se pueden definir como individuos que forman parte de un discurso, con un proceder determinado por esquemas universales y con cualidades que se han modelado de acuerdo al contexto en que viven. Este sinnúmero de discursos son parte del imaginario social y existen personas que los aceptan o no, y van en la búsqueda de diferentes argumentos para elaborar y proponer otras posturas. El análisis de discurso se ha encargado de develar distintas posturas ante esta situación: el agente creador, el agente transmisor, el paciente directo y el paciente indirecto. El primero se encargará de recoger los elementos que considere del contexto, les agregará otros y evitará algunos, obteniendo como resultado la instauración de un único argumento. El agente transmisor, por otro lado, será el encargado de difundir dicha “conclusión”, y su selección dependerá del mensaje que se quiera comunicar. El paciente directo se trata de la persona a la que va dirigido el mensaje. Las características del público receptor ayudan a entender muchos aspectos del discurso. En otras ocasiones seguiremos el camino inverso: al identificar determinadas características del discurso llegaremos a señalar el colectivo hacia el que va dirigido (Manzano, 2005, p. 13). Por último, el paciente indirecto es el posible receptor del mensaje, es decir, el individuo que consiguió entender la información sin que esta estuviera dirigida hacia él.
- **Productos.** Los recursos que se emplean dependen del poderío que posean los agentes. Así, por ejemplo, no es lo mismo que un político despliegue su campaña política, de tipo emocional, a través de radio, prensa y televisión, y que un movimiento social intente, por medio del raciocinio, difundir sus posturas en folletos o a través del griterío de una manifestación. En definitiva, el agente que tiene poder tiene a su disposición el ingreso a medios con mayor difusión e impacto.

Estos componentes mantienen vigente el discurso, al ser parte funcional y palpable del tejido social y la relación entre individuos. Sin embargo, los cuatro puntos descritos anteriormente no logran profundizar en la investigación que se pretende realizar sobre el suplemento cultural *CartónPiedra*. Por ello, se proponen ciertos elementos que soportan otro nivel de análisis; estos son: ideología, recursos lingüísticos y argumentaciones.

- **Ideología.** Karl Marx, en el prólogo de *Una contribución a la crítica de la economía política* (1859), habla de la ideología como “formas de conciencia” que acompañan al todo social. Desde esta cosmovisión, la ideología sería una atadura mental que permite la dominación más efectiva por parte de las clases poderosas en la sociedad.
- **Recursos lingüísticos.** En el análisis de discurso, el lenguaje es un campo de estudio bastante grande. Incluso, el investigador puede llegar a limitar la indagación e interpretación netamente a la utilización del idioma por medio del agente. Entonces se trataría, más bien, de un análisis de la narrativa o del lenguaje, más que del discurso. Al abordar el lenguaje, distinguiremos varios niveles: los términos, las expresiones y las metáforas (Manzano, 2005, p. 20).
- **Argumentaciones.** Este campo se fundamenta en el empleo de estereotipos, propaganda, persuasión y dialéctica erística (del conflicto). Los primeros se fundamentan en imágenes compartidas sobre determinados colectivos que obedecen a la necesidad de las personas de simplificar el mundo (Manzarrá, 1999 en Manzano, 2005, p. 24). Como siguiente aparato, según Gema Iglesias, en *La propaganda en las guerras del siglo XX* (1997), la propaganda necesita llegar al receptor con tal contundencia que no pueda revelarse en contra del discurso. Este objetivo se logra mediante el escogimiento del vocero de turno: un individuo que sea capaz de implantar cualquier idea.

Todo mensaje propagandístico debe conseguir la atención del público, informar, dar una impresión de moralidad y credibilidad, apelar a los instintos básicos (amor, placer, perseverancia...) y lograr su aceptación por parte del receptor. Para ello es

tan importante el emisor (se eligen personas prestigiosas e intelectuales) como la propia elaboración del mensaje (Iglesias, 1997, p. 12).

Por último, la persuasión tiene como objetivo manejar el comportamiento de los individuos de una colectividad, para lograr que procedan de una forma determinada de manera voluntaria.

1.3. Unidades de análisis

Para empezar un análisis de discurso con suma profundidad, se necesita establecer parámetros y unidades que organicen la investigación. La unidad primaria de un análisis es el **enunciado**, puesto que representa el producto palpable y preciso de un proceso de expresión hecho por un emisor y con un(os) destinatario(s) fijo(s). El manifiesto formulado se asocia entre sí para formar textos; sean estos orales o escritos. El texto está constituido por elementos verbales combinados, que forman una unidad comunicativa, intencional y completa. A su vez, el texto es un elemento imprescindible en el análisis del discurso, y viceversa, pues este último le concede un sentido al contenido, desde los componentes del contexto cognitivo y social que, sin que sea netamente verbal, permite disponer, establecer y ubicar un nivel de significación.

Todo texto tiene que ser entendido como un hecho comunicativo² que ocurre en un espacio determinado y en una hora señalada. Por esta razón, hay que partir de considerar que la principal unidad para el estudio se fundamentará en la descripción de un evento comunicativo, como un tipo de interacción en un momento sociocultural establecido y por medio de la interacción verbal y no verbal.

Calsamiglia y Tusón (2002) sostienen que la palabra es imprescindible para que los eventos comunicativos se produzcan y, también, que estos se suelen asociar a un tiempo y a un espacio apropiado o que se pueden constituir como tales al

² Hymes (1972) organizó el conjunto de elementos que intervienen en cualquier acontecimiento o evento comunicativo en lo que se conoce como el modelo SPEAKING, que hace alusión al acrónimo que se forma con las iniciales de sus ocho componentes en inglés: *situation, participants, ends, actsequences, key, instrumentalities, norms y genre* (situación, participantes, finalidades, secuencia de actos, clave, instrumentos, normas y género).

celebrarse en ellos tal acontecimiento. Los participantes del *acontecimiento* tienen configurado un perfil, es decir, se deben a un rol social y mantienen un estatus determinado; emplean un lenguaje (verbal y no verbal) conveniente, así como un único tono para conseguir el fin que persiguen. Además, toman en cuenta a la parte receptiva y recurren a ciertas nociones de comprensión que son una pauta al momento de dar sentido a lo que dicen. Independientemente de que sean claros o sesgados, se hacen de criterios que, por supuesto, pueden entenderse de otra forma, provocando que el trabajo sea contraproducente o inexacto. Estos componentes no se disponen caprichosamente sino que, por medio de las prácticas sociales, se van instaurando en géneros identificables por ciertas características que los hablantes siguen según el hecho comunicativo que deliberen.

Es cierto que un texto facilita material valioso para la interpretación del significado en la comunicación. Pero para que este pueda ser parte de la interpretación, necesita de la contribución de los elementos antes mencionados, que provee el contexto. Los elementos gramaticales son reconocidos como indicadores y orientan el discurso; en su conjunto, el texto se puede pensar como un todo de instrucciones dadas por el emisor a sus destinatarios. Las partes del contexto constituyen el trasfondo de interpretación de los elementos verbales, por medio de indicios que aporta el enunciador. Debido a la complejidad del texto, se lo puede estudiar desde la parte global o local.

La perspectiva global tiene en cuenta la unidad comunicativa en su conjunto, su estructura, su contenido general, su anclaje pragmático. La perspectiva local tiene en cuenta los elementos lingüísticos que lo constituyen, la forma de los enunciados, las relaciones establecidas entre ellos para formar secuencias. Tanto las unidades macrotextuales como las microtextuales son interdependientes (Calsamiglia y Tusón, 2002, p. 19).

Para los investigadores, todas las unidades que componen el discurso son parte del proceso que desemboca en una correcta lectura sobre cualquier tipo de información. No está demás explicar que hay una característica a tomar en cuenta sobre el análisis de discurso, y es que este se basa en estudios sobre datos reales, porque se fundamenta en la idea de que el uso lingüístico se da en un

contexto; parte del mismo, para luego crearlo. Por ello, los datos que se analizarán se tomarán tal como se presenten. Esto impulsa al analista a observar el espacio donde se crean y desarrollan los distintos momentos discursivos, ocupando herramientas de la comunicación tales como conversaciones en grupo, entrevistas, grabaciones, la observación participante, entre otras, con el fin de dilucidar las prácticas socioculturales.

1.4. Elementos del discurso periodístico según el análisis de discurso

El análisis crítico de discurso (ACD) proyectará cuestiones sobre los medios y métodos con que los discursos específicos se difunden y llegan a oídos de las comunidades. Esto se realiza con la intención de generar e incrementar el dominio de las mayorías, a través de conversaciones o por los distintos medios masivos de comunicación, utilizando géneros y contextos periodísticos. El lingüista Teun van Dijk, en *El análisis crítico del discurso* (1999), argumenta que el glosario con que se maneja la mayoría de investigadores presenta palabras que se repiten con frecuencia y que tienen en cuenta nociones de clase, discriminación, dominio, estructura social, género, hegemonía, ideología, instituciones, intereses, orden social, poder, reproducción, etc.

Dicho análisis se caracteriza por un marco teórico unitario porque no es considerado como una línea definida de investigación. Sin embargo, la disciplina desea alcanzar ciertas metas, tanto desde la parte analítica como teórica. Así, se han instituido y desarrollado dos lineamientos dentro del análisis crítico: el *macro* y *micro* niveles³ del discurso. Para Van Dijk, el micro-nivel ostenta el discurso y otras interacciones de actores sociales. Y en la otra vereda, el poder social, representado en instituciones, grupos y relaciones de grupos, se encuentra bajo la garantía del macro-nivel. Puesto que el ACD pretende estudiar cómo el discurso está involucrado en la reproducción del poder social, la teoría requiere salvar este bien conocido abismo entre lo micro y lo macro (Van Dijk, 1999, p. 25).

³ La comparación entre ambos términos parte de los fundamentos expuestos por el destacado pensador norteamericano Jeffrey C. Alexander (1987), quien ha orientado sus estudios, especialmente, hacia el área sociocultural.

En el devenir social de la interacción y el aprendizaje constantes, los acontecimientos y manifestaciones de los niveles macro y micro se erigen como uno solo. El acto de proclamar un discurso clasista de cierto integrante de la Asamblea forma parte del micro-nivel, porque la disertación está dada por un sujeto individual. Además, entra en el macro-nivel porque esa misma persona forma parte constitutiva de un acto legislativo de la institución parlamentaria. Todo depende del estudio y el punto de vista del investigador. Entonces nacen los **mesoniveles**, que no son otra cosa que la parte intermedia entre lo macro y lo micro.

Para vincular el discurso con la colectividad, y sobre todo con la desigualdad social, se debe aplicar un marco teórico que permita unificar los diversos niveles de descripción (macro, micro y mesonivel). El neerlandés propone algunas maneras en las que dichos niveles de análisis social pueden relacionarse, dándoles la respectiva correlación para su engranaje y funcionamiento.

Primeramente, el vínculo discurso-sociedad se logra siendo miembro de un grupo. Los actores sociales (quienes portan y difunden el lenguaje) se involucran en el discurso oral y escrito como individuos y como miembros de distintos grupos sociales, institucionales y demás. Si actúan en tanto miembros de un grupo, entonces el colectivo actúa por medio de uno de sus asociados. Quien escribe un reportaje puede hacerlo como periodista, como mujer, como negra, como perteneciente a la clase media o como ciudadana de los Estados Unidos, entre otras identidades, alguna de las cuales puede ser más prominente que las otras en un momento dado (Van Dijk, 1999, p. 25).

Otra característica, para la vinculación de los niveles con la comunidad, son las relaciones entre acción y proceso. El autor explica que escribir un reportaje es un acto constitutivo de un periódico o un informativo que se transmite por radio o televisión, el mismo que está producido por un puñado de periodistas. Por lo tanto, las acciones que se tomen en conjunto son, a su vez, constituyentes de las actividades y procesos de los medios masivos de comunicación en la sociedad. Es el caso de la provisión de información, de entretenimiento o de la reproducción de

desigualdad. Entonces, las acciones de los niveles más bajos pueden conformar, directa o indirectamente, procesos o relaciones sociales, globales, entre grupos.

Como tercera particularidad se detallan el contexto y la estructura social. Los usuarios se encuentran sumergidos en situaciones sociales que requieren de actuación, y los consumidores del lenguaje se implican en el discurso dentro de una estructura de exigencias y obligaciones que ellos consideran importantes dentro del contexto. Pero la situación social, por ejemplo, en la sala de redacción de un suplemento cultural es, en sí misma, parte de un entorno más extenso, tal como las instituciones, los períodos cronológicos, los lugares, las circunstancias sociales y los sistemas. Por ello el contexto de las noticias puede ser, no solo el trabajo del reportero, o de la sala de redacción, sino también del suplemento, las relaciones entre los demás medios de comunicación y la política; o entre los *mass media* y la gente; o el papel de la prensa, la radio y la televisión en la sociedad.

Por último, la lingüística señala las representaciones socio-mentales como elemento del marco conceptual y teórico. Los participantes, contextos y acciones son construcciones sociales. Las identidades de la gente, como miembros activos de un grupo, se forman, atribuyen y asimilan de los integrantes de dicha comunidad. Por ello, no solo tienen un rol social, sino también mental. Los contextos son fabricaciones producidas mentalmente porque representan lo que los usuarios del lenguaje elaboran y exteriorizan como relevante en una situación social.

La interacción social en general, y la implicación en el discurso en particular, no presuponen únicamente representaciones individuales tales como modelos (por ejemplo experiencias, planes); también exigen representaciones que son compartidas por un grupo o una cultura, como el conocimiento, las actitudes y las ideologías (Van Dijk, 1999, p. 26).

Es así que se puede encontrar la conexión entre lo micro y macro donde el entendimiento individual y social se orientan hacia un mismo lado. Entonces, la sociedad se agrupa, a través de acciones específicas, con los grupos y con la estructura social, donde pueden actuar, cuando se lanzan al discurso, en tanto miembros de grupos y de culturas.

Considerando más específicamente la dimensión discursiva de tales niveles de diversos planos de mediación entre lo macro y lo micro, los mismos principios pueden aplicarse a las relaciones entre i. Las instancias específicas del texto y del habla (por ejemplo un reportaje); ii. Los acontecimientos comunicativos de mayor complejidad (todas las acciones concernientes a la producción y a la lectura de reportajes); iii. Los reportajes en general como género; y iv. El orden del discurso de los medios de masas (Fairclough y Wodak en Van Dijk, 1999, p. 26).

1.5. El control por medio del poder

Uno de los aspectos principales a considerar en el trabajo crítico acerca del discurso es el poder social de grupos o instituciones, definiéndolo en términos de control. Por lo tanto, los grupos tienen poder si son capaces de controlar, según sus intereses, los actos e ideas de los miembros de otros grupos. Esta práctica supone que las instituciones deben tener y mantener un poder básico consistente en el acceso privilegiado a recursos sociales escasos. Estos pueden ser dinero, estatus, fuerza, fama, conocimiento o información.

Van Dijk (2002), en una entrevista para la revista *Athenea Digital*, menciona tres aspectos básicos para lograr el control. Primero, en las relaciones entre discurso y poder, el acceso a formas determinadas de discurso es un recurso válido de dominio. También señala que las mentes controlan las acciones. Entonces, al lograr influenciar la mentalidad de la gente se podrá controlar, indirectamente, algunas de sus acciones. Como tercer y último punto, el discurso puede controlar las acciones de la gente gracias a la manipulación y persuasión, puesto que las mentes son influidas, sobre todo, a través de los textos y el habla.

Corromper la relación entre el discurso y el poder implica que los grupos de poder que concentran los discursos más influyentes tienen también mayores probabilidades de controlar las mentes y acciones de los demás. Por eso, el análisis crítico del discurso se centra en desarmar tal posición, es decir, en los modos con que se abusa del control que se ejerce por medio del discurso para manipular creencias y acciones de las comunidades a favor de los intereses de los grupos dominantes. “Cabe considerar el abuso, muy latamente, como una

violación de normas que hace daño a otros, dados ciertos estándares éticos como las reglas (justas), los acuerdos, las leyes o los derechos humanos. En otras palabras, el dominio puede ser definido como el ejercicio ilegítimo del poder” (Van Dijk, 2002, p. 5).

Se puede decir que el discurso es un instrumento útil y efectivo para obtener el poder y, con ello, mantener el dominio sobre la gran masa. Este estrecho camino por el que transitan el discurso y el poder, ha sido estudiado con minuciosidad por Michelle Foucault, teórico y filósofo francés, en *El orden del discurso* (1992). Allí establece que los discursos se construyen, resisten, reproducen y/o censuran gracias al juego social y la dinámica del poderío y la hegemonía (Foucault, 1992, p. 5). De acuerdo con este fundamento, se puede decir que, gracias a la comunidad, el discurso tiene un límite, al mismo tiempo que este último restringe a la sociedad. Por eso, la colectividad dispone y organiza lo que se puede decir y bajo qué esferas, mientras que los discursos (de carácter oficialista) se relacionan a la interna, en los elementos de una sociedad, logrando que se limiten. Es decir, que la sociedad instaure qué se puede decir y en qué lugar, al mismo tiempo que los discursos oficiales se relacionan internamente en los componentes de una sociedad y los condicionan.

Esta doble limitación se produce de manera interna y externa; y, a su vez, gira en torno a la persona que está en capacidad de construir y mantener el discurso y restringir el de los demás. Para Van Dijk (1994), el acceso al discurso le concede al agente la posibilidad de concretar otros recursos como cultura, dinero o estatus. A todo esto, el lingüista considera que el discurso alcanza su tope cuando logra persuadir a la sociedad, cuando el contenido emitido llega a reproducirse y, sobre todo, se enraíza en el imaginario social y se convierte en acciones palpables. Para Foucault (1992), el efecto de esta mecánica es que la desigualdad social logre afianzarse, provocando que el discurso se mantenga alejado de la mayoría y sea exclusivo de unos pocos “privilegiados”. En definitiva, quien posee poderío tiene la facilidad de alcanzar el discurso y eso lo capacita para mantener —y hasta aumentar— este poder y la facultad de relegar y prohibir el resto de discursos.

El discurso juega un papel preponderante en la dinámica del tejido social, puesto que tiene la capacidad de crear pensamientos —que se podrían convertir en acciones— y, así mismo, puede destruir ciertos discursos implantados sin el consentimiento de la mayoría. Justamente, el gran problema surge el momento en que los contenidos están supeditados a un cierto grupo que maneja el tema a su conveniencia y descarta a la colectividad, produciéndose una distinción que resulta contundente y notoria. Por ello, el objetivo de esta investigación es dilucidar este procedimiento y, a través del análisis de discurso, acercarnos a la realidad para proponer un cambio en el discurso a partir de los argumentos expuestos.

2. *CartónPiedra*

Es un suplemento cultural que nació en 2011, durante la Feria Internacional del Libro de Guayaquil, con el aval del Ministerio de Cultura y elaborado por Editogran S.A. Está a cargo de Orlando Pérez, quien además es director del diario *El Telégrafo*, y fue impulsado por la entonces ministra de Cultura, Érika Sylva Charvet, quien, en una entrevista para el diario *PP El Verdadero*, mencionó que el suplemento “nace para romper esquemas. La cultura es comunicación y los ecuatorianos podrán encontrar en este suplemento una venta que les permita conocer todo lo que ocurre en este ámbito” (*PP El Verdadero*, 2011). Por otro lado, Pérez añadió: “con *CartónPiedra* aplicamos el periodismo del buen vivir y fomentamos el desarrollo de la cultura” (*PP El Verdadero*, 2011).

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. El suplemento se maneja bajo una línea editorial diversa e inclusiva, a través del manejo de un concepto ampliado de cultura que logre condensar todo lo que está pasando en el entramado social y simbólico que está fuera de las lógicas superficiales de la vida.

En cuanto a lo ideológico, no hay ningún acercamiento evidente a posturas políticas, ni una vinculación a entidades, aunque se señala que el medio tiene 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. En lo referente a la estructura, la publicación consta de alrededor de 30 páginas, en las que se combina el texto con la fotografía y la ilustración. Tiene varias secciones que no son fijas, porque en algunos números estas cambian, se omiten o se añaden, según el material que posea el semanario —el cual muchas veces proviene de los colaboradores que participan en cada edición—, y dependiendo 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.

Además, *CartónPiedra* 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, donde se hacen reflexiones sobre acontecimientos, tendencias y personalidades del ámbito cultural, a manera de relatos; *De las palabras a los hechos*, de la lingüista María del Pilar Cobo, que consiste en apuntes de gramática y ortografía; y la *Agenda cultural*, donde se promueven distintas actividades artísticas, cinematográficas, literarias, entre otras.

La agenda temática del suplemento cultural cubre el conocimiento del sector elitista (aunque se intente abrir el debate para cualquier tipo de lector), porque aborda temas artísticos, filosóficos, lingüísticos y literarios. Para Jorge Ribera (1995), este tipo de contenidos culturales son propios de una corriente elitista, con un enfoque culto, y que está configurada por altos funcionarios, académicos, artistas, escritores, profesores, periodistas, políticos y universitarios.

Sin embargo, *CartónPiedra* se presenta a la colectividad como un producto comunicacional que pretende una inclusión generalizada del público, idea que se manifiesta en el carácter económico que maneja el suplemento, debido a la búsqueda incesante de públicos masivos para aumentar la venta de ejemplares.

Pero este argumento no deja de contraponerse al tratamiento de los contenidos, donde se utiliza un nivel de lenguaje complejo, que llega a los receptores con una alta carga cultural y simbólica.

La agenda que maneja el semanario cultural se asienta en la idea de Néstor García Canclini (1990b), quien sostiene que los temas son producidos entendiendo la cultura como una noción de diversidad y pluralidad; además de alcanzar la democratización cultural. Esto es fundamental para que el medio logre sincronizarse con la actualidad y las exigencias de esta etapa de la historia. A pesar de ello, el suplemento cultural mantiene el elemento culto, detrás de esa proyección de pluralidad.

En este medio se toman muy en cuenta efemérides, personajes y/u obras que tengan estrecha relación con la alta cultura. En cuanto a los acontecimientos, se relaciona a *CartónPiedra* con la retórica contemporánea. Algunos “protagonistas” sobre quienes ha publicado el suplemento son: el escritor español Jordi Carrión, Javier Corcuera (documentalista peruano), Alfredo Landman (editorialista español) y Jorge Massucco, un animador cultural argentino radicado en Guayaquil por 40 años. Los temas centrales que trata el suplemento cultural son, entre otros: los derechos culturales, en contraposición a lo que se dice y hace por los mismo; y el nuevo impulso que ha tenido la lectura gracias al internet, plataforma que permite la libre descarga de incontables obras. Estos contenidos investigados, y otros escogidos para el presente estudio, se publicaron debido a su coyuntura, y se les dio un peso —más allá de lo informativo— porque esta es una de las características del periodismo cultural. Debido a la extensión (de cuatro a cinco páginas) y profundidad de estas secciones, estos temas tienen relevancia para el medio. Algunos incluso han aparecido en portada, acompañados de una imagen. Todo esto para atraer al lector.

2.1. Suplemento cultural

En el periodismo ecuatoriano normalmente no se otorga un espacio especializado para desarrollar temas relacionados a la cultura. Gran parte de la difusión de este

campo se da a través de las secciones de “cultura y entretenimiento”. Allí se publica información sobre la agenda de fin de semana, de eventos y pequeñas reseñas sobre programas de televisión o sobre el mundo del espectáculo. Pamela Cruz y Santiago Rosero, en *El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador* (2012), sostienen que los temas culturales ponen especial atención en concentrar lo masivo y, por ello, presentan una imagen muy apartada de la realidad. Estas notas informativas, publicadas en pequeñas porciones del periódico, no muestran un trato especializado y vasto sobre algún acontecimiento cultural.

Jorge Ribera, en *El periodismo cultural* (1995), propone que las revistas y suplementos culturales son plataformas para la reproducción de información especializada en cultura. En este tipo de medios escritos se puede encontrar una diversidad de temas culturales que tienen un lineamiento propio, y que no contrae matrimonio con lo mediático y lucrativo. 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 y manejan un código de ética diferente (Ribera, 1995, p. 40). Para continuar con el desarrollo de esta investigación, hay que definir, expresamente, el suplemento cultural. En *Una aproximación teórica al periodismo cultural* (2000), la doctora María J. Villa sostiene que es habitual que los suplementos de corte cultural tengan su propio director y un desapego con la línea editorial del medio de comunicación que lo difunde.

(...) es un territorio que se delimita por su designación y presentación, pero más complejo en su constitución discursiva. Se integra a la prensa diaria y por lo tanto a la posibilidad masiva de recepción, pero a la vez se distancia, tanto en las condiciones de producción (saberes y prácticas especializadas) como en las de recepción. Tanto el diario como el suplemento tienen sus propias herramientas, como patrones de eficacia y prestigio dentro de su círculo de lectores, como alternativas válidas frente a otros agentes o instituciones culturales (la escuela, la universidad, los museos, etc.) (Villa, 2000, p. 17).

Los suplementos culturales mantienen una conexión con la sociedad universitaria y la intelectualidad, por lo que las distintas publicaciones —a manera de ensayo,

crónica, opinión o entrevista— son redactadas por personas envueltas en el mundo de las artes. Por esa razón, el periodista suele perder su espacio para trabajar con lo cultural. *CartónPiedra* no se aleja tanto de esta idea puesto que la mayoría de los textos con tópicos especializados son redactados por algún entendido en cine, historia, literatura, sociología, entre otros asuntos. Por otro lado, la reseña de alguna obra o las recomendaciones que se entregan en las primeras páginas están a cargo de los periodistas. En todo caso, el suplemento cultural es un formato apto para que el periodista dedicado a esta rama de la comunicación pueda tratar la información correctamente. Trabajar en un suplemento cultural implica contar con los materiales necesarios para redactar una buena pieza informativa sobre cualquier acontecimiento de esta naturaleza, y no solo difundirla entre un grupo reducido de intelectuales, sino que esa información genere conocimiento y debate en un amplio grupo de personas.

2.2. Línea editorial

Se la puede considerar como la cosmovisión del medio de comunicación al momento de armar una nota informativa. Partiendo del grupo de juicios y valores que maneje la compañía periodística, se conformarán los hechos, los temas y los personajes que serán parte de la agenda *setting*. La línea editorial sigue la ideología política y económica más afín a la agrupación que esté al frente del medio. Igualmente, se puede distinguir qué línea sigue una publicación de acuerdo a la importancia con que se traten ciertas noticias frente a otras.

En el área cultural, la línea editorial da cuenta del valor que tienen los objetos artísticos; para Cruz y Rosero (2012), fija un valor estético que da luz verde para que algo o alguien sea anunciado. Así, por ejemplo, si el medio es de corriente conservadora, se publicarán temas que interesen a la alta cultura; y, al contrario, si es liberal, los temas serán tratados de manera inclusiva. La línea editorial “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” (Cruz y Rosero, 2012, p. 82).

De acuerdo a la postura que tenga el medio de comunicación sobre el arte, se determinará la labor periodística para cada pieza informativa, así como el modo de ver el conjunto de manifestaciones que pertenezcan a esta disciplina. La calificación, distinción y elaboración de los productos comunicativos responderán a un sistema en el cual habrá preferencias por ciertas obras y personajes aceptados por la empresa comunicativa. Es por eso que, en programas de televisión, radio o prensa, se suele facilitar la divulgación de ciertos artistas y sus trabajos, se ignora la labor de nuevos artesanos, inventores, productores, compositores, comediantes, actores y demás expositores del arte, y se fortalece la creación de estereotipos. En el área cultural es más fácil manejar la opinión pública, puesto que lo que está de por medio no son los intereses de grupos sociales o políticos, sino el gusto de los destinatarios. Los lectores, radioescuchas o televidentes son persuadidos de consumir lo que el medio les envía. Visto desde el concepto desarrollado por Theodor Adorno sobre la industria cultural —explicado en el Capítulo I—, los medios establecen el gusto y las prácticas de consumo cultural. En conclusión, la ideología que promueven los grupos a cargo de un medio se refleja en la forma de tratar la información y en la calificación (alta o baja) se les da a los productos culturales, lo que resulta en una afectación del criterio del público sobre este escenario.

CAPÍTULO III

Análisis y resultados del estudio

1. Objeto de estudio

El presente estudio se basa en el análisis del discurso reproducido en los distintos ejemplares del suplemento cultural *CartónPiedra*. Publicación que circula los domingos, con el diario *El Telégrafo*, desde hace ya cinco años. Hay que tener en cuenta que este proceso ha sido interpretativo, porque se obtuvieron datos que atañen a una investigación cualitativa y cuantitativa. Posteriormente, esta información se analizó a profundidad, con el objetivo de hallar rasgos que demuestren que la publicación reproduce, desde su concepción, una corriente elitista.

Este procedimiento permitió trazar la estructura del suplemento y la manera de presentar a la ciudadanía el concepto de cultura; además de facilitar la comprensión y el discernimiento de las características del discurso que el medio impreso cimenta en torno a temas de gran importancia para el tejido y la dinámica social, como lo son la difusión y el entendimiento de la cultura.

La investigación requiere, como primer punto, la delimitación del *corpus* de los artículos publicados en el suplemento; los mismos que servirán como base para examinar y determinar su discurso. Para esto se tendrán en consideración los múltiples editores que han pasado por el suplemento cultural: Orlando Pérez, Fausto Rivera, Sandra Araya y José Miguel Cabrera, quienes tienen diferentes puntos de vista sobre la metodología y la praxis del periodismo cultural.

Luego, se escogieron cuatro artículos escritos por cada uno de los encargados durante su periodo al frente de la editorial. Así que se buscaron y seleccionaron 16 piezas periodísticas de un periodo que va desde el domingo 24 de octubre de 2011 (fecha de lanzamiento del suplemento) hasta el domingo 23 de octubre de 2016, momento en el que se publicó el ejemplar #260, a propósito de la celebración de los cinco años de *CartónPiedra*.

2. Metodología de análisis

Para explorar el discurso emitido por el suplemento cultural a través de las publicaciones de sus editores en sus respectivos momentos a cargo, se parte del estudio de varios elementos presentes en el discurso. Para ello, los conceptos desarrollados en el Capítulo II, permiten establecer las siguientes nociones de análisis:

- **Características taxonómicas.** Se refieren a los factores que facilitarán la clasificación y ordenamiento de las piezas periodísticas: la fecha y el autor, así como el número de pieza informativa (tanto del análisis como de *CartónPIedra*).
- **Fuentes.** Esta sección tiene que ver con las personas citadas para conseguir o referenciar información. Se trata de personajes expertos en el tema o implicados de manera directa. En este estudio se recogieron las siguientes fuentes: instituciones, obras o eventos, personajes y la producción propia.
- **Géneros periodísticos.** Es decir, el tipo de nota periodística al que pertenece una publicación. Este análisis se realizó independientemente del editor a cargo del suplemento cultural.
- **Lenguaje.** Este elemento se escogió debido al conocimiento del poder de las palabras y su cuidadosa utilización en el discurso para persuadir al receptor. Dentro de esta sección se analizarán anglicismos (modos de expresión propios de la lengua inglesa), recursos lingüísticos (términos y expresiones y figuras gramaticales), y términos “complicados”.
- **Noción de cultura.** Esta sección cobra sentido debido a que la cultura, hoy en día, es un concepto central para el análisis de las realidades sociales. Por medio de la cultura, una colectividad tiene la posibilidad de expresarse, de tomar conciencia del mundo que lo envuelve, de buscar el significado de la existencia y crear obras que perduren e identifican. Entonces, se han considerado los conceptos de alta cultura, cultura media y cultura “popular”.

- **Origen de la información.** Tiene que ver con el nivel de importancia que da el suplemento cultural a los acontecimientos originados desde algún estamento público, privado o que no aplique para ninguno de estos casos.
- **Procedencia de la información.** Se analizará si la nota periodística tiene que ver con el ámbito nacional/local o internacional.
- **Referentes mencionados.** Para esta sección se tomarán en cuenta los referentes (autores y/u obras) mencionados durante la nota informativa por el redactor de turno. Se eligió este elemento para el análisis puesto que facilita el entendimiento del contexto expuesto por el emisor y ayuda a fortalecer la idea sobre el tema.
- **Temática.** Se toman en cuenta los ámbitos de abordaje del suplemento cultural, con el fin de entender hacia dónde se orienta al lector en lo referente al consumo de la cultura. Este elemento toma como referencia los temas que se repiten constantemente en las publicaciones investigadas. Estos son: artes pictóricas y plásticas, artes escénicas, cine y artes visuales, industrias culturales, literatura, música pulida, música popular y memoria histórica.
- **Titular.** Hace referencia a la frase u oración con que se titula la noticia. Su función consiste en atrapar al lector y servir como resumen de la nota. Para su análisis, se tomaron en cuenta las características sintácticas (color y tamaño de la fuente) y el tema tratado. Con ello se determinó la importancia y el contenido dados en la pieza informativa.
- **Tratamiento de la información.** Este elemento tiene relación con los personajes y sucesos que tienen prioridad para el suplemento cultural. Tiene como finalidad conocer cómo maneja el medio impreso el tema cultural, a través del tratamiento de los acontecimientos seleccionados para publicarse.

Después de la identificación de estos elementos, se procedió a construir el siguiente documento de análisis, el cual se aplicó en las 16 piezas informativas seleccionadas.

- 1. Fecha de publicación**
- 2. Número de pieza informativa**
 - a. *En análisis*
 - b. *En Cartón Piedra*
- 3. Acompañamiento**
- 4. Editor**
- 5. Fuentes**
- 6. Géneros periodísticos**
- 7. Lenguaje**
 - a. *Anglicismos*
 - b. *Recursos lingüísticos*
Términos y expresiones
Figuras gramaticales
 - c. *Términos “complicados”*
- 8. Noción de cultura**
- 9. Origen de la información**
- 10. Procedencia de la información**
- 11. Referentes mencionados**
- 12. Temática**
- 13. Titular**
 - a. *Características sintácticas (superestructura)*
 - b. *Tema (macroestructura semántica)*
- 14. Tratamiento de la información**

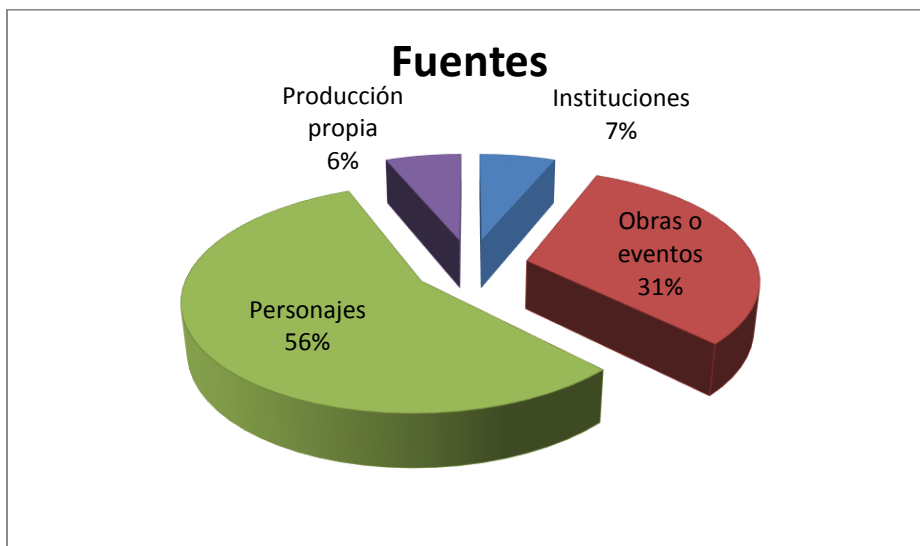
3. Análisis de resultados

Luego de la obtención de los datos, como siguiente punto de investigación está la interpretación de los resultados. Para lograr este cometido se elaboraron gráficos estadísticos y tablas que servirán para enseñar el resultado numérico de las distintas variables y facilitarán la búsqueda de nociones que tengan que ver con la difusión de una “cultura sesgada”.

Por otra parte, respecto a las secciones que no sean representadas por medio de gráficos, por sus características cualitativas, se procederá a la interpretación y posterior análisis de las características discursivas y semánticas que se construyeron en las notas informativas.

3.1. Fuentes

Gráfico N.º 1



Fuente: Elaboración propia.

Los diferentes editores de *CartónPiedra* recurren con frecuencia a fuentes institucionales, obras o eventos, a producción propia y a la de personajes, debido a que privilegian la profundización de los temas. Cabe señalar que, si bien los suplementos analizados tienen más de una fuente, se tomó en cuenta a la más

notable porque en otra sección, más adelante, se considerarán los referentes mencionados durante las notas informativas. En el Gráfico N.º1 se aprecia que la distribución entre estos cuatro elementos mantiene brechas bastante amplias.

En el caso de José Miguel Cabrera K., en sus cuatro suplementos, las fuentes se repartieron así: dos de obras/eventos y dos de personajes. La primera está basada en el acontecimiento sucedido en Ecuador el 30 de septiembre de 2010, mientras que la segunda fuente empleada remite a la entrega de un crucifijo por parte del presidente boliviano Evo Morales al papa Francisco, en su visita al altiplano. Las fuentes de personajes se refieren al crítico cultural argentino Jorge Massucco, quien trata la noción de cultura como un espacio amplio e inclusivo, y al catedrático estadounidense Jay Rosen, quien habla de la imparcialidad en el contexto del periodismo de postura.

Sandra Araya, por otra parte, utilizó como fuentes: la producción propia, una institucional y dos de personajes. El primer caso es un análisis propio sobre la conexión que puede provocar una obra entre el lector y el escritor, y la pasión que se puede desarrollar, a través de los años, por la lectura. La fuente institucional viene desde el propio diario *El Telégrafo*, en su interés por difundir el concepto de cultura desde una cosmovisión amplia y diversa. Por último, Alfredo Landman, director general de la editorial española Gedisa, es una fuente de personaje, que trata la propuesta de editar libros, y el otro es Miguel Deya, fundador de la editorial —también española— Foc, quien trae a colación la oferta de los libros en la red.

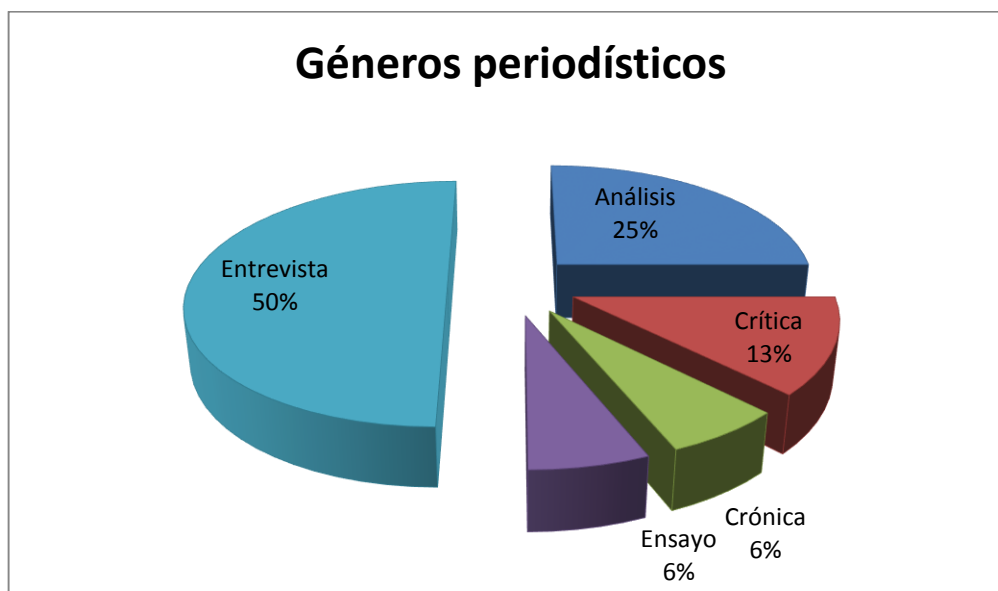
Para Fausto Rivera es prioridad, en sus cuatro notas, contar con el apoyo argumentativo de algún personaje entendido en el tema. La primera fuente es Jordi Carrión, escritor español, quien se refiere al arte como una expresión que no posee fórmulas maestras para su producción; el segundo personaje es Javier Corcuera, quien habla sobre el cine documental; también está el escritor ecuatoriano Julio Pazos Barrera, quien cuenta sobre su incorporación a la Academia Ecuatoriana de la Lengua; y su último apoyo es la exministra de Cultura, Érika Sylvia, con la premisa, en ese entonces, de una propuesta para el desarrollo de la cultura y la contribución a la integración simbólica del Ecuador.

En el último análisis, de las cuatro piezas periodísticas escritas por Orlando Pérez, director del diario *El Telégrafo*, se encontraron dos fuentes basadas en obras y eventos y dos en personajes. Una publicación trató sobre el estudio del poema más extenso del mundo (*Elegías de varones ilustres de Indias*) y su relación con el trabajo de William Ospina, escritor colombiano; la otra fuente se basó en el gran avance que ha logrado el cine ecuatoriano en estos años; y, por otra parte, las fuentes de personajes fueron el caudillo militar guatemalteco Rafael Carrera Turcios y la exministra de Cultura, Érika Sylva, quien explica cómo se construía el Sistema Nacional de Cultura.

Todas estas publicaciones demuestran que los editores/escritores mantienen una línea editorial bastante sesgada, con personajes extranjeros y obras poco conocidas en el medio como fuentes. Rasgos positivos que se aprecian son la calidad de la redacción de los artículos, investigaciones a profundidad, con fuentes altas en conocimiento, y la originalidad de los temas presentados.

3.2. Géneros periodísticos

Gráfico N.º 2



Fuente: Elaboración propia.

El género más empleado en las notas del suplemento cultural es la entrevista, porque se prioriza la ampliación, descripción y observación de personajes y obras. La diversidad de géneros al momento de presentar una pieza periodística apela a una narración interpretativa del tema cultural, así como al manejo de la información de la misma; siendo esta especializada y por estar a cargo de editores/redactores que rotaron en su función. Además se debe a que *CartónPiedra* busca conservar una imagen de medio impreso detallado y minucioso en la descripción de los acontecimientos culturales difundidos.

En el caso de los escritos de José Miguel Cabrera K., hay variedad en los géneros. Utilizó la entrevista con Jorge Massucco, para explicar el nuevo concepto de una cultura diversa y nacionalista; la crónica para relatar los hechos acontecidos el 30 de septiembre de 2010, contados desde la postura de los usuarios de la red social *twitter*; recurrió a la crítica para debatir el tema de la objetividad y subjetividad en el periodismo; y, por último, hizo un análisis de la

entrega de una singular cruz de Evo Morales, presidente de Bolivia, al papa Francisco.

Sandra Araya utilizó el género del análisis para transmitir las sensaciones que puede producir la lectura; y ocupó al ensayo como un medio de reflexión para desarrollar una noción amplia y heterogénea de cultura. También empleó la entrevista en dos oportunidades: una para conocer a detalle el trabajo de las editoriales, para lo que dialogó con Alfredo Landman, director general de Gedisa, y otra para estar al tanto de las ventajas y desventajas de las publicaciones en línea, también denominadas *e-books*.

Fausto Rivera Yáñez, por su parte, emplea la entrevista en las cuatro piezas informativas escogidas y analizadas. Recurre a Jordi Carrión, escritor español, para explicar que el arte es una expresión que tiene un método ya formulado, empleado desde diferentes costumbres, posturas y visiones. Muestra los procesos e historias del cine documental por medio de la experiencia de Javier Corcuera, un amante de esta expresión audiovisual. Conversa con el escritor tungurahuese Julio Pasos Barrera, quien pasó a ser miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua. Y dialoga con Érika Sylva, exministra de Cultura, quien planteó trabajar por la integración simbólica del Ecuador.

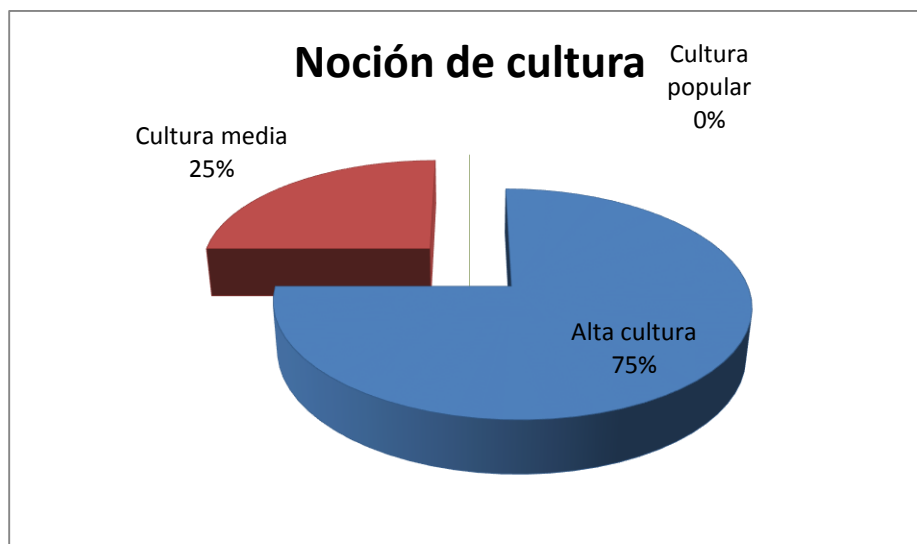
Orlando Pérez se ocupa de difundir sus publicaciones por medio de los géneros del análisis, en dos oportunidades, y de la crítica y la entrevista. Profundiza en el poema *Elegías de varones ilustres de Indias*, y en la historia de un caudillo, a través de la vida del militar guatemalteco Rafael Carrera y Turcios. Emplea la crítica para develar el avance preponderante del cine ecuatoriano y cómo la opinión de los “expertos” debe estar a la par de estas producciones. Y, finalmente, sostiene una conversación con la exministra de Cultura, Érika Sylva, quien presenta el Sistema Nacional de Cultura.

Cabe señalar que, durante el estudio de las 16 publicaciones, se percibió que la noticia no está presente, debido a que este género periodístico implica inmediatez y poca profundización en los temas. Y estas son dos características que un

suplemento cultural no puede permitirse, según afirma Jorge Ribera en su libro *El periodismo cultural* (1995). Por el contrario, la entrevista, el análisis y la crítica son bien recibidos en este tipo de formatos.

3.3. Noción de cultura

Gráfico N.º 3



Fuente: Elaboración propia.

Este elemento tiene mucho que ver con los personajes y hechos que se escogen para las publicaciones en el suplemento cultural. Tras el análisis de las 16 notas informativas seleccionadas, se advierte que el entendimiento del término “cultura” se manipula por medio del dominio y el trato riguroso de los acontecimientos, logrando proyectar una imagen de medio impreso complejo en su entendimiento y, por ende, accesible solamente para un cierto grupo instruido y culto.

Por otra parte, la agenda cultural de la publicación es limitada. Tiende a dar prioridad a asuntos exclusivos, y, así, logra mantener su distintivo de suplemento cultural elitista por sus contenidos y merecedor de ser leído por pocos. *CartónPiedra* cae en la misma línea del resto de revistas culturales, pues transforma el gusto de los receptores y se alinea como un símbolo hegemónico del conocimiento de la cultura. Entonces, se puede aplicar la teoría de la agenda

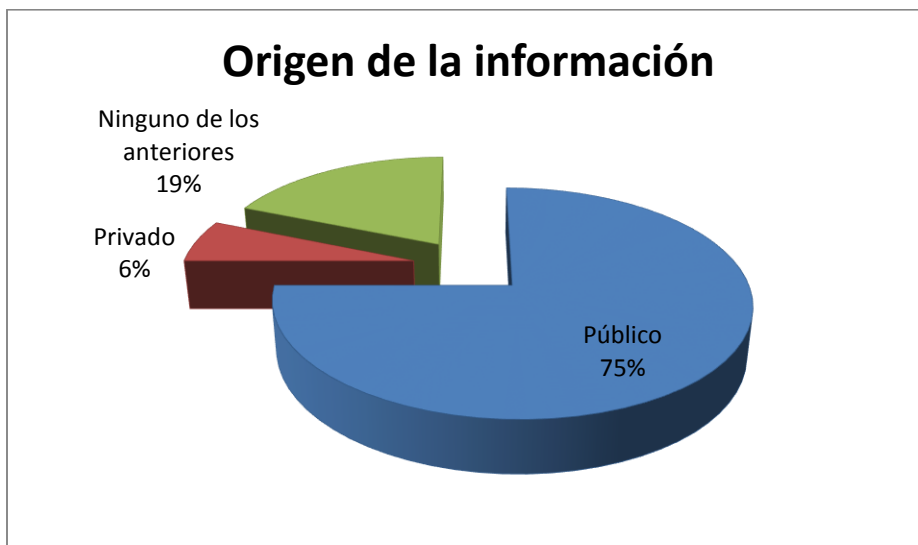
setting, creada por Maxwell McCombs y Donald Shaw (1972), donde los medios de comunicación controlan los hábitos de consumo de información, por medio de la percepción de los personajes y hechos que se destacan en las publicaciones.

En el Gráfico N.º 3 se puede observar que no hay una sola publicación concerniente a la cultura popular; esto incluye todo tipo de arte, costumbre, tradición y rito concebido desde los pueblos ancestrales. Esta segmentación ocurre porque los grupos sociales relacionados con la alta y media cultura no tienen en cuenta el espacio popular de la sociedad, puesto que lo consideran bajo y vulgar. *CartónPiedra* trata asuntos y cuestiones que proyectan una imagen elegante y pulida para sus receptores; cuestión que ha sido cotidiana en los medios de comunicación dedicados al periodismo cultural, y que deja de lado la responsabilidad de transmitir temas concernientes a la cultura popular.

Además, 12 de los 16 tópicos analizados tienen como característica la noción de alta cultura. Los editores de turno estuvieron a cargo de la redacción de acontecimientos trascendentes, ya sea por su valor histórico, por ser interesantes o emblemáticos. Estos tópicos requerían un tratamiento profundo, que perdurarán más allá del tiempo de la publicación. Por poner un ejemplo, la mayoría de las entrevistas con la exministra de Cultura estuvieron a cargo de los editores. En estas se trataron temas de interés para el desarrollo de la cultura, como lo es la inclusión de un nuevo concepto en el imaginario social, a través de diferentes prácticas y expresiones auspiciadas por este Ministerio y sus diferentes subsecretarías e instituciones afines al proyecto.

3.4. Origen de la información

Gráfico N.º 4



Fuente: Elaboración propia

Según el Gráfico N.º 4, este elemento de análisis dio, holgadamente, preferencia a personajes y hechos relacionados con instancias públicas, tales como las iniciativas propuestas por el Ministerio de Cultura y las subsecretarías afines a estas causas.

En los artículos analizados de José Miguel Cabrera K., la sección aplica en dos oportunidades y las otras dos no tienen relación con ninguna. El caso del abordaje de la cultura desde una cosmovisión diversa y chauvinista⁴, en una entrevista con Jorge Massucco, y el relato de los acontecimientos del 30 de septiembre de 2010, contados desde los usuarios de *twitter*, responden a un interés diverso y arrancan desde las propuestas impulsadas por las instituciones del Estado. Por otro lado, se topa el "nuevo periodismo", entendido como el oficio del comunicador de divulgar información partiendo de la subjetividad, es decir, tomando una postura. En este caso, se desarrolla la relación que tiene, por conveniencia, la religión con las clases populares y se adopta una postura sobre la misma, sobre el tema de la

⁴ Exaltación desmesurada de lo nacional frente a lo extranjero (Real Academia Española, 2016).

religión y su desapego con las clases populares, a propósito de la singular cruz que Evo Morales entregó al papa Francisco, en 2015, tras su paso por el país del altiplano. Ninguno de los dos asuntos responde a un interés por divulgar las propuestas o ideas de entidades estatales, sino por tratar temas de carácter coyuntural.

Para el caso de Sandra Araya, se ocuparon dos elementos de carácter público, uno privado y otro que no atiende a ninguno de los anteriores. Nuevamente, para este caso, se topa del desarrollo de la cultura desde un punto de vista amplio y diverso, y se saca a relucir las ventajas y desventajas que se producen con la nueva ola de las publicaciones en línea. Estos dos tópicos tienen un interés de principio en los estamentos estatales, puesto que se quiere hacer notar una inclinación hacia la cultura y sus expresiones. El tema de origen privado tiene que ver con la difusión de Gedisa, la editorial española que llegó a Ecuador y pretende editar y publicar a artistas nacionales por toda Latinoamérica. Por último, se encuentra la conexión que puede provocar una obra entre el lector y el escritor, al fundar una pasión por la lectura que va creciendo con los años. Al tratarse de la lectura, no se fomenta una idea que nace desde el espacio público o privado, sino que responde al interés, del escritor, de despertar este hábito.

Las publicaciones de Fausto Rivera Yáñez dieron como resultado cuatro tópicos originados desde lo público. Se presentaron personajes que dieron un punto de vista conciso sobre el arte y sus fórmulas, la producción de los documentales, el alistamiento como miembro de la Academia Ecuatoriana de la Lengua, o la propuesta para el desarrollo de la cultura, presentada por la exministra de Cultura, Érika Sylva.

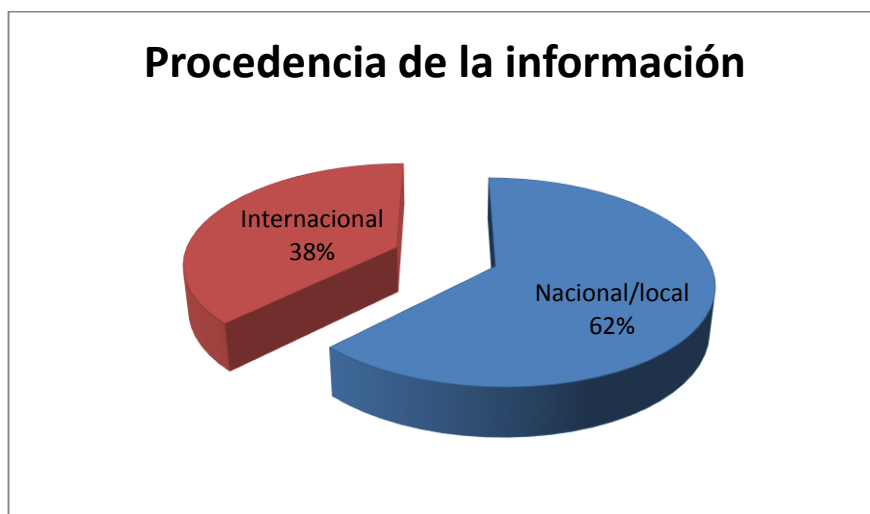
Por último, en las cuatro publicaciones del editor/escritor Orlando Pérez se notaron tonalidades informativas netamente producidas desde lo público. El análisis del poema más extenso del mundo, la vida del caudillo Rafael Carrera y Turcios, el gran avance que ha logrado el cine ecuatoriano, así como la entrevista realizada a la exministra de Cultura mantienen la misma lógica que los artículos de Fausto

Rivera Yáñez, donde se tiende a reforzar contenidos dentro del imaginario social para que estos se difundan y mantengan.

El Ministerio de Cultura tiene un alto grado de influencia en el origen de la información que se publica en *CartónPiedra*, debido a que es el autor intelectual del proyecto. La entidad pública canaliza la información a través del diario *El Telégrafo*, medio impreso incautado en 2008 por el Estado ecuatoriano, encabezado por Orlando Pérez, también director del suplemento cultural. En conclusión, los temas no se salen de la idea planteada desde el lanzamiento de la primera publicación, que consiste en cimentar la cultura ecuatoriana desde sus diferentes expresiones artísticas y hacer notar el apoyo con el que estas cuentan por parte del Estado.

3.5. Procedencia de la información

Gráfico N.º 5



Fuente: Elaboración propia.

En lo que respecta al elemento de procedencia de la información, existe un notable contraste entre lo nacional/local y lo internacional. Esto se debe a que el suplemento cultural relaciona sus publicaciones con una noción de diversidad. Según Orlando Pérez, en un diálogo con la redacción de *PP El Verdadero*, en *CartónPiedra* “se aplica el periodismo del buen vivir y se fomenta el desarrollo de

la cultura” (*PP El Verdadero*, 2011). Además, Érika Sylva Charvet, ministra de Cultura en ese entonces, se refería a la publicación como un instrumento para romper esquemas. “La cultura es comunicación y lo ecuatorianos podrán encontrar en este suplemento una ventana que les permita conocer todo lo que ocurre en este ámbito” (*PP El Verdadero*, 2011). Con estos testimonios, se puede decir que el diario *El Telégrafo* lanzó un semanario donde pudiera presentar personajes y acontecimientos del área de la cultura, tanto de dentro como de fuera del Ecuador, para que la colectividad los conociera.

Para el caso de José Miguel Cabrera K., el origen de la información está repartido. De las cuatro publicaciones analizadas, dos son de tipo nacional/local y las otras dos son internacionales, lo que demuestra que al editor le interesaba encontrar un punto de equilibrio entre sus textos. Lo interesante de los contenidos nacionales es que aborda la cultura desde una posición diversa y nacionalista; además de topar el tema del intento de golpe de Estado sucedido el 30 de septiembre de 2010. Esto manifiesta, especialmente, que los temas pueden perdurar más allá del tiempo, sin que la respectiva pieza informativa pierda el impacto. Las publicaciones internacionales trataron del nuevo oficio del periodismo y de las relaciones internacionales entre Bolivia y el Vaticano. Estos casos atañen al interés que levantaron los tópicos en esa época.

Los mensajes de Sandra Araya, por su parte, tuvieron una procedencia netamente nacional/local. Los temas desarrollados por la autora fueron, esencialmente, de lectura y cultura. Todos responden a un interés local debido al poco conocimiento de ciertos sectores sociales sobre estos términos. Los cuatro textos analizados, también, mantienen la tónica de tratar el tema de la cultura como una expresión amplia y abierta para todo el mundo.

Los suplementos redactados por Fausto Rivera Yáñez, al igual que los de José Miguel Cabrera, son dos de tipo nacional/local, y los otros son internacionales. Los nacionales, como de costumbre, tratan del desarrollo de la cultura en el país y de los triunfos en el área literaria, y los dos se emiten por medio de entrevistas. Los contenidos internacionales manifiestan ideas sobre el arte y el cine documental,

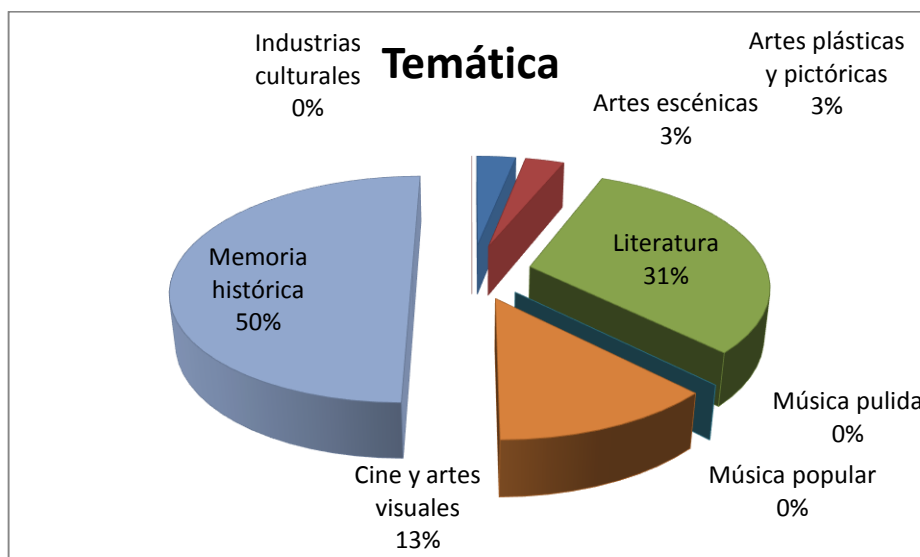
tomando como referente la producción extranjera frente a las falencias internas en estas áreas.

Las cuatro piezas periodísticas de Orlando Pérez resultaron tener un equilibrio entre lo nacional/local (dos) y lo internacional (dos). Las publicaciones internacionales tratan temas que podrían relacionarse con alguna situación social del país. Así, se analiza una obra publicada en 1589, *Elegías de varones ilustres de Indias*, para pensar sobre el futuro de la colectividad; y el otro artículo trata de la vida de un caudillo, para exponer cómo se construyen estos personajes a través del tiempo. En el caso nacional se busca asegurar nociones en el imaginario sobre cine y cultura. Puede haber una buena intención al topar este tipo de temas, para dar a conocer, paso a paso, el desarrollo de la cultura y las diferentes áreas y espacios de expresión, siendo estos y estas canalizados por el Estado, por medio del ministerio a cargo.

En definitiva, *CartónPiedra* toma las distintas expresiones artísticas y las transforma en un objeto simbólico que obtiene un tratamiento especializado en sus apreciaciones estéticas y sus significaciones, con el objetivo de que los receptores aprecien las distintas piezas informativas y se pueda proyectar una imagen ilustrada hacia los mismos. En el caso nacional/local saca a relucir los avances en diferentes áreas, incluyendo la difusión de una cultura nada sesgada; y para lo internacional toma proyectos y personajes bien cimentados en sus ideas como modelos de desarrollo estable y rentable. El ministerio encargado busca que lo cultural tenga un fin inclusivo y que esté lleno de oportunidades para cierto tipo de expresiones.

3.6. Temática

Gráfico N.º 6



Fuente: Elaboración propia.

Para sacar conclusiones sobre el empleo de la temática en *CartónPiedra*, hay que partir de lo cultural como un término heterogéneo y profundo. Según Néstor García Canclini, en *Culturas híbridas* (1990b), esto es esencial si el medio impreso pretende instalarse en la modernidad. A pesar de que el suplemento cultural sostiene las nociones de democratización y pluralidad de las expresiones culturales, mantiene una imagen elitista para el entramado social.

La publicación toma en cuenta acontecimientos, actores, eventos y obras culturales que van a la par con la alta cultura que se proyecta (según el Gráfico N.º 3 de la investigación). En el estudio de las 16 notas informativas, se encontró una clara tendencia de la memoria histórica hacia temas como la literatura o el cine. Esta agenda nace (como queda demostrado en el Gráfico N.º 4) del Ministerio de Cultura, como se evidencia en el caso de las entrevistas que topan el tema de la cultura y su desarrollo a través de sus entidades y proyectos.

Los ejemplos son claros. El suplemento cultural, en sus piezas periodísticas, destaca al crítico cultural argentino Jorge Massucco, y su abordaje de la cultura

desde una cosmovisión diversa y chauvinista; relata los acontecimientos ocurridos el 30 de septiembre de 2010, durante el intento de golpe de Estado; señala las ventajas y desventajas que se producen con la nueva ola de las publicaciones en línea; habla sobre la pasión que puede despertar la lectura en una persona; trata la producción del documental del cineasta y guionista peruano Javier Corcuera Andrino, explicado desde su visión; expone el planteamiento de Érika Sylva para contribuir y trabajar por la integración simbólica cultural en el país; presenta la vida del personaje Rafael Carrera y Turcios, militar guatemalteco considerado un caudillo; y expone los avances del cine ecuatoriano en estos últimos años, entre otros temas.

Los temas centrales que ofrece *CartónPiedra* son de carácter coyuntural. De ellos se encargan los editores de turno, con el fin de que se analice profundamente cada tema y que estos contenidos perduren más allá de la semana en que se publica la información, siendo esta una tónica del periodismo cultural. En ese sentido, se disfraza la actualidad, al presentar los tópicos utilizando diferentes géneros, sobre todo entrevistas, para darles un tratamiento amplio e investigado. Además, estos se representan en la portada de manera simbólica, con el uso de ilustraciones o fotografías. Seis publicaciones estuvieron en primera plana, buscando atraer la atención del lector.

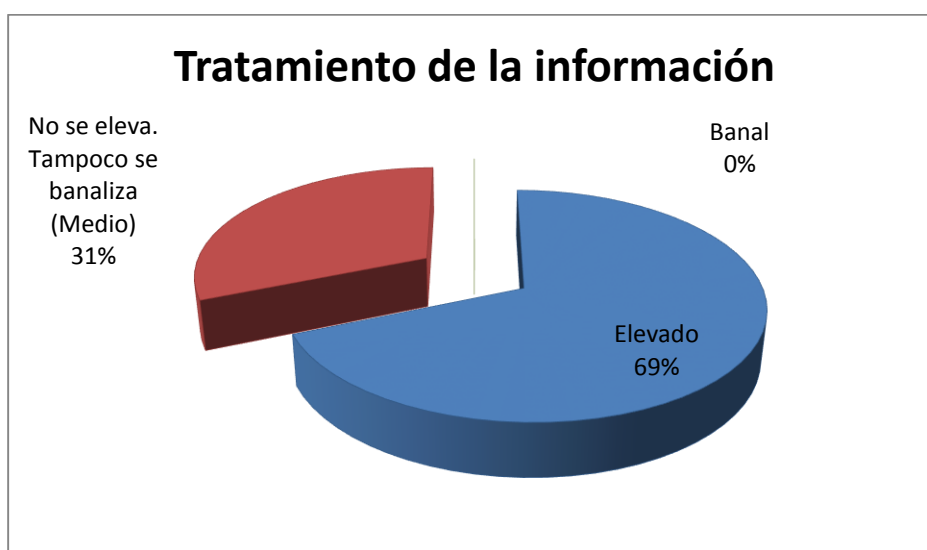
En el total de las piezas informativas estudiadas, la temática que predominó fue de memoria histórica (ocho publicaciones). Según Pierre Nora (2008), este concepto viene a designar el esfuerzo consciente de los grupos humanos por encontrarse con su pasado, sea este real o imaginado, valorándolo y tratándolo con especial respeto. Rezagados quedaron la literatura (cinco publicaciones) y el cine (dos publicaciones). En la publicación de Rivera Yáñez, “En el arte no hay fórmulas secretas”, se reparte el tema entre artes plásticas y pictóricas, y artes escénicas. No se toparon las secciones de música popular, música pulida e industrias culturales.

En conclusión, de acuerdo a estos resultados, *CartónPiedra* pretende impulsar al público en la cultura con el consumo de piezas históricas. Para lo que recurre a la

reconstrucción de distintos eventos ocurridos en el pasado. Al tener un conocimiento de los mismos, no se volvería, en cierta medida, a cometerlos o, viceversa, se los tendría como modelos de producción y manifestación. Entonces, se presenta una noción sesgada de lo que se considera cultural, puesto que este suplemento está más interesado en presentar una pequeña parte del todo, poniéndolo como representación del medio, y dejando de lado otras expresiones artísticas y culturales.

3.7. Tratamiento de la información

Gráfico N.º 7



Fuente: Elaboración propia.

Hay que entender que una de las características del periodismo cultural (expuesta en el primer capítulo) es la planificación a largo plazo, gracias a que este tipo de información puede ser prevista y maquinada. En algunos casos se la concibe con base en las agendas culturales y en otros, por las referencias de fechas importantes. También pesa la trascendencia del tema, es decir, que las notas informativas puedan perdurar más allá de la semana en que se publiquen. Normalmente se identifican gracias a su valor atrayente, histórico y/o emblemático. En lo que respecta a esta investigación, 11 de las 16 piezas informativas del

suplemento tienen un tratamiento detallado y vasto de sus temas, y por esa razón estuvieron a cargo de los editorialistas de turno, pues mantienen un importante recorrido en la escena artística y cultural. Por ejemplo, la mayoría de entrevistas realizadas a la exministra de Cultura, Érika Sylva, fueron realizadas por estos especialistas, así como la cobertura de eventos relacionados con la lectura, la escritura, el cine, la literatura y, en especial, la memoria histórica.

Esta propuesta es usual dentro del periodismo cultural, porque no todos los acontecimientos pueden ser topados desde la visión periodística. Hay casos en que se necesita llegar a un nivel de profundización en la temática; ampliación que solo los expertos en el tema lograrían. Sin embargo, este suplemento cultural tiende a cambiar de redactor para ciertas noticias, también importantes. Prueba de ello es que no todas las piezas informativas escritas por los redactores son noticias de primera plana.

Las notas publicadas en *CartónPiedra* son de carácter elevado porque de ellas se ocupan personas entendidas en el tema. El abordaje se basa en la investigación y el cuidado en cada cobertura. Los ejemplos sobran: el cine documental con Javier Corcuera, el arte con Jordi Carrión, las editoriales con Alfredo Landman y Miguel Deya, o la escritura con Julio Pasos Barrera.

3.8. Lenguaje

3.8.1. Anglicismos

Estos términos en inglés, empleados en el español, reflejan una expansión significativa de dicho idioma alrededor del mundo. El fenómeno de la postmodernidad ha influenciado en los medios de comunicación; y *CartónPiedra* no es la excepción. Humberto López Morales (1993), lingüista cubano y secretario general de la Asociación de Academias de la Lengua Española, menciona que los préstamos lingüísticos son un tipo de influencia que una lengua puede ejercer sobre otra, en las situaciones de contacto lingüístico donde dos o más idiomas conviven en una misma comunidad, participando de los intercambio verbales cotidianos.

En el caso de análisis, diez notas informativas tienen al menos un término expresado en inglés, lo que da una medida de hasta qué punto este idioma ha invadido el léxico de la comunidad dedicada a emitir y receptor información sobre lo cultural. Algunos términos son empleados porque carecen de una expresión equivalente en español; por ejemplo, se utilizan nombres de plataformas sociales o palabras como: *Twitter, Google, Wikileaks, Google Earth, National Geographic, freelance, hashtag* o *microblogging*. Pero en otros casos, por el contrario, el uso de estos términos parecería innecesario; por ejemplo: *smartphones, muckracker, therestissilence, bestseller, e-book, zapping, hobby, campus, link*. Esto fortalece el argumento de una gran inserción del inglés en los usos lingüísticos.

Este estilo de escritura hace alusión al grado de formalidad que el emisor desea proyectar. Carmen Silva-Corvalán (1989), en su texto *Sociolingüística: teoría y análisis*, indica que los individuos cambian su forma de hablar o escribir según el contexto físico y humano en el que tiene lugar la comunicación. Bajo esta lógica, se puede entender la razón de ocupar anglicismos en *CartónPiedra*, pues, para el medio es importante mantener la línea elitista, proyectando una imagen pluralista y abierta a cualquier tipo de arte y cultura.

3.8.2. Recursos lingüísticos

3.8.2.1. Términos y expresiones

Es evidente el poder que tiene la palabra, y su correcta utilización, por medio de términos y expresiones, influye en los receptores. Durante el análisis se encontraron varios recursos que ayudan al escritor a evitar cualquier reacción adversa por parte del lector. Vicente Manzano (2005) propone una clasificación de cinco estrategias: cosificación, lenguaje ambiguo, sujeto difuso, llamada a la resignación y anfibología. La primera consiste en transformar a las personas en cosas; en este sentido, el estudio arrojó que, en el caso de los artículos analizados, se utilizan términos como: la turba, la academia, corrupción política, minorías sexuales, etc. El lenguaje ambiguo se opone a un lenguaje directo; los ejemplos encontrados son: “la interculturalidad en sentido único”, “producción

cultural”, “hombre ‘puro’”, “algunos tomaron medidas radicales”, entre otros. En la tercera estrategia se cubre al sujeto de la oración para que no tenga suntuosidad en la oración; están en el grupo: cultura global, los artistas de la palabra, comunidad imaginada, historiadores occidentalizados, etc. La llamada a la resignación hace suponer que no merece la pena resistirse u oponerse a la dirección que se marca en el discurso (Manzano, 2005, p. 21); en las publicaciones se encontró: “la noticia está destinada a desaparecer”, “aquello que se considera periodismo objetivo está atado al poder”, “son una realidad innegable los libros electrónicos”, entre otros ejemplos. Por último, la anfibología se refiere a una expresión que es conocida, y cuyo significado se da por entendido, pero no dice nada en concreto; por ejemplo, en los textos de José Miguel Cabrera, Sandra Araya, Fausto Rivera y Orlando Pérez se localizaron las siguientes expresiones: “es un tipo acaudalado que pone su fortuna al servicio de una causa”, “era por excelencia el texto fundador de este territorio”, “la derecha más recalcitrante”, “lo documental como un impulso global”, “Literatura a precios reducidos, con alcance inmediato y global”, “el representante de los explotados”, etc.

3.8.2.2. Figuras gramaticales

En el análisis se encontraron varias figuras gramaticales. La más recurrente fue la metáfora, debido a que constituye un modelo lingüístico que conecta directamente con creencias, actitudes y valores. Esta idea concuerda perfectamente con el estilo amplio y diverso que forja el suplemento cultural. Por ejemplo, se encuentran afirmaciones como: “tenemos los valores distorsionados”, “las balas seguían como sonido de fondo”, “a Evo le llovieron las críticas”, “la lectura no tiene edad”, etc. Además de este recurso, se observaron otros medios gramaticales como el énfasis (dar a entender más de lo que se dice), la eufonía (bella sonoridad), la hipérbole (exageración), la perífrasis (varias palabras por lo que podría expresarse con una), etc. (Nieto, 2000, p. 49 en Manzano, 2005, p. 21) (ANEXO 1).

3.8.2.3. Términos complicados

La utilización de este tipo de palabras limita la llegada de un mensaje claro a un grupo social —mayoritario— que mantiene un nivel de enseñanza por debajo del promedio. Esto contrasta con la propuesta de *CartónPiedra* de llevar la cultura por todas las zonas del Ecuador, pues demuestra que se direcciona a un cierto sector —limitado—, que puede comprender el contexto de la información y, por lo tanto, la pieza periodística. En 15 de los 16 suplementos culturales se encontró, al menos, una palabra que requiere un nivel medio o alto de preparación para su entendimiento. Palabras como grandilocuencia, paralenguaje, lacónico, hermenéutica, subrepticia, musita, giro epistémico, sintomático o abocándonos restringen la comprensión del texto y, a su vez, limitan el interés por el aprendizaje de nuevas propuestas culturales.

3.9. Referentes mencionados

Esta sección hace referencia a las distintas fuentes en las que se basaron tanto los escritores como los protagonistas de la información, con el fin de reforzar ideas y argumentos a lo largo de las piezas periodísticas. Mayormente, se hace referencia a personajes, lugares y hechos extranjeros; este detalle pone en evidencia la influencia de otras culturas sobre la de este país y la falta de referentes importantes dentro del contexto propio; además del nivel de conocimiento que demuestran los distintos emisores del mensaje. Entre otros, se menciona a: Friedrich Nietzsche, Arthur Schopenhauer, Juan Pablo Meneses (cronista chileno), Gleen Greenwald (columnista de *The Guardian*), Andrew Sorkin (periodista de *The New York Times*), Truman Capote, Rodolfo Walsh (periodista argentino), Adam Serwer (editor de *Buzzfeed*), Rodrigo Fresán (escritor argentino), entre muchos otros. Sin embargo, también se hacen alusiones a miembros de la escena artística del Ecuador, aunque sean muy pocos: Luis Miranda (pintor), Jorge Velasco Mackenzie (escritor), Carlos Vera (activista político), Javier Vásconez (novelista), Hernán Rodríguez Castello (escritor), Jorge Enrique Adoum (escritor), René Ramírez (Secretario de Educación Superior) o Raúl Pérez Torres (presidente de la CCE).

En definitiva, el sinnúmero de referentes aludidos demuestra que se necesita un cierto nivel de comprensión del contenido para su total entendimiento, sobre todo porque son elementos no tan conocidos en el medio. Lo positivo de esto es que se exige al lector adentrarse en una búsqueda por aumentar su conocimiento para, así, entender por completo las piezas periodísticas impulsadas por el Ministerio de Cultura, a través del suplemento *CartónPiedra*.

Por todas las razones expuestas durante este tercer capítulo, se puede decir que el semanario construye una apariencia intelectual de la cultura. Al analizar 16 piezas informativas del suplemento cultural, desde distintos puntos de vista, se notó que los temas tienen cierta relación con la alta cultura, difundida por los editores y el ministerio a cargo. El interés por este tipo de contenidos proyecta una imagen falseada de la cultura y sus distintas expresiones, dejando de lado a la cultura popular. Por lo tanto, *CartónPiedra* no se puede considerar el mediador de un mensaje democratizador y pluralista; la información que maneja tiene un tratamiento elitista, accesible para lectores con un alto nivel de conocimiento.

CONCLUSIONES

La disertación tuvo como objetivo comprobar si los suplementos culturales, representados por *CartóNPiedra*, tienen una visión sesgada de la cultura en el ejercicio de este tipo de periodismo. Este semanario se fundó por la preocupación del diario *El Telégrafo* por difundir expresiones artísticas de todo tipo, sin embargo, el rumbo se trastocó y se incurrió en una línea editorial bastante parecida al de otras publicaciones con este tipo de redacción. Al parecer, el modelo tradicional de hacer periodismo cultural se mantiene vigente. Los resultados para probar esta postura son los siguientes:

1. A pesar de que la industria cultural apareció como una opción que va más allá de la órbita elitista, esta herramienta no ha sido tomada en cuenta en el contexto ecuatoriano. Dicha industria sirve como medio para promover expresiones artísticas de todo tipo, despertando el interés en el ciudadano y generando ingresos para el actor, pero, lastimosamente, se encuentra apartada del espacio público. *CartóNPiedra* se remite a la postura tradicional de lo cultural y las nuevas propuestas populares quedan relegadas.

2. A pesar de que las nociones de cultura y elitismo persiguen diferentes objetivos, *CartóNPiedra* ha tomado como línea editorial a este último, impulsando y legitimando la cultura como un campo de erudición. Los resultados obtenidos en la casilla de “noción de cultura” demuestran que el 75% de notas informativas están orientadas hacia la alta cultura, el 25% son de cultura media y 0% se enfoca en la cultura popular. Esta dirección sesgada, tomada por el periodismo cultural, ha provocado una diferenciación del público objetivo, entre los señores de “buen gusto” y los incultos.

3. *CartóNPiedra*, y el periodismo cultural en general, debe afrontar y cambiar las formas de ejercer el oficio. El modelo unidireccional que proponen para sus lectores debería descartarse. Debido a las nuevas tecnologías, el periodista ya no tiene ventaja de información, su declaración ya no es tomada como una verdad irrefutable. El usuario puede intercambiar conocimientos u opiniones

permanentemente. El suplemento debería tener un modelo de comunicación horizontal, donde las ideas y condiciones argumentativas del emisor y el receptor sean igualmente válidas.

4. Cabe mencionar que se tomaron en cuenta teorías que corresponden con el análisis. El campo cultural, *habitus* y discurso son importantes, así como los conceptos de cultura, periodismo cultural e industrias culturales. El suplemento se dedica a reproducir información desde la rama del periodismo cultural, aunque lo aborda con una noción que se basa en la producción y transmisión de contenidos generados desde disciplinas apegadas al campo cultural, término acuñado por Pierre Bourdieu (2002) y desarrollado en el primer capítulo. Los editores de *CartóNPiedra* emplean anglicismos, recursos lingüísticos tales como figuras gramaticales y términos complejos, así como altos referentes intelectuales que corroboran la información. Todos estos elementos —desarrollados y explicados en el Capítulo III— proyectan una imagen de alta cultura mediante la inclusión de enunciados y términos certificados por una “minoría ilustrada”.

5. El suplemento cultural se maneja con un modelo basado en lo culto. Esta aseveración se fundamenta en las coberturas de eventos, hechos y/o personajes que despiertan interés gracias a sus características artísticas atractivas y de profunda valía simbólica para la esfera social a la que representan. No obstante, el medio impreso trata de vender una imagen pluralista, por medio del manejo de información y temas de tipo inclusivo y variado, que provienen del Ministerio de Cultura (la máxima entidad pública dedicada al desarrollo de la misma) y por los variados puntos de vista expuestos en las piezas periodísticas estudiadas. Los resultados arrojados en el estudio de la sección temática evidenciaron una tendencia a disciplinas como las artes escénicas (3%), las artes plásticas y pictóricas (3%), el cine (13%) , la literatura (31%) o la memoria histórica (50%), que son expresiones tomadas como bellas letras, y que dejan de lado manifestaciones elaboradas desde los sectores populares.

6. La tarea de *CartóNPiedra* no debería ser encargarse de influenciar a los lectores sobre específicos intereses culturales; por el contrario, tendría que

limitarse a comunicar, a todos los sectores sociales, sobre acontecimientos y/o actores culturales representativos de la escena ecuatoriana. En las 16 piezas informativas analizadas, se ha demostrado que el suplemento tiene mucha condescendencia con el sector ilustrado del país, una minoría cultivada.

7. El elemento “origen de la información” planteó una ambigüedad en cuanto a su difusión. *CartónPiedra* tiene un fuerte respaldo del Ministerio de Cultura, institución que propone variedad de temas y personajes. La confusión se debe a que se propone una diversidad pero, al mismo tiempo, la publicación ostenta un alto nivel de conocimiento en el estilo y el lenguaje, forzando al lector a que posea un nivel de comprensión elevado. Esta característica es utilizada con el objetivo de posicionarse como el suplemento cultural más importante y representativo del Estado, y dejar constancia del apoyo que el suplemento tiene a través de sus instituciones.

8. La producción de *CartónPiedra* encaja perfectamente en el periodismo cultural tradicional, donde se transmite información basada en un alto estándar que salvaguarda los símbolos y valores de la esfera aristocrática. No se da una interpretación adecuada de los distintos acontecimientos culturales, lo cual comprueba que este medio impreso falla en la tarea de educar. Al utilizar diferentes estilos de redacción enredados y una vasta variedad de recursos lingüísticos, pierde el propósito de informar sobre las distintas expresiones culturales. La producción de las piezas periodísticas, escritas por los respectivos editores a cargo de *CartónPiedra*, refleja la construcción de una agenda informativa basada en los temas propuestos por el Ministerio de Cultura; el suplemento se encarga de producirlos y difundirlos debido a la facilidad que le brinda la entidad pública para acceder a material noticioso de primera mano.

Todas las piezas informativas que se ocuparon para el análisis fueron escritas por los editores de turno, demostrando que los tópicos importantes están designados a personas versadas en el área cultural. A estos temas se les da un tratamiento profundo y extenso, con el objetivo de asegurar una nota de calidad originalidad y estilo. Con base en un criterio de diversidad, *CartónPiedra* ocupa varios géneros

periodísticos, y presenta, por ejemplo, entrevistas con contenidos amplios, recurriendo a las fuentes directamente. El propósito es que el medio impreso no sucumba a la banalidad, sino que se aprecie como un suplemento que posee un espacio para el ejercicio del periodismo cultural.

RECOMENDACIONES

1. La cultura se encuentra presente en toda actividad diaria de la vida. Bajo este principio, sería de la incumbencia de los medios especializados vincular estas manifestaciones, que para el sector ilustrado podrían tomarse como burdas y sin sentido, pero que difunden actitudes y comportamientos sociales. Entonces, posiblemente, si se disminuyese la pompa y suntuosidad que rodean a ciertas expresiones culturales, los destinatarios de *CartónPiedra* aumentarían, gracias a la identificación que alcanzarían con la información.

2. Los editores de turno del suplemento cultural deberían encaminar sus piezas periodísticas hacia una zona donde lo cultural sea sinónimo de diversidad; donde se tenga en cuenta que no existe diferencia entre una u otra manifestación artístico-cultural. Así, la cultura no solo se identificaría con un cierto grupo social, sino que sería propia de la cotidianeidad, y así se lograría conectar a más personas con más expresiones artísticas y culturales.

3. El suplemento cultural debería proponer otros temas además de la literatura, el cine y las demás expresiones culturales que son ejecutadas por personajes intelectuales de renombre. Últimamente se desarrollan conciertos impulsados por colectivos independientes, artistas del *graffiti* pintan grandes paredes por toda la ciudad, y teatreros se reúnen en parques por horas; en general, se trata de artistas nacionales que buscan un espacio para mostrar un trabajo que está dirigido a la colectividad. Bajo este parámetro, se podría hablar de una democratización de la cultura, que hace visibles a “otros” personajes y acontecimientos.

Estas recomendaciones se realizan con el afán de aportar a la difusión de la cultura, por medio del oficio que hace posible conocer estas manifestaciones: el periodismo cultural. Esta rama del ejercicio periodístico debería desligarse de los intereses de un cierto sector y emplear sus recursos para promover un discurso que se cimiente en la diversidad de conocimientos y experiencias, las mismas que se producen por medio de manifestaciones artísticas, sociales y culturales.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- “Ahora garantizamos el ejercicio de los derechos culturales y uno de ellos es la libre creatividad”. (23 de octubre de 2011). *CartóNPiedra*, p. 4-5.
- “Cruces de sentido”. (19 de julio de 2015). *CartóNPiedra*. Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- “El actual proyecto nacional es una respuesta histórica frente a la política separatista de la oligarquía”. (06 de enero de 2013). *CartóNPiedra*, p. 5-7.
- “Érase una vez una niña que leía... y que elegía lo que leía”. (24 de mayo de 2015). *CartóNPiedra*. Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- “Javier Corcuera: el documental consiste en probar”. (08 de junio de 2014). *CartóNPiedra*. Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- “Jordi Carrión: En el arte no hay fórmulas maestras”. (20 de julio de 2014). *CartóNPiedra*. Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- “La cotidianidad y la euforia de la vida”. (17 de febrero de 2013). *CartóNPiedra*, 5-7.
- “Las auroras poéticas de W. Ospina”. (23 de diciembre de 2012). *CartóNPiedra*, 10-11.
- “Las travesuras de los hijos de Augusto San Miguel”. (13 de noviembre de 2011). *CartóNPiedra*, 7-9.
- “Los libros en la red: algo en qué creer”. (05 de octubre de 2014). *CartóNPiedra*. Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- “Massucco: En la cultura hay que trabajar aunque nadie te financie”. (25 de septiembre de 2016). *CartóNPiedra*. Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>

- “Revista Cartón Piedra abre el debate cultural”. (24 de Octubre de 2011). *PP Digital*. Recuperado de:
<http://www.ppdigital.com.ec/noticias/actualidad/1/revista-carton-piedra-abre-el-debate-cultural>
- “Si decimos ‘caudillo’, ¿de quién hablamos?” (29 de enero de 2012).
CartónPiedra, 6-8.
- “Volver al origen: periodismo de postura”. (30 de agosto de 2015). *CartónPiedra*.
Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- Adorno, T. y Horkheimer, M. (1988). *La industria cultural. Iluminismo como mistificación de masas*. Buenos Aires: Sudamericana.
- (1998). *Dialéctica de la Ilustración. Fragmentos filosóficos*. Madrid: Trotta.
- Alexander, Jeffrey (1987). *The micro-macro link*. California: University of California Press.
- Araya, Sandra (10 de mayo de 2015). “¡Arriba las manos: la vida o la cultura!”.
CartónPiedra 186, 16-19. Recuperado de:
<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- Arias, Luis (2007). *El lenguaje y el mundo. Consideraciones en torno al relativismo. Trama y fondo: Revista de cultura* 23. Recuperado de:
<https://criseducativa.files.wordpress.com/2008/06/el-lenguaje-y-el-mundo.pdf>
- Barthes, Roland (1971). *Elementos de semiología*. Madrid: Alberto Corazón Editor.
- Bourdieu, Pierre (2002). *Campo de poder, campo intelectual*. Buenos Aires: Editorial Montessor.
- (2010). *El sentido social del gusto. Elementos para una sociología de la cultura*. Buenos Aires: Siglo XXI editores.
- (s.f.). *La lógica de los campos: habitus y capital. Entrevista a Pierre Bourdieu*.
Recuperado de: <http://cafecomsociologia.com/2016/06/pierre-bourdieu-la-logica-de-los-campos-habitus-y-capital.html>
- Cabrera, José Miguel (04 de octubre de 2015). “Un trending Topic llamado #30S”.
CartónPiedra 206, 19-21. Recuperado de:

<http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>

- Calsamiglia, H. y Tusón, A. (2002). *Las cosas del decir. Manual de análisis de discurso*. Barcelona: Ariel.
- Cruz, P. y Rosero, S. (2012). *El periodismo cultural en la prensa escrita y la televisión del Ecuador*. Quito: Editorial Quipus.
- De la Haba, J. y Santamaría, E. (2001). "Dilemas de la globalización: hibridación cultural, comunicación y política. Entrevista a Néstor García Canclini". *Voces y culturas. Revista de Comunicación* 17. Barcelona.
- Dillon, Alfredo (2011). *La construcción periodística del campo cultural*. Buenos Aires: Editorial Biblioteca digital de la Universidad Católica Argentina.
- Foucault, Michelle (1992). *El orden del discurso*. Buenos Aires: Tusquets.
- García, Néstor (1990a). *La sociología de la cultura de Pierre Bourdieu*. Ciudad de México: Grijalbo.
- (1990b). *Culturas híbridas. Estrategias para entrar y salir de la modernidad*. Ciudad de México: Grijalbo.
- (1997). *Ideología, cultura y poder. Cursos y conferencias*. Buenos Aires: Oficina de Publicaciones del CBC / Universidad de Buenos Aires.
- Geertz, Clifford (2003). *La interpretación de las culturas*. Barcelona: Gedisa.
- González, Catalina (1993). *La revista cultural colombiana: tendencias. I Jornada La Laguna-América sobre comunicación social*. Bogotá: Tercer Mundo Editores y Colcultura.
- González, Jorge (1990). "Los frentes culturales: culturas, mapas, poderes y luchas por las definiciones legítimas de los sentidos sociales de la vida". *Dia-logos* 26. Caracas.
- Harris, Marvin (2000). *Teorías sobre la cultura en la era posmoderna*. Barcelona: Editorial Crítica.
- Hernández, Esteban (2009). *Tres crisis en una: el periodista cultural*. Madrid: Trama.
- Iglesias, Gema (1997). *La propaganda en las guerras del siglo XX*. Madrid: Arco Libros.

- Íñiguez, Lupicinio (2003). *El análisis del discurso en las ciencias sociales: variedades, tradiciones y práctica*. Barcelona: Editorial UOC (Universitat Oberta Catalunya).
- Landman, Alfredo (28 de diciembre de 2014). "Editar es una propuesta cultural". *Cartón Piedra*. Recuperado de: <http://digital.telegrafo.com.ec/epaper/epaper.html?tpu=CARTON%20PIEDRA>
- López, Frank (2011). "El giro lingüístico de la filosofía y la historiografía contemporánea". *Revista Mañongo* 37.
- López, Humberto (1993). *Sociolingüística*. Madrid: Gredos.
- Lucas, Kintto (1999). "Cultura, prensa y periodismo cultural". *Revista Chasqui* 67.
- Manzano, Vicente (2005). *Introducción al análisis de discurso*. Recuperado de: <http://www.aloj.us.es/vmanzano/docencia/metodos/discurso.pdf>
- Marx, Karl (1859). "Una contribución a la crítica de la economía política". *Periódico Das Volk* 14-16.
- McCombs, E. y Shaw, D. (1972). "The Agenda-Setting Function of Mass Media". *Public Opinion Quarterly* 36.
- Nora, Pierre (2008). *Los lugares de la memoria*. Montevideo: Trilce.
- Rivera, Jorge (1995). *El periodismo cultural*. Buenos Aires: Paidós.
- Santander, Pedro (2011). "Por qué y cómo hacer análisis de discurso". *Revista de Epistemología de Ciencias Sociales*. Recuperado de: <http://www.moebio.uchile.cl/41/santander.html>
- Saussure, Ferdinand (1945). *Curso de lingüística general*. Buenos Aires: Losada.
- Silva, Carmen (1989). *Sociolingüística: teoría y análisis*. Barcelona: Editorial Alhambra.
- Silva, Omer (2002). "El análisis del discurso según Van Dijk y los estudios de la comunicación". *Razón y palabra* 26. Recuperado de: <http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/n26/osilva.html>
- Tabau, Iván (1982). *Teoría y práctica del periodismo cultural*. Barcelona: Editorial ATE.

- Thompson, John (1998). *Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- Valíková, Hana (2007). *El anglicismo en la lengua española*. Brno: Universidad de Masaryk / Facultad de Artes / Departamento de Lenguas y Literaturas Románicas.
- Van Dijk, Teun (1994). "Discurso, Poder y Cognición Social". *Conferencias de Teun A. Van Dijk en la Escuela de Ciencias del Lenguaje y Literaturas de la Universidad del Valle. Cuadernos. N°2*.
- (1999). "El análisis crítico del discurso". *Anthropos* 186. Barcelona.
- (2002). "El análisis crítico del discurso y el pensamiento social". *Athenea Digital* 1.
- (2014). *Estructuras y funciones del discurso*. Ciudad de México: Siglo XXI editores.
- Villa, María (2000). "Una aproximación teórica al periodismo cultural". *Revista Latina de Comunicación* 35. Recuperado de:
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/argentina2000/09villa.htm>
- Walsh, Catherine (2012). "Interculturalidad y (de)colonialidad: perspectivas críticas y políticas". *Revista Visão Global* 15 (1-2).
- Williams, Raymond (2000). *Marxismo y literatura*. Barcelona: Ediciones Península.
- (2003). *Palabras clave: Un vocabulario de la cultura y la sociedad*. Buenos Aires: Editorial Nueva Visión.
- Wilson, D. y Sperber, D. (2004). "La teoría de la relevancia". *Revista de Investigación Lingüística* 3.
- Yúdice, George (2002). "Las industrias culturales: más allá de la lógica puramente económica, el aporte social". *Pensar Iberoamérica* 1. Recuperado de:
<http://www.oei.es/historico/pensariberoamerica/ric01a02.htm>
- Zallo, Ramón (1992). *El mercado de la cultura*. Madrid: Editorial S.A. Tercera Prensa.

ANEXOS

En el presente disco se añadieron:

1. La matriz con todos los datos compilados.
2. Las imágenes de las 16 piezas periodísticas analizadas, repartidas en cuatro carpetas correspondientes a los editores de turno de *CartónPiedra* (José Miguel Cabrera K., Sandra Araya, Fausto Rivera Y. y Orlando Pérez). Cada publicación está identificada con la fecha de su difusión y están adjuntadas, además, las portadas de las mismas.